

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



**FACULTAD DE COMERCIO INTERNACIONAL, INTEGRACIÓN,
ADMINISTRACIÓN Y ECONOMÍA EMPRESARIAL.**

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

“Estudio de factibilidad para la implementación de un gimnasio en la
parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca”

Trabajo de titulación previo a la
obtención del título de Ingeniera en
Administración de Empresas y Marketing

AUTOR: Jenifer Paola Cano García

ASESORA: Msc. Verónica García

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2015

AUTORÍA DE TRABAJO

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Administración de Empresas y Marketing de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración Y Economía

Yo, Jenifer Paola Cano García con cédula de identidad número 0401699087 declaro: que la investigación es absolutamente original, autentica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.

f.....
Jenifer Paola Cano García

Tulcán, agosto 2015

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.

Yo Jenifer Paola Cano García, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, agosto 2015

Jenifer Paola Cano García
CI 0401699087

CERTIFICADO

Certifico que el/la estudiante Jenifer Paola Cano García con el número de cédula 0401699087 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “Estudio de factibilidad para la implementación de un gimnasio en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a Obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.

Msc. Verónica García

Tulcán, agosto 2015

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer a Dios, por regalarme a las personas que forman parte de mi vida, porque sin ellas no sería la persona que soy y en la que me he convertido a lo largo de los años, también agradecerle por cada una de sus bendiciones recibidas a lo largo de la vida estudiantil.

A mi madre querida, a quien le debo todo, gracias por tu amor, sabiduría, paciencia y por ser mi inspiración, mamita quiero que estés orgullosa de la persona que me he convertido jamás quiero defraudarte y siempre quiero que estés a mi lado y que vivas muy feliz por lo que he conseguido.

A mi querida tutora Msc. Verónica García que a más de ser mí tutora ha sido una amiga, con sus consejos y su apoyo absoluto a lo largo de este trabajo de investigación. Le estoy infinitamente agradecida.

A cada uno de mis docentes quienes compartieron sus conocimientos, a lo largo de la carrera universitaria y como no agradecer a mi querida universidad, la cual me acogió en sus aulas, para prepararme para un futuro profesional y en la cual conocí a personas maravillosas que hoy llamo amigas (os).

Y a cada una de las personas que de una u otra manera supieron ayudarme para culminar la presente investigación.

DEDICATORIA

A mi madrecita Teresa García por ser ese ser único y maravilloso quien me dio la vida, su apoyo incondicional y que confió en mí, que sin escatimar esfuerzos ha tratado de ayudarme a cumplir mis objetivos. Este logro dedico a cada uno de sus días de trabajo y esfuerzo porque gracias a sus acciones hoy soy lo que en un principio me he planteado.

A mi hermosa Isabelita Rodríguez, mi hija adorada quien es mi motivación del día a día; que con sus sonrisas, abrazos, palabritas me dan fuerza para seguir adelante, superarme y ser una mejor persona, para que cuando ella crezca se sienta orgullosa de la madre que tiene.

A mis hermanas(o) Elizabeth, Lady y Antonio, sobrinos Santiago, Gabriela y Amelia, agradezco a ustedes por su apoyo incondicional ya que de una u otra manera fortalecieron mi objetivo.

A mis queridos amigos(as) de la universidad, por esos momentos fuera de serie, por las locuras, por sus palabras oportunas en los momentos cruciales de mi vida.

ÍNDICE DE CONTENIDO

| | |
|--|--------|
| AUTORÍA DE TRABAJO | i |
| ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO. | ii |
| CERTIFICADO | iii |
| AGRADECIMIENTO | iv |
| DEDICATORIA | v |
| RESUMEN EJECUTIVO | xiii |
| ABSTRACT | xiv |
| INTRODUCCIÓN | - 1 - |
| CAPÍTULO I | - 3 - |
| 1. EL PROBLEMA | - 3 - |
| 1.1. Planteamiento del Problema | - 3 - |
| 1.2. Formulación del Problema | - 5 - |
| 1.3. Delimitación del Problema | - 5 - |
| 1.4. Justificación del Problema | - 6 - |
| 1.5. Objetivos | - 7 - |
| 1.5.1. Objetivo general | - 7 - |
| 1.5.1.2. Objetivo específico | - 8 - |
| CAPÍTULO II | - 9 - |
| 2. MARCO TEÓRICO | - 9 - |
| 2.1. Antecedentes Investigativos | - 9 - |
| 2.1.1. Antecedente N° 1 | - 9 - |
| 2.1.2. Antecedente N° 2 | - 11 - |
| 2.1.3. Antecedente N° 3 | - 12 - |
| 2.2. Fundamento Legal | - 13 - |
| 2.2.1. Constitución del Ecuador (2008) | - 14 - |
| 2.2.2. Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017) | - 15 - |
| 2.2.3. Ley Organiza de Defensa del Consumidor (2011) | - 15 - |
| 2.2.4. Ley Orgánica de Salud (2006) | - 16 - |
| 2.2.5. Ley del Deporte, Educación Física y recreación (2010) | - 16 - |
| 2.3. Fundamentación Filosófica | - 17 - |
| 2.3.1. Axiológica | - 17 - |
| 2.3.2. Praxiológica | - 17 - |
| 2.3.3. Epistemológica | - 17 - |
| 2.4. Fundamentación científica | - 20 - |
| 2.4.1. Administración | - 20 - |
| 2.4.2. Marketing | - 21 - |
| 2.4.3. Mercado | - 21 - |
| 2.4.4. Demanda | - 21 - |
| 2.4.5. Demanda insatisfecha | - 22 - |
| 2.4.6. Demanda satisfecha | - 22 - |

| | | |
|--------------------|---|--------|
| 2.4.7. | Clientes _____ | - 22 - |
| 2.4.8. | Necesidades _____ | - 24 - |
| 2.4.9. | Deseos _____ | - 24 - |
| 2.4.10. | Estudio de factibilidad _____ | - 24 - |
| 2.4.11. | Empresa _____ | - 26 - |
| 2.4.12. | Servicios _____ | - 26 - |
| 2.4.13. | Características de los servicios _____ | - 27 - |
| 2.4.14. | Gimnasio _____ | - 27 - |
| 2.5. | Idea a defender _____ | - 27 - |
| 2.6. | Variables de la investigación _____ | - 28 - |
| 2.7. | Vocabulario técnico _____ | - 28 - |
| CAPÍTULO III _____ | | - 30 - |
| 3. | MARCO METODOLÓGICO _____ | - 30 - |
| 3.1. | Modalidad de la investigación _____ | - 30 - |
| 3.2. | Tipos de investigación _____ | - 30 - |
| 3.3. | Población y muestra de la investigación _____ | - 31 - |
| 3.3.1. | Población _____ | - 31 - |
| 3.3.2. | Muestra de la investigación _____ | - 33 - |
| 3.4. | Operacionalización de variables _____ | - 35 - |
| 3.5. | Plan recolección de la información _____ | - 38 - |
| 3.6. | Plan de procesamiento y análisis de la información. _____ | - 39 - |
| 3.6.1. | Análisis de la información. _____ | - 39 - |
| 3.7. | Métodos, técnicas e instrumentos de investigación. _____ | - 63 - |
| 3.8. | Validación de la idea a defender _____ | - 63 - |
| 3.8.1. | Demanda Insatisfecha _____ | - 63 - |
| 3.9. | Conclusiones _____ | - 68 - |
| 3.10. | Recomendaciones _____ | - 69 - |
| CAPÍTULO IV _____ | | - 70 - |
| 4. | PROPUESTA _____ | - 70 - |
| 4.1. | Objetivos _____ | - 70 - |
| 4.1.1. | Objetivo general _____ | - 70 - |
| 4.1.2. | Objetivo específico _____ | - 71 - |
| 4.2. | Análisis Demanda- Oferta _____ | - 71 - |
| 4.2.1. | Análisis de Demanda _____ | - 71 - |
| 4.2.2. | Análisis de la oferta _____ | - 73 - |
| 4.3. | Estudio Técnico-Operativo _____ | - 73 - |
| 4.3.1. | Tamaño de la empresa _____ | - 73 - |
| 4.3.1.1. | Factores para determinar el tamaño _____ | - 74 - |
| 4.3.2. | Capacidad instalada _____ | - 74 - |
| 4.3.3. | Localización de la empresa _____ | - 75 - |
| 4.3.3.1. | Método de localización _____ | - 75 - |
| 4.3.3.2. | Macro localización _____ | - 75 - |
| 4.3.3.3. | Micro localización _____ | - 76 - |

| | | |
|--------------------|--|---------|
| 4.3.4. | Ingeniería del proyecto _____ | - 78 - |
| 4.3.4.1. | Diseño del producto. _____ | - 78 - |
| 4.3.4.2. | Requerimientos del proyecto _____ | - 81 - |
| 4.3.4.3. | Distribución física de la planta. _____ | - 83 - |
| 4.3.4.4. | Organización del talento humano. _____ | - 85 - |
| 4.3.4.5. | Marco legal y requisitos previo al funcionamiento. _____ | - 86 - |
| 4.3.4.6. | MIX del Marketing _____ | - 90 - |
| 4.4. | Estudio Económico – Financiero _____ | - 99 - |
| 4.4.1. | Inversión Inicial _____ | - 99 - |
| 4.4.2. | Estructura del financiamiento _____ | - 103 - |
| 4.4.3. | Costos y gastos del proyecto _____ | - 105 - |
| 4.4.4. | Ingresos del proyecto _____ | - 108 - |
| 4.4.5. | Indicadores financieros _____ | - 112 - |
| 4.5. | Análisis de impactos _____ | - 116 - |
| 4.5.1. | Impactos _____ | - 117 - |
| CAPITULO V _____ | | - 121 - |
| 5. | CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA PROPUESTA _____ | - 121 - |
| 5.1. | Conclusiones _____ | - 121 - |
| 5.2. | Recomendaciones _____ | - 123 - |
| CAPÍTULO VII _____ | | - 125 - |
| 6. | REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS _____ | - 125 - |
| CAPÍTULO VII _____ | | - 129 - |
| 7. | ANEXOS _____ | - 129 - |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|--------|
| TABLA 1: CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR (2008)..... | - 14 - |
| TABLA 2: PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR (2013-2017) | - 15 - |
| TABLA 3: LEY ORGANIZA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR (2011)..... | - 15 - |
| TABLA 4: LEY ORGÁNICA DE SALUD (2006)..... | - 16 - |
| TABLA 5: LEY DEL DEPORTE, EDUCACIÓN FÍSICA Y RECREACIÓN (2010)..... | - 16 - |
| TABLA 6: PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN PARROQUIA JULIO ANDRADE | - 32 - |
| TABLA 7: PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA | - 32 - |
| TABLA 8: DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS PARROQUIA JULIO ANDRADE Y CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA..... | - 34 - |
| TABLA 9: DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS PARROQUIA JULIO ANDRADE Y CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA SEGÚN EDADES. | - 34 - |
| TABLA 10: OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES | - 35 - |
| TABLA 11: RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN | - 38 - |
| TABLA 12: ¿ACTUALMENTE UD. QUÉ TIPO DE ACTIVIDAD FÍSICA REALIZA? | - 39 - |
| TABLA 13: EN FUNCIÓN A LA PREGUNTA ANTERIOR EN QUE HORARIO LE GUSTARÍA REALIZAR ACTIVIDADES FÍSICAS | - 40 - |
| TABLA 14: ¿CREE UD. QUE UN GIMNASIO APORTARÍA A INCREMENTAR SU ACTIVIDAD FÍSICA?..... | - 42 - |
| TABLA 15: ¿UD. ASISTE O ASISTIDO UN GIMNASIO? | - 43 - |
| TABLA 16: ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES FACTORES CONSIDERA IMPORTANTE QUE POSEA UN GIMNASIO? | - 44 - |
| TABLA 17: DE LAS SIGUIENTES ¿EN UN GIMNASIO QUÉ ACTIVIDADES FÍSICAS LE GUSTARÍA PRACTICAR O PRACTICA?..... | - 46 - |
| TABLA 18: UD. ACUDE O ACUDIRÍA A UN GIMNASIO PARA: | - 48 - |
| TABLA 19: ¿CON QUE FRECUENCIA UD. ACUDIRÍA A UN GIMNASIO?..... | - 49 - |
| TABLA 20: ¿DE QUÉ MANERA LE GUSTARÍA PAGAR POR LOS SERVICIOS DEL GIMNASIO?- | 50 - |
| TABLA 21: ¿CUÁLES SON LAS RAZONES POR LAS QUE USTED DEJARÍA DE ASISTE A UN GIMNASIO? | - 52 - |
| TABLA 22: ¿QUÉ SERVICIO ADICIONAL LE GUSTARÍA RECIBIR POR ACUDIR A UN GIMNASIO?.- | 53 - |
| TABLA 23: ¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZA COMO FUENTE DE INFORMACIÓN LOCAL? | - 54 - |
| TABLA 24: ¿CUÁNTO GASTARÍA EN PROMEDIO MENSUAL PARA MANTENERSE BIEN FÍSICAMENTE? | - 56 - |
| TABLA 25: ¿CUÁL ES EL PROMEDIO DE SUS INGRESOS MENSUALES? | - 57 - |
| TABLA 26: SI SE LLEGARÍA A OFERTAR ESTE TIPO DE SERVICIOS EN LA LOCALIDAD UD.. | - 58 - |
| TABLA 27: CUADRO COMPARATIVO DE LA OFERTA..... | - 60 - |
| TABLA 28: MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN..... | - 63 - |
| TABLA 29: DEMANDA INSATISFECHA..... | - 64 - |
| TABLA 30: SERVICIOS DEMANDADOS..... | - 64 - |
| TABLA 31: FRECUENCIA DE ASISTENCIA A UN GIMNASIO | - 65 - |
| TABLA 32: PROMEDIO MENSUAL DEL GASTO PARA MANTENERSE BIEN FÍSICAMENTE | - 66 - |
| TABLA 33: OFERTAR DEL SERVICIO DE GIMNASIO EN LA LOCALIDAD | - 67 - |

| | |
|---|---------|
| TABLA 34: DEMANDA DEL SERVICIO..... | - 72 - |
| TABLA 35: VENTAS PROYECTADAS | - 74 - |
| TABLA 36: PONDERACIÓN DE FACTORES..... | - 77 - |
| TABLA 37: SERVICIO..... | - 78 - |
| TABLA 38: SIMBOLOGÍA FLUJOGRAMAS..... | - 79 - |
| TABLA 39: REQUERIMIENTOS DEL PROYECTO..... | - 82 - |
| TABLA 40: AMBIENTE FÍSICO DE LAS ÁREAS DEL GIMNASIO | - 85 - |
| TABLA 41: OBTENCIÓN DEL RUC | - 87 - |
| TABLA 42: OBTENCIÓN DE LA PATENTE MUNICIPAL | - 87 - |
| TABLA 43: IESS NÚMERO PATRONAL | - 88 - |
| TABLA 44: PERMISO DE BOMBEROS..... | - 88 - |
| TABLA 45: PERMISO DE FUNCIONAMIENTO | - 89 - |
| TABLA 46: PERMISO DEL MINISTERIO DE SALUD | - 89 - |
| TABLA 47: PRECIOS DEL SERVICIO | - 94 - |
| TABLA 48: HORARIOS DE ATENCIÓN | - 95 - |
| TABLA 49: HORARIOS DE CLASE..... | - 95 - |
| TABLA 50: PRESUPUESTO PUBLICITARIO | - 97 - |
| TABLA 51: INVERSIÓN INICIAL | - 99 - |
| TABLA 52: INVERSIÓN FIJA | - 100 - |
| TABLA 53: CAPITAL DE OPERACIÓN | - 102 - |
| TABLA 54: ACTIVOS DIFERIDOS | - 102 - |
| TABLA 55: ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO | - 103 - |
| TABLA 56: COSTO DE CAPITAL..... | - 104 - |
| TABLA 57: AMORTIZACIÓN DE LA DEUDA..... | - 104 - |
| TABLA 58: TABLA AMORTIZACIÓN DE DEUDA | - 105 - |
| TABLA 59: COSTO DE VENTA..... | - 106 - |
| TABLA 60: GASTOS ADMINISTRATIVOS | - 106 - |
| TABLA 61: GASTO DE VENTAS..... | - 107 - |
| TABLA 62: GASTOS FINANCIEROS | - 107 - |
| TABLA 63: DEPRECIACIONES | - 108 - |
| TABLA 64: ESTADO DE RESULTADOS..... | - 109 - |
| TABLA 65: FLUJO DE EFECTIVO | - 110 - |
| TABLA 66: BALANCE GENERAL PROYECTADO | - 111 - |
| TABLA 67: VAN, TIR Y C/B..... | - 112 - |
| TABLA 68: DATOS PARA OBTENER EL PRI | - 113 - |
| TABLA 69: PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN..... | - 113 - |
| TABLA 70: COSTOS FIJOS Y VARIABLES | - 114 - |
| TABLA 71: PUNTO DE EQUILIBRIO EN DÓLARES | - 115 - |
| TABLA 72: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD | - 115 - |
| TABLA 73: VALORACIÓN..... | - 116 - |
| TABLA 74: EDUCATIVO/CULTURAL..... | - 117 - |
| TABLA 75: SOCIO/ECONÓMICO | - 118 - |
| TABLA 76: AMBIENTAL..... | - 119 - |
| TABLA 77: MATRIZ GENERAL | - 119 - |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|--------|
| GRÁFICO 1: ESTRUCTURA GENERAL DE LA EVALUACIÓN DE PROYECTOS _____ | - 18 - |
| GRÁFICO 2: FÓRMULA PARA DETERMINAR EL TAMAÑO DE LA MUESTRA _____ | - 33 - |
| GRÁFICO 3: ¿ACTUALMENTE UD. QUÉ TIPO DE ACTIVIDAD FÍSICA REALIZA? _____ | - 40 - |
| GRÁFICO 4: EN FUNCIÓN A LA PREGUNTA ANTERIOR EN QUE HORARIO LE GUSTARÍA REALIZAR ACTIVIDADES FÍSICAS _____ | - 41 - |
| GRÁFICO 5: ¿CREE UD. QUE UN GIMNASIO APORTARÍA A INCREMENTAR SU ACTIVIDAD FÍSICA? _____ | - 42 - |
| GRÁFICO 6: ¿UD. ASISTE O ASISTIDO A UN GIMNASIO? _____ | - 43 - |
| GRÁFICO 7: ¿CUÁL DE LOS SIGUIENTES FACTORES CONSIDERA IMPORTANTE QUE POSEA UN GIMNASIO? _____ | - 45 - |
| GRÁFICO 8: ACTIVIDADES FÍSICAS DE UN GIMNASIO _____ | - 47 - |
| GRÁFICO 9: UD. ACUDE O ACUDIRÍA A UN GIMNASIO PARA: _____ | - 48 - |
| GRÁFICO 10: FRECUENCIA DE ASISTENCIA _____ | - 50 - |
| GRÁFICO 11: ¿DE QUÉ MANERA LE GUSTARÍA PAGAR POR LOS SERVICIOS DEL GIMNASIO? - 51 - | |
| GRÁFICO 12: ¿CUÁLES SON LAS RAZONES POR LAS QUE USTED DEJARÍA DE ASISTE A UN GIMNASIO? _____ | - 52 - |
| GRÁFICO 13: ¿QUÉ SERVICIO ADICIONAL LE GUSTARÍA RECIBIR POR ACUDIR A UN GIMNASIO? _____ | - 53 - |
| GRÁFICO 14: ¿QUÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZA COMO FUENTE DE INFORMACIÓN LOCAL? _____ | - 55 - |
| GRÁFICO 15: ¿CUÁNTO GASTARÍA EN PROMEDIO MENSUAL PARA MANTENERSE BIEN FÍSICAMENTE? _____ | - 56 - |
| GRÁFICO 16: ¿CUÁL ES EL PROMEDIO DE SUS INGRESOS MENSUALES? _____ | - 57 - |
| GRÁFICO 17: SI SE LLEGARÍA A OFERTAR ESTE TIPO DE SERVICIOS EN LA LOCALIDAD UD. _____ | - 58 - |
| GRÁFICO 18: FRECUENCIA DE ASISTENCIA A UN GIMNASIO _____ | - 65 - |
| GRÁFICO 19: PROMEDIO MENSUAL DEL GASTO PARA MANTENERSE BIEN FÍSICAMENTE | - 66 - |
| GRÁFICO 20: OFERTAR DEL SERVICIO DE GIMNASIO EN LA LOCALIDAD _____ | - 67 - |
| GRÁFICO 21: MACRO LOCALIZACIÓN _____ | - 75 - |
| GRÁFICO 22: MICRO LOCALIZACIÓN _____ | - 76 - |
| GRÁFICO 23: MACRO PROCESO _____ | - 79 - |
| GRÁFICO 24: PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS _____ | - 81 - |
| GRÁFICO 25: DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA _____ | - 84 - |
| GRÁFICO 26: ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL _____ | - 86 - |
| GRÁFICO 27: NOMBRE DEL GIMNASIO _____ | - 91 - |
| GRÁFICO 28: LOGOTIPO _____ | - 91 - |
| GRÁFICO 29: TARJETA J´ ANDRADE GYM _____ | - 93 - |
| GRÁFICO 30: REVERSO DE LA TARJETA _____ | - 93 - |
| GRÁFICO 31: PROCESO FORTALECIMIENTO MUSCULAR _____ | - 98 - |

ÍNDICE DE ANEXOS

| | |
|---|---------|
| ANEXO 1: ENCUESTA | - 129 - |
| ANEXO 2: ENTREVISTA | - 133 - |
| ANEXO 3: MANUAL DE FUNCIONES | - 134 - |
| ANEXO 4: ROLES DE PAGO..... | - 135 - |
| ANEXO 5: MARCO LEGAL DE LA EMPRESA | - 136 - |
| ANEXO 6: TABLA SALARIAL..... | - 137 - |
| ANEXO 7: RUTINAS DE ACTIVIDADES | - 138 - |
| ANEXO 8: PROFORMA ALMACENES CREDIMUEBLES | - 139 - |
| ANEXO 9: PROFORMA INNOVART OFFICE | - 140 - |
| ANEXO 10: PROFORMA CREDIMAX..... | - 141 - |
| ANEXO 11: PROFORMA ZONA GYM..... | - 142 - |
| ANEXO 12: PROFORMA ARTIALAMBRE..... | - 148 - |
| ANEXO 13: TARIFAS PUBLICITARIAS RADIO ONDAS CARCHENSES | - 149 - |
| ANEXO 14: TARIFA PUBLICITARIA RADIO FRONTERA | - 150 - |
| ANEXO 15: TASA ACTIVA BANCO NACIONAL DE FOMENTO..... | - 151 - |
| ANEXO 16: TASA PASIVA BANCO CENTRAL DEL ECUADOR | - 152 - |
| ANEXO 17: PORCENTAJE DE INFLACIÓN..... | - 153 - |
| ANEXO 18: SUELDOS..... | - 154 - |
| ANEXO 19: PORCENTAJE DE ENCUESTA DE CONDICIONES DE VIDA. | - 155 - |

RESUMEN EJECUTIVO

Esta investigación analizó la posibilidad de ofertar el servicio de gimnasio en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca, de la misma manera se detalla las razones importantes de estudiar la problemática con respecto a este servicio.

Se identifica una demanda insatisfecha referente al servicio de gimnasio, por lo que se presenta una oportunidad de negocio, tomando en cuenta la ausencia de empresas que brinden este servicio en el sector.

Además cabe destacar el interés de la población por acceder a este servicio en las localidades estudiadas y la creciente demanda por parte de las personas por mejorar su estilo de vida, apariencia física, salud entre otros factores que inciden positivamente en el deseo de asistir a un gimnasio.

La investigación posee dos modalidades, cuantitativa y cualitativa; mismas que ayudan a la recopilación de información necesaria para el desarrollo de la presente problemática.

De acuerdo al estudio de campo realizado, se determina una aceptación del servicio de gimnasio, información que se obtuvo a través de la aplicación de 200 encuestas a la población de Julio Andrade y 170 encuestas al cantón San Pedro de Huaca, por otro lado se realizó 5 entrevistas dirigidas a los administradores de los gimnasios de la ciudad de Tulcán; estableciendo aspectos importantes para la realización de la propuesta de la investigación.

Con los resultados obtenidos de la investigación, se realizó un estudio de factibilidad, determinado la demanda insatisfecha, maquinaria y equipos a utilizar, procesos necesarios para cada uno de los servicios que se ofrecerá, se diseñó la estructura organizativa y legal de la microempresa; finalmente se realizó un estudio económico financiero evaluando la situación actual y futura del proyecto; se concluye que es factible la implementación de un gimnasio en la parroquia de Julio Andrade.

ABSTRACT

This research analyzed the possibility of offering a gym service in the parish of Julio Andrade and San Pedro de Huaca canton, in the same way, the important reasons to study the problems concerning this service is detailed.

An unsatisfied demand is identified, concerning to the gym service, so it presents a business opportunity, taking into account the absence of companies that provide this service in the sectors.

Also, it stands out the interest of the population to access this service in the sectors before mentioned and the growing demand by the people to improve their lifestyle, physical appearance, health and other factors that impact positively on the desire to attend to a gym.

The research has two modalities, quantitative and qualitative; they help to collect necessary information for the development of this problem.

According to the field study, it is determined an acceptance of gym service, this information was obtained through the application of 200 surveys to the population of Julio Andrade and 170 surveys to the San Pedro de Huaca canton, for other side, five interviews were applied to the managers of gyms of the Tulcán city, it permitted to establish important aspects for the realization of the proposed research.

Finally, with the obtained results of the research it was carried out a feasibility study, that determined an unsatisfied demand, machinery and equipment to be used, necessary processes for each of the services to be offered, it was designed an organizational and legal structure of the microenterprise; the last a financial economic study assessing the current and future situation of the project was completed; It concludes that the implementation of a gym in the parish of Julio Andrade is feasible.

INTRODUCCIÓN

La presente investigación sujeta los principales conceptos para el desarrollo de un estudio de factibilidad de un gimnasio, un gimnasio dirigido a la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca, que trata de compartir la cultura de realizar actividades físicas en un espacio cerrado dotado de requerimientos necesarios para la buena realización de actividades físicas mismas que ayuden a la salud de las personas.

Se garantiza la veracidad de la información recopilada y aplicada a cada uno de los análisis que forman parte del estudio de factibilidad mismo que a continuación se destaca lo correspondiente a cada uno de los análisis desarrollados:

Capítulo 1 se detalla el problema, dentro del cual se estudia el planteamiento, formulación, delimitación, justificación y objetivos de la investigación, identificando la presencia de un problema en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca.

Capítulo 2 se describe el marco teórico de la investigación, dentro del cual se desarrolla una investigación de fuentes secundarias es decir determinando antecedentes investigativos, fuente legal, fuente filosófica, fundamentación científica, además en este apartado se establece la idea a defender de la investigación.

Capítulo 3 se señala el marco metodológico del cual se desprende aspectos como modalidad de la investigación, tipos de investigación, determinación de la muestra, asimismo se plantea la operacionalización de variables de la cual se desprenderán las preguntas para la encuesta y entrevista. De la misma manera en este capítulo se determina los resultados de la investigación de campo y la validación de la idea a defender.

Capítulo 4 se elaboran las conclusiones y recomendaciones de la información obtenida por la investigación de campo, logrando determinar los resultados de la investigación.

Capítulo 5 el desarrollo de la propuesta lleva a cabo un extenso análisis, dentro del cual se desarrolla un análisis técnico-operativo, localización de la empresa, ingeniería del proyecto, estudio económico-financiero y análisis de impactos.

CAPÍTULO I

1. EL PROBLEMA

1.1. Planteamiento del Problema

En la parroquia de Julio Andrade y en el cantón San Pedro de Huaca, se presenta la carencia de un servicio que hoy en día básicamente contribuye a que las personas mejoren su calidad de vida, según el Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017), del Objetivo 3; Política 7 establece que: “Fomentar el tiempo dedicado al ocio activo y el uso del tiempo libre en actividades físicas, deportivas y otras que contribuyan a mejorar las condiciones físicas, intelectuales y sociales de la población” (¶ 1).

El deficiente análisis de demanda insatisfecha del servicio de gimnasio en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca, se debe básicamente a la ausencia del servicio de gimnasio, el cual sea competente para satisfacer la demanda ocasionada por esta falta. Por lo que la única alternativa que tienen las personas interesadas en utilizar este tipo de servicio es el de trasladarse a lugares alejados, implicando gasto ya sea por tiempo y dinero.

La carencia del servicio genera insatisfacción por la inexistencia del servicio de un gimnasio en las dos localidades mencionadas anteriormente; por lo que se ve conveniente realizar el estudio para implementar un gimnasio.

Asimismo el clima meteorológico de estas localidades, impiden la realización de actividades físicas debido a la situación geográfica, provocando enfermedades a las personas que tratan principalmente de practicar actividades físicas, debido a la ausencia de una infraestructura adecuada.

Además se ha identificado causas que motivan que en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca; exista baja inversión en tal servicio.

Cabe destacar que la alta inversión es una causante de la carencia de este servicio, debido a que se requiere infraestructura, maquinaria y equipos, talento humano especializado, entre otros aspectos importantes para brindar un servicio de calidad.

Es preciso indicar que otro causante es el desconocimiento de temas gerenciales, administrativos, de gestión, financieros, marketing, legales y salud; este último porque básicamente estamos tratando con el cuerpo humano de personas quien va hacer el receptor de este servicio.

Estas localidades a estudiar tienen una población económicamente activa, por lo que el tiempo que estas personas puede dedicar al ocio o a la diversión es limitada, la mayor parte de estas personas únicamente tienen tiempo libre por las mañanas, noches, o los fines de semana; pues allí aparece un inconveniente para las personas que les interesan realizar actividad física, porque en la localidad no existe este tipo de servicio.

Stanley citado por Comellas (2012) señaló que “aquellos que piensan que no tienen tiempo para el ejercicio físico, tarde o temprano deberán encontrar tiempo para la enfermedad” (pág. 22). Por lo que es importante establecer espacios para hacer actividades físicas, mismas que ayudarán a llevar y mantener un ritmo de vida adecuado.

Una investigación reciente indica que “en la ciudad de Macas Provincia de Morona Santiago se aplicaron 272 encuestas a los moradores de la ciudad. Según investigaciones la mayoría de las personas llevan una vida sedentaria y estresada.” (Sánchez, 2012, sección Resumen Ejecutivo, ¶ 1). Es preciso destacar que el llevar una vida sedentaria trae como consecuencias un bajo rendimiento profesional, lo cual puede ocasionar problemas referentes a la calidad y productividad del trabajo.

Es necesario destacar que el sedentarismo ya es considerado una enfermedad mortal, por lo que si no se toma conciencia y se brinda a las

personas soluciones a estas carencias tratando primordialmente de mejorar su calidad de vida se tendrían estadísticas realmente negativas que afectarían a la sociedad.

La solución evidente a este problema presentado en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca es proceder a realizar un estudio que básicamente identifique la factibilidad de implementar un gimnasio que atienda la demanda insatisfecha provocada por la ausencia de este tipo de servicio en la localidad.

1.2. Formulación del Problema

¿El diseño de un estudio de factibilidad determina la necesidad de implementar un gimnasio en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca?

✓ **Variable Independiente:**

Demanda insatisfecha

✓ **Variable Dependiente:**

Implementación de un gimnasio en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca.

1.3. Delimitación del Problema

Objeto de investigación: Demanda Insatisfecha de la población de la parroquia Julio Andrade y cantón San Pedro de Huaca

Sujeto de investigación: 10211 habitantes de entre las edades (15-54) años de edad.

Área: Económico - Financiero

Espacio: Población parroquia de Julio Andrade y cantón San Pedro de Huaca

Tiempo: Año 2015

1.4. Justificación del Problema

Realizando actividad física se “mejoran las relaciones interpersonales porque al hacer ejercicios nos sentimos más alegres, incrementa la autoestima y nos interrelacionamos mejor, esto afecta positivamente nuestro entorno y en los demás”. Galeth, (2013, ¶ 5). Es importante investigar este problema porque las necesidades de las personas son cada vez más cambiantes y al mismo tiempo exigente, tratar de buscar una solución a aquellas carencias o problemas que se dan en el entorno.

Se investiga este problema porque se desea que las personas traten de estar saludables, y pues esto conlleva a buscar el equilibrio entre la alimentación y la actividad física, tomando en cuenta la actividad física como alternativa de diversión, relax o básicamente para salir de la rutina y dejar el estrés laboral del día a día. Por ello se torna importante el servicio de gimnasio en la localidad, el cual sea capaz de satisfacer las necesidades que tienen las personas.

En la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca, se presenta la ausencia de espacios cerrados que permitan hacer actividades físicas, con el propósito de contrarrestar esta situación se pretende cubrir la demanda insatisfecha, otorgando que las personas desarrollen un estilo de vida saludable contribuyendo a la sociedad a que existan personas saludables, alegres, debido a que la práctica de actividades de una manera divertida trae como consecuencias beneficios para estas.

Cabe mencionar que al no existir ninguna organización que brinde este servicio existe la posibilidad de que el ofrecer este servicio en estas localidades sería un negocio rentable y exitoso.

Esta investigación tiene analizado algunos impactos, uno de estos es el impacto económico, ya que permitirá mejorar los ingresos de las familias que se verán implicadas en esta investigación.

Los consumidores del servicio de un gimnasio son los principales beneficiados por otra parte están los inversionistas; quienes aportan con su capital, y pues de este generalmente se debe obtener utilidad, los trabajadores porque al momento de crear una empresa se generan fuentes de trabajo. De la misma manera se destacan los beneficiarios indirectos tales como la sociedad porque se contribuirá a activar parte de un sector de la economía del país y en particular me veré beneficiada, debido a que aplicaré los conocimientos adquiridos en la academia en la búsqueda de la satisfacción individual y colectiva.

Este tema es factible de antemano ya que se cuenta con el recurso humano adecuado para realizar esta investigación; de igual forma tiene una factibilidad económica debido a que existe el capital necesario para cubrir la realización de esta investigación, además se cuenta con recursos materiales tales como: Computador, impresora y softwares necesarios para el desarrollo de la investigación y progreso de la misma; de manera que también se es posible sustentar teóricamente ya sea en libros, folletos e investigaciones existentes; lo cual es importante porque se involucrará la teoría a la práctica.

Es imprescindible mencionar que estos recursos ayudarán al desarrollo normal y productivo de la investigación. Esta investigación será de gran importancia porque se procederá a dar solución a parte de las necesidades de un conjunto de habitantes.

1.5. Objetivos

1.5.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad de implementación de un gimnasio para la población de la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca, que permita cubrir la demanda insatisfecha.

1.5.1.2. Objetivo específico

- ✓ Determinar un marco teórico en base a los conceptos de las variables establecidas en la investigación.
- ✓ Realizar un estudio de mercado para cuantificar la demanda insatisfecha del servicio de gimnasio en la parroquia de Julio Andrade y el cantón san pedro de huaca.
- ✓ Diseñar un estudio técnico, económico – financiero y un análisis de impactos para determinar la implementación de un gimnasio que cubra la demanda insatisfecha en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes Investigativos

Es preciso destacar que se han realizado investigaciones sobre el tema planteado a nivel nacional, además cabe recalcar que estas investigaciones son realizadas dentro de los últimos cinco años.

2.1.1. Antecedente N° 1

Tema: “Proyecto de Factibilidad para la instalación de un gimnasio en la ciudad de Macas provincia de Morona Santiago”

Institución: Universidad Central del Ecuador

Citación: Sánchez (2012)

Autor: Jeanine Alexandra Sánchez Flor

Año: Noviembre 2012

Lugar: Quito

Objetivo general:

Demostrar que existe un número suficiente de personas interesadas en asistir a un gimnasio que garanticen la inversión y realización del proyecto.

Conclusión:

- ✓ A través de la investigación realizada se determinó que en la ciudad de Macas existen pocos gimnasios, los mismos que por el paso de los años y la falta de innovación no brindan un servicio de calidad que cubra con las expectativas y necesidades de sus clientes, es por esta razón que existe una gran demanda insatisfecha que necesita ser cubierta, ya que hoy en día el verse y sentirse bien físicamente se ha vuelto una prioridad en la vida de las personas tanto jóvenes como adultas.
- ✓ Para la instalación del gimnasio se ha determinado que es mejor arrendar un local para su funcionamiento, el mismo que estará ubicado en la zona céntrica de la ciudad de Macas, ya que debido al análisis de factores se determinó que es la mejor opción por su excelente ubicación y por contar con todos los servicios básicos necesarios. La capacidad instalada del gimnasio es para atender a 220 personas al día, ya que existen varios horarios definidos y asignados para impartir las diferentes clases de rutinas que el gimnasio va a ofrecer, pero del cual solo un 68% del total de la capacidad será utilizado durante el primer año del proyecto.
- ✓ El Gimnasio está constituido como una compañía unipersonal, cuya estructura organizacional estará liderada por el Gerente General que a su vez actuara como administrador y tendrá a su cargo a dos personas más que serán las encargadas del área de comercialización y son el instructor de pesas y el instructor de aeróbicos.

Comentario:

Esta investigación presenta una conclusión que tomaré en cuenta al instante de adquirir maquinaria y equipos que brinden un mejor resultado al momento de utilizar estas, tomando en cuenta que al no existir ningún servicio de gimnasio en estas localidades con las que se trabaja, las expectativas de los posibles consumidores son altísimas, hablamos de calidad del servicio,

instalaciones, personal; etc., es por ello importante el tener presente cada uno de estos diferenciadores para satisfacer de manera total a los clientes.

2.1.2. Antecedente N° 2

Tema: “Estudio de Factibilidad para la apertura de un Gimnasio – Spa en la Ciudadela del Chofer de la ciudad de Ibarra”

Institución: Universidad Técnica del Norte

Citación: García (2010)

Autor: Janneth García Santillán

Año: Abril 2010

Lugar: Ibarra

Objetivo general: Realizar un diagnóstico situacional para la apertura y funcionamiento de un gimnasio-spa en la Ciudadela del Chofer de la ciudad de Ibarra, e identificar las diferentes fuerzas de conflictos y de factores favorables y desfavorables que actúan en la consecución de los objetivos propuestos.

Conclusiones:

- ✓ Del Estudio de Mercado realizado se estableció que sí existe una demanda potencial, debido al crecimiento poblacional y a la necesidad de las personas por verse y sentirse bien físicamente.
- ✓ En el Estudio Técnico-operativo se estableció que Life Gym-Spa es una empresa unipersonal que cuenta con el 40% de la inversión y requirió un financiamiento del 60% de la inversión inicial. También se estableció que es una empresa pequeña, que requiere solamente de 6 personas para su normal funcionamiento.

- ✓ En consecuencia, el Estudio de Factibilidad para la creación y funcionamiento de un gimnasio-spa en la ciudadela Del Chofer, ha demostrado que en el aspecto económico es realizable y rentable.

Comentario:

Esta investigación presenta conclusiones favorables, más sin embargo el enfoque de dos servicios a la vez permitirá a esta investigación tratar de dar un servicio y complementarlo con un valor agregado, logrando de esta manera estar en las decisiones de los consumidores.

2.1.3. Antecedente N° 3

Tema: “Estudio de Factibilidad para la creación de un gimnasio infantil y recreacional vespertino en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura”

Institución: Universidad Técnica del Norte

Citación: Plazas (2010)

Autor: Mónica Alexandra Plazas Dávila

Año: Noviembre 2010

Lugar: Ibarra

Objetivo general: Diseñar el estudio de Factibilidad para la creación de un Gimnasio Infantil Recreacional vespertino en la ciudad de Otavalo, Provincia de Imbabura.

Conclusiones:

- ✓ Se ha creado un reglamento para el ingreso laboral del personal a la entidad, el mismo que será de gran utilidad para el buen desempeño de sus funciones.
- ✓ De acuerdo a la Evaluación Financiera del presente proyecto, se ha obtenido un Valor Actual Neto (VAN) positivo de 14.589,82.
- ✓ Se ha determinado que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es por 28,16% en la duración del proyecto. La recuperación de la inversión se la realizará a 1 año, 5 meses, 8 días.

Comentario:

Esta investigación se enfoca a una población de estudio que no ha sido tomada en cuenta en cuanto a gimnasio infantil, apoya a esta investigación en cuanto a tener una consideración a este grupo de la población que ha sido desatendida y se torna una estrategia útil para aprovechar.

2.2. Fundamento Legal

Para abordar este tema se identificará la normativa legal que se encuentra en vigencia en el Ecuador. Esta investigación parte analizando la Constitución de la República del Ecuador, o también denominada habitualmente como Constitución Política de Ecuador que es la norma suprema de la República del Ecuador. Además cuenta con leyes, normas y reglamentos; que básicamente sirven de soporte, al momento de establecer los lineamientos y limitaciones que se deberán tomar en cuenta para dar sustento a la presente investigación:

2.2.1. Constitución del Ecuador (2008)

Tabla 1: Constitución del Ecuador (2008)

| | | |
|---|---|---|
| <p>Constitución del Ecuador (2008)</p> | <p>Capítulo Sexto, Trabajo y Producción, Sección Primera, De las Formas de Organización de la Producción y su Gestión establece los siguientes artículos: Art. 319.- “Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas. El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional” (pág. 95). Art. 320.- En las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente. La producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social” (pág. 96). Sección Sexta, Cultura Física y Tiempo Libre de la Constitución del Ecuador expone lo siguiente: Art. 381.- El Estado protegerá, promoverá y coordinará la cultura física que comprende el deporte, la educación física y la recreación, como actividades que contribuyen a la salud, formación y desarrollo integral de las personas; impulsará el acceso masivo al deporte y a las actividades deportivas a nivel formativo, barrial y parroquial; auspiciará la preparación y participación de los deportistas en competencias nacionales e internacionales, que incluyen los Juegos Olímpicos y Paraolímpicos; y fomentará la participación de las personas con discapacidad. Art. 383.- Se garantiza el derecho de las personas y las colectividades al tiempo libre, la ampliación de las condiciones físicas, sociales y ambientales para su disfrute, y la promoción de actividades para el esparcimiento, descanso y desarrollo de la personalidad</p> | <p>La constitución manifiesta artículos que expresa la aceptación de que las personas se organicen y den lugar a empresas, por lo que la implementación de un gimnasio fortalecerá la matriz productiva de nuestra localidad</p> <p>Estos artículos expresados en la constitución manifiestan que tanto la educación física como la recreación, favorecen a la salud, formación y progreso integral de las personas; básicamente se trata de incentivar al deporte o a la realización de cualquier actividad con el fin de disminuir las estadísticas que presenta el Ministerio del Deporte,</p> |
|---|---|---|

Fuente: Constitución del Ecuador (2008)

Elaborado por: Jenifer Cano

2.2.2. Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)

Tabla 2: Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)

| | | |
|---|---|---|
| <p>Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017),</p> | <p>Objetivo 10; Impulsar la Transformación de la Matriz Productiva. Política 3 establece que: “Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen serviciosA Fortalecer el sector servicios, para la creación y fomento de empleo inclusivo.B Fomentar la generación de capacidades técnicas y de gestión en los servicios, para mejorar su prestación y contribuir a la transformación productiva.G Fortalecer el marco institucional y regulatorio que permita una gestión de calidad y de control de poder de mercado en la prestación de servicios, para garantizar los derechos de los proveedores y de los consumidores.” (pág. 3 01)</p> | <p>Hoy en día autoridades tratan de impulsar la matriz productiva, fortaleciendo servicios existentes en el mercado e incentivando a generar más organizaciones que presenten servicios con un fin; el de generar fuentes de empleo que ayuden a la inclusión de las personas; ayudando a su nivel de ingresos que influirá a mejorar la calidad de vida de las personas.</p> |
|---|---|---|

Fuente: Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)

Elaborado por: Jenifer Cano

2.2.3. Ley Organiza de Defensa del Consumidor (2011)

Tabla 3: Ley Organiza de Defensa del Consumidor (2011)

| | | |
|---|---|--|
| <p>Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2011)</p> | <p>Capítulo II Derechos Y Obligaciones De Los Consumidores establece los siguientes artículos: Art. 4.- “Derechos del consumidor.- Son derechos fundamentales del consumidor, a más de los establecidos en la Constitución Política de la República, tratados o convenios internacionales, legislación interna, principios generales del derecho y costumbre mercantil, los siguientes: 1. Derecho a la protección de la vida, salud y seguridad en el consumo de bienes y servicios, así como a la satisfacción de las necesidades fundamentales y el acceso a los servicios básicos; 2. Derecho a que proveedores públicos y privados oferten bienes y servicios competitivos, de óptima calidad, y a elegirlos con libertad; 3. Derecho a recibir servicios básicos de óptima calidad; 4. Derecho a la información adecuada, veraz, clara, oportuna y completa sobre los bienes y servicios ofrecidos en el mercado, así como sus precios, características, calidad, condiciones de contratación y demás aspectos relevantes de los mismos, incluyendo los riesgos que pudieren prestar; 6. Derecho a la protección contra la publicidad engañosa o abusiva, los métodos comerciales coercitivos o desleales” (pág. 2).</p> | <p>Los derechos de los consumidores están encaminadas específicamente a su satisfacción por medio de los bienes y servicios ofertados dentro del territorio ecuatoriano; además se destacan un tema súper importante como es la calidad; esta calidad deberá estar presente en cada uno de los bienes y servicios que los consumidores adquieran; y con respecto a las obligaciones deberán consumir racional y responsablemente de bienes y servicios, tratando de cuidar la salud.</p> |
|---|---|--|

Fuente: Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (2011)

Elaborado por: Jenifer Cano

2.2.4. Ley Orgánica de Salud (2006)

Tabla 4: Ley Orgánica de Salud (2006)

| | | |
|--|--|--|
| <p>Ley Orgánica de Salud (2006)</p> | <p>Capítulo I del Derecho a la Salud y su Protección, establece el siguiente artículo: Art. 3.- “La salud es el completo estado de bienestar físico, mental y social y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades. Es un derecho humano inalienable, indivisible, irrenunciable e intransigible, cuya protección y garantía es responsabilidad primordial del Estado; y, el resultado de un proceso colectivo de interacción donde Estado, sociedad, familia e individuos convergen para la construcción de ambientes, entornos y estilos de vida saludables” (pág. 1).</p> | <p>Correspondiente al tema del bienestar físico, que especifica básicamente que este es un derecho irrenunciable de los ciudadanos y ciudadanas del Ecuador.</p> |
|--|--|--|

Fuente: Ley Orgánica de Salud (2006)

Elaborado por: Jenifer Cano

2.2.5. Ley del Deporte, Educación Física y recreación (2010)

Tabla 5: Ley del Deporte, Educación Física y recreación (2010)

| | | |
|---|---|---|
| <p>Ley del Deporte, Educación Física y Recreación (2010)</p> | <p>Art. 89 De la recreación.- “La recreación comprenderá todas las actividades físicas lúdicas que empleen al tiempo libre de una manera planificada, buscando un equilibrio biológico y social en la consecución de una mejor salud y calidad de vida. Estas actividades incluyen las organizadas y ejecutadas por el deporte barrial y parroquial, urbano y rural” (pág. 13). Art. 142.- De los permisos de desarrollo urbanístico.- “La autoridad municipal que otorgue los permisos para desarrollos urbanísticos deberá exigir que los proyectos contemplen espacios para las actividades físicas deportivas y recreativas, con adaptaciones para las personas con dificultad de movimiento, adultos(as) mayores y con discapacidad, tanto en los espacios interiores como exteriores” (pág. 18).</p> | <p>Los siguientes artículos que se vincula directamente con el desarrollo de esta investigación, mismos que ponen de manifiesto que la recreación principalmente ayuda a que las personas salgan de trajín del día a día logrando de esta manera crear una mejor calidad de vida de las y los ciudadanos. Además se especifica en el art. 142 que se deben desarrollar proyectos que ayuden a la realización de actividades físicas de cada uno de los ciudadanos y ciudadanas.</p> |
|---|---|---|

Fuente: Ley del Deporte, Educación Física y Recreación (2010)

Elaborado por: Jenifer Cano

2.3. Fundamentación Filosófica

2.3.1. Axiológica

Para fundamentar esta investigación es necesario poner en práctica algunos valores que permitan el desarrollo adecuado y eficiente del proyecto, por ello los valores que se verán involucrados será la ética profesional, esto en cuanto a respetar los criterios de los autores además también involucraré la responsabilidad, honestidad, esfuerzo, optimismo, amor y alegría que definitivamente serán mi soporte para realizar esta investigación.

2.3.2. Praxiológica

En este punto se ve conveniente destacar que durante carrera se ha trabajado con mallas curriculares que definitivamente son de vital importancia para el desarrollo del estudio de factibilidad, tomando en cuenta que un estudio de factibilidad involucra diferentes cátedras o conocimientos múltiples que directamente influyen en cada una de las etapas que posee este estudio.

2.3.3. Epistemológica

Para el desarrollo de la investigación epistemológicamente se sustentó en una metodología, más no en una teoría; debido a que los estudios de factibilidad tienen múltiples temas a realizar.

Para determinar la metodología a utilizar se ve conveniente la puesta de dos autores y la metodología que aplican; luego de hacer un análisis crítico se procede a utilizar la metodología que es más adecuada para el desarrollo de la investigación.

Para ello se ha investigado las metodologías desarrolladas por Hernández, Hernández y Hernández, (2009) y Baca (2013). Este primer autor en su libro "Diseño de proyectos" expresa conceptos utilizados en el desarrollo de la metodología, además también identifica casos. Se concluye que la

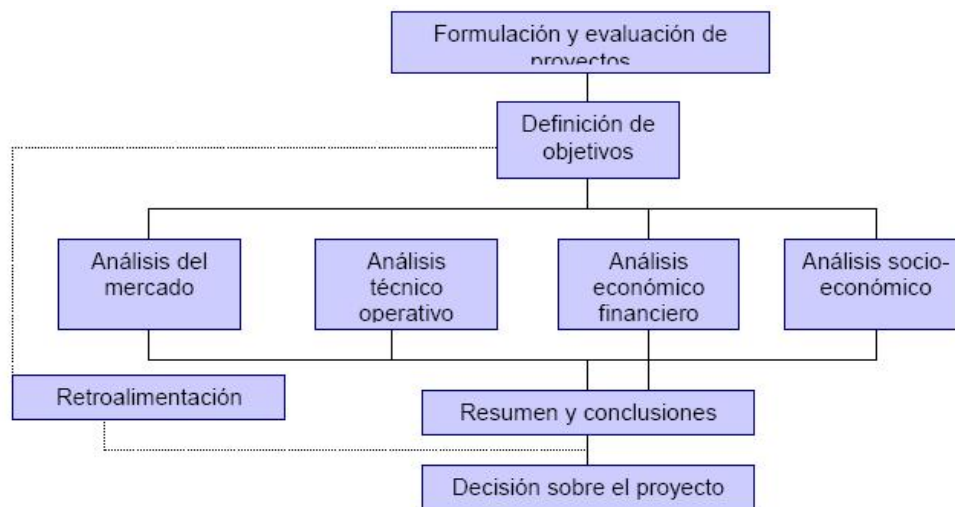
metodología aplicada es básica y matemática lo cual no permite realizar un análisis exhaustivo de la factibilidad de la investigación.

Por su parte Baca, (2013) en su libro “Evaluación de proyectos” desarrolla una metodología amplia y profunda que incluye conceptos y herramientas para evaluar la factibilidad de un proyecto, es así que determina un ejemplo práctico el cual identifica diferentes escenarios con el fin de que los investigadores comprendan la aplicación.

Para la presente tesis la metodología a utilizar es la de Baca Urbina, “Evaluación de Proyectos” el cual presenta métodos específicamente para evaluar proyectos, misma que pretende ser una guía para el desarrollo adecuado de los temas expuestos en esta.

A continuación se indica la metodología:

Gráfico 1: Estructura general de la evaluación de proyectos



Fuente: Baca (2013, pág. 4)

El esquema utilizado por Baca Urbina consta de aspectos tales como: estudio de mercado, estudio técnico-operativo, estudio económico-financiero y análisis de impactos.

La primera parte de la investigación es el análisis de mercado, dentro del cual se consideran aspectos a desarrollar tales como: la demanda, oferta, precio y

comercialización. El análisis de mercado permitirá determinar la posibilidad real de penetración del servicio al mercado objetivo. Es decir los resultados arrojados por este estudio determinará la posibilidad de continuar con el desarrollo de esta investigación.

La segunda parte formal del proyecto es el estudio técnico-operativo, el cual consta de tamaño óptimo de la planta, localización de la planta, ingeniería del proyecto y aspectos organizacionales como organigrama y estructura funcional del proyecto.

En un tercer punto tenemos el estudio económico - financiero a este primer estudio Baca (2013) destaca que es el “ordenamiento y sistematización de la información de carácter monetario y elaboración de los cuadros analíticos que sirven de base para la evaluación económica” (pág. 6). Dentro de este punto se contempla el análisis de la inversión inicial a partir de los estudios de la ingeniería del proyecto que se realizó anteriormente. Así mismo se considera el estudio de la depreciación y amortización de los activos de la inversión inicial. Del mismo modo se elabora estados financieros como balance general, estado de resultados y flujo de efectivo, que básicamente servirán para estudio de la siguiente etapa según lo indica el autor. Y el estudio financieros se desarrollan métodos para evaluar el dinero a través del tiempo como por ejemplo el VAN, TIR, C/B y PRI.

Y finalmente se procede a realizar el estudio de impactos del cual se desprende el educativo-cultural, socio-económico, e impacto ambiental.

Además cabe destacar que el autor del libro Evaluación de Proyectos, maneja aspectos de la planeación estratégica. Es preciso mencionar que la metodología a utilizar es perfectamente aplicable a proyectos reales, siendo esta una guía mucho más entendible.

2.4. Fundamentación científica

El fundamento científico expresado en esta parte conceptualiza las variables que se toman en consideración para realizar la investigación. A continuación se desarrollan definiciones que aportan con el tema planteado.

2.4.1. Administración

Según Koontz, Weihrich y Cannice (2012) la administración “es un proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente en el que individuos trabajan en grupos cumplen metas específicas de manera eficaz. Estas definiciones básicas necesitan ampliarse:

1. Como gerentes, las personas realizan las funciones gerenciales de planear organiza, integrar personal, dirigir y controlar.
2. La administración se aplica a cualquier tipo de organización
3. También se adjunta a los gerentes de todos los niveles organizacionales.
4. La meta de todos los gerentes es la misma: crear valor agregado
5. La administración se ocupa de la productividad, lo que supone efectividad y eficiencia, y la suma de los dos para lograr la eficacia.” (Pág. 4)

De acuerdo a Griffin, Ricky (2011) la administración involucra procesos como planeación, organización, dirección y control encaminadas a tomar decisiones respecto a los recursos con los que cuenta una empresa, con el propósito de cumplir satisfactoriamente las metas establecidas en la misma.

La administración se ha convertido en un pilar fundamental para las empresas, mismo que indica un proceso que se debe seguir para que la organización funcione de manera adecuada y pertinente.

2.4.2. Marketing

El marketing es una herramienta que trata de que las empresas brinden satisfacción a las necesidades humanas y sociales, sin lugar a duda el marketing se encarga de atraer más clientes para la empresa y mantener a su cuota de mercado, es decir tiene un propósito doble. Con la aplicación de este la empresa puede alcanzar beneficios. Según Kotler, Philip y Keller, Kevin (2012) por su parte opinan que el marketing es un intercambio de los que necesitan algo y los que proporcionan esta “necesidad” a través de la investigación y creación.

2.4.3. Mercado

Para (Kloter y Armstrong, 2013) el mercado va más allá de un espacio físico; es la construcción de relaciones, que según estos autores requiere de mucho trabajo, debido a que se necesita diseñar ofertas que estén de acuerdo a las necesidades de los clientes, fijar precios, canal de distribución, manera de comercializar más sin embargo el éxito de esto dependerá de la minuciosa investigación que se dé en el desarrollo de un producto. También se destaca que los consumidores realizan marketing al momento de realizar averiguación de un producto en específico.

2.4.4. Demanda

Según el criterio de Baca (2013) y Córdova (2011), definen la demanda como la cantidad de productos que se encuentran en el mercado listos para satisfacer las necesidades. La demanda permite determinar necesidades, requerimientos, consumo, gustos y preferencias. Logrando visionar una parte del contexto del mercado que básicamente nos sirve para estar en el mercado con la oferta del servicio de gimnasio.

2.4.5. Demanda insatisfecha

Según Baca (2013) "Es aquella en la que lo ofertado no alcanza a cubrir los requerimientos de los consumidores" (Pág. 29).

Para Miranda (2005) la demanda insatisfecha existe "cuando las demandas detectadas en el mercado no están suficientemente atendidas" (Pág. 102).

Según la conceptualización de los autores anteriormente mencionados se entiende como demanda insatisfecha a que lo ofertado es menor a lo requerido, por lo que de esta manera parte del mercado se queda sin cubrir una necesidad referente a un bien o servicio.

2.4.6. Demanda satisfecha

La demanda satisfecha es lo que se oferta en el mercado satisface la demanda existente (Baca, 2013). Además dentro de esta clasificación existen dos tipos de demanda satisfecha. Demanda satisfecha saturada y no saturada; esta primera se da cuando existe una mayor cantidad de productos en el mercado, y la segunda se encuentra supuestamente satisfecha.

2.4.7. Clientes

Para Barquero Daniel, Rodríguez Carlos, Barquero María & Huertas Fernando (2007) "La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia la persona que depende de. Es decir, los clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que una empresa puede satisfacer" (pág.1).

Barquero Daniel, et al. (2007) clasifica a los clientes en:

2.4.7.1. Clientes internos:

Accionistas: Son los que invierten en la compañía. Esperan de esta que les aporte beneficios y que les informe de cómo evolucionan los principales indicadores económicos.

Personal: Son los que desarrollan el servicio. Esperan que se reconozca su labor, se les forme y se les de las herramientas necesarias para ejecutar su trabajo.

2.4.7.2. Clientes externos:

Canales de comercialización: Son los que distribuyen el producto. Esperan de la empresa una comisión acorde a los resultados y una seguridad en la relación.

Proveedores: Son los que nos venden productos y materias primas.

Mercado de referencia: Son los que contribuyen en nuestra decisiones (consultores, universidades...)

Mercado de influencia: Son los que influyen en el cliente final (prensa, autoridades...). Esperan de nosotros que les infórmenos de novedades y noticias, que publiquemos artículos.

2.4.7.3. Clientes finales:

Cliente actual: Es el que me compra. Espera una atención del servicio satisfactorio.

Cliente del competidor: Es el que compra a la competencia. Espera que nos dirijamos a él con una mejor oferta de valor que la que ya tiene.

Cliente potencial no usuario: Es el que podría comprar pero no lo hace.

Cliente antiguo recuperado: Es el cliente que compra pero que ahora ya no compra.

(pág. 1)

Los clientes es la razón de ser de cualquier organización. Sin los clientes la organización dejaría de existir, por ello de la gran importancia de la calidad en la atención al cliente y en el producto.

2.4.8. Necesidades

Kotler y Keller (2012) indican que “son requerimientos humanos básicos tales como: aire, alimento, agua, vestido y refugio. Los humanos también tenemos una fuerte necesidad de ocio, educación y entretenimiento” (Pág. 10). Es así que las necesidades son aquellas carencias que el consumidor mantiene en referencia a un bien o servicio, estas necesidades según Kotler y Armstrong se convierte en deseo cuando el consumidor toma la decisión de compra.

2.4.9. Deseos

Kotler y Keller (2012) manifiestan que “las demandas son deseos de un producto específico respaldada por la capacidad de pago” (Pág. 10).

Además otro autor manifiesta que “es la forma que toman las necesidades humanas a medida que son procesadas por la cultura y la personalidad individual” (Kloter y Armstrong 2013, pág. 6).

Los deseos se los considera como la etapa final de la decisión de compra, el cual se manifiesta por la adquisición de la misma, es decir en este punto el cliente valora todas las características del producto y se favorece de este.

2.4.10. Estudio de factibilidad

Ojeda, (2006) manifiesta que es “Cualidad de factible, es decir que se puede llevar a cabo. En administración la Factibilidad es la posibilidad de que una empresa, proyecto específico o medida administrativa pueda realizarse de acuerdo con las metas y objetivos propuestos” (Pág. 171). Es decir un estudio para determinar la factibilidad de un proyecto a través de un proceso.

Un estudio de factibilidad tienen procesos que sirven básicamente para evaluar si es viable o no el proyecto. De acuerdo a la metodología planteada por Baca Urbina (2013) establece:

- Análisis de Mercado.
- Análisis Técnico-operativo.
- Análisis Económico-financiero
- Análisis de Impactos.

El estudio de mercado se compone de demanda, oferta, precio y comercialización. Lo que busca el análisis de mercado es estudiar las fuerzas existentes en el mismo, características, preferencias, frecuencias de uso y la manera de establecer los precios de un bien o servicio.

Dentro del análisis técnico-operativo se desarrollan actividades de determinación del tamaño óptimo de la planta, capacidad de producción en un periodo determinado, determinación de la localización de acuerdo a puntos estratégicos, ingeniería del proyecto y distribución de la planta que básicamente identifica la estructura física del proyecto.

El análisis financiero es de ordenamiento y sistematización de la información financiera, a través de la inversión inicial, estructura de financiamiento, ingresos, gastos y la elaboración de estados financieros, que demuestren la factibilidad que tienen el proyecto.

En la evaluación económica se subrayarán métodos de evaluación en cuanto al valor del dinero a través del tiempo; es decir demostrar que el proyecto en todos sus posibles escenarios es factible.

2.4.11. Empresa

Para Zapata (2013), la empresa “es todo ente económico cuyo esfuerzo se orienta a ofrecer a los clientes bienes y /o servicios que, al ser vendidos, producirán una renta que beneficia al empresario, al Estado y a la sociedad en general” (pág. 5).

Rodríguez Cairo, García Bao & Lucero Cárdena (2008), indican que la empresa para es una unidad técnica de control y decisión que mediante la combinación de recursos productivos produce bienes y /o servicios; transforma inputs en outspouts sujeto a reglas técnicas especificadas por su función de producción. La combinación de insumos en el proceso productivo se da mediante el uso de la tecnología. (pág. 49)

La empresa es una organización, uno de sus objetivos es satisfacer necesidades que tienen los consumidores. Esta además posee o maneja áreas de talento humano, organizacionales, económicos y financieros.

2.4.12. Servicios

Para Kloter y Armstrong (2013) el servicio es la “actividad, beneficio o satisfacción que se ofrece a la venta y que es esencialmente intangible y no da como resultado la propiedad de algo” (pág. 196).

Además según Fisher el servicio hace referencia a una actividad o beneficio que tienen características de intangible y que esta se otorga a una persona.

El servicio que esta investigación trata de estudiar es el servicio de un gimnasio, entonces lo que se busca es determinar si es conveniente o no que llegue el servicio al mercado, enfocado a satisfacer las necesidades de un grupo de consumidores.

2.4.13. Características de los servicios

Los servicios tienen cuatro características especiales según Kloter y Armstrong (2013), como son Intangibilidad del servicio, Inseparabilidad del servicio, Variabilidad del servicio y Caducidad del servicio; estas características de los servicios se deben tomar en cuenta al momento de diseñar el producto en este caso un servicio, debido a que no se puede tocar, oler, sentir o escuchar por lo que incidirá en la calidad del servicio y satisfacción del cliente, por lo que es preciso capacitar al personal que brinda el servicio.

2.4.14. Gimnasio

Un gimnasio sin lugar a dudas es aquel espacio que permite realizar actividades físicas, siendo un espacio que permite tonificar músculos, bajar de peso o únicamente mantenerse saludable según CONSUMOTECA (2009) menciona que “Un gimnasio es un recinto cerrado que permite a sus usuarios practicar ejercicio físico” (§ 1). De igual manera como lo manifiesta WIKIPEDIA (2014) “un gimnasio es un lugar que permite practicar deportes o hacer ejercicio en un recinto cerrado” (§ 1). Más sin embargo según mi apreciación un concepto más completo es el que lo expresa ECURED (2014) mismo que declara que un gimnasio es un “recinto cerrado para la práctica de deportes o para realizar ejercicios físicos destinados a desarrollar, fortalecer y dar flexibilidad al cuerpo. Los ejercicios pueden hacerse con o sin aparatos” (§ 1).

2.5. Idea a defender

Es factible realizar un estudio de implementación de un gimnasio para satisfacer la demanda de este servicio en los habitantes de la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca.

2.6. Variables de la investigación

Variable independiente: Demanda insatisfecha

Variable dependiente: Implementación de un gimnasio en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca.

2.7. Vocabulario técnico

- ✓ Actitud: Valoraciones, sentimientos y tendencias consistentemente favorable o desfavorable que muestra un individuo hacia un objeto o idea. (Kloter y Armstrong 2013, pág.)
- ✓ Aprendizaje: “Cambios producidos por experiencia en el comportamiento de un individuo” (Kloter y Armstrong 2013, pág. 123)
- ✓ Balance general: Informe financiero que muestra la situación patrimonial de la empresa en una fecha determinada. (Ojeda, F 2006, pág. 35)
- ✓ Caducidad del servicio: La caducidad significa que los servicios no pueden almacenarse para su venta o uso posterior. (Kloter y Armstrong, 2013, pág. 209)
- ✓ Calidad: Es un instrumento esencial para controlar y perfeccionar los procesos productivos. (Ojeda, F 2006, pág. 50)
- ✓ Canal de distribución: Es la vía por la cual un producto terminado pasa de su productor al comprador final (empresa o consumidor final). (Ojeda, F 2006, pág. 53)
- ✓ Capital: Cantidad de dinero que se presta a interés simple o compuesto; esta cantidad suele llamar el principal. (Ojeda, F 2006, pág. 59)
- ✓ Comercialización: Una cosa es producir los bienes y otra, hacer que el público los adquiera. Para lograr esto último la empresa debe realizar determinadas actividades y aplicar ciertas técnicas; ambas, consideradas en conjunto, reciben el nombre de comercialización. (OJEDA, 2006, pág. 93)

- ✓ Cultura: Conjunto de valores, percepciones, preferencias y comportamientos básicos. (Kloter y Armstrong 2013, pág. 129)
- ✓ Inseparabilidad del servicio: La inseparabilidad significa que los servicios no pueden separarse de sus proveedores, ya sea que los proveedores sean personas o máquinas. Si un empleado de servicio proporciona el servicio. Y los clientes no solo compran y utilizan un servicio, sino que juegan un papel activo de su entrega. La coproducción del cliente hace que la interacción cliente – proveedor sea una característica especial del marketing de servicio. Tanto el proveedor como el cliente afectan el resultado del servicio. (Kloter y Armstrong, 2013, pág. 209)
- ✓ Intangibilidad del servicio: Concepto de que los servicios no pueden ser vistos, probados, sentidos escuchados u olfateados antes de ser comprados, lo que significa que no es posible ver, probar, tocar, escuchar u oler los servicios antes de que sean comprados. (Kloter y Armstrong, 2013, pág. 209)
- ✓ Personalidad: Características psicológicas únicas que distinguen a una persona o grupo. (Kloter y Armstrong, 2013, pág. 138)
- ✓ Precio: Categoría económica de la producción mercantil; se define como la forma monetaria del valor de cambio de las mercancías. (Ojeda, F 2006, pág. 285)
- ✓ Variabilidad del servicio: La variabilidad del servicio significa que la calidad de los servicios depende de quién los proporciona, así como cuándo, dónde y cómo se prestan. (Kloter y Armstrong, 2013, pág. 209)
- ✓ Variabilidad: “Concepto de que la calidad de los servicios podría variar en gran medida dependiendo de quién los provea y cuándo, dónde y cómo son provistos”. (Kloter y Armstrong 2013, pág. 209)

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

3.1. Modalidad de la investigación

La investigación a desarrollar posee dos modalidades tales como: cuantitativa y cualitativa.

La investigación cuantitativa básicamente la utilizamos al momento de realizar cálculos para determinar demanda, oferta, precios; también se determina datos estadísticos como cálculos de la muestra, segmentación de la misma, etc. Otro enfoque es la investigación cualitativa que permite obtener información e enriquecerla, permitiendo realizar entrevistas de las cuales se obtendrá experiencias, estrategias, soluciones planteadas como también se puede obtener gustos, preferencias, necesidades y hacer uso de ellas para trabajar por la solución del problema establecido.

Es así que se determinan las ventajas que tienen las investigaciones expuestas anteriormente, las cuales aportan de manera directa al desarrollo de la presente investigación enfocándonos a realizar un estudio completo de aquellos aspectos o factores claves para el proyecto.

3.2. Tipos de investigación

La presente investigación es de tipo Bibliográfica, de Campo y Exploratoria.

La Investigación Bibliográfica se la utiliza en esta investigación porque a través de información secundaria es decir libros, documentos, revistas, folletos, investigación ya realizadas se logra hacer un análisis teórico y conceptual con lo cual sustentamos el tema planteado mediante información existente.

Así pues la Investigación de Campo es aquella que proporciona información de primera mano, es decir a través de la aplicación de encuestas se consigue información que permite conocer con exactitud necesidades, comportamientos, gustos y preferencias de la población objetivo, por medio de la aplicación de encuestas dirigida a la población de la parroquia de Julio Andrade y cantón San Pedro de Huaca.

Finalmente destacaremos que la investigación Exploratoria permite recabar información importante para el desarrollo de un marco teórico y lo suficientemente para determinar aspectos indispensables para el proyecto.

3.3. Población y muestra de la investigación

3.3.1. Población

La población que se considera pertinente para la investigación corresponde a la provincia del Carchi, específicamente a Julio Andrade parroquia rural del cantón Tulcán y al cantón San Pedro de Huaca; la población que se toma en cuenta para esta investigación es de 15 - 54 años de edad.

Para proyectar la población al 2014 se debe tomar en cuenta la tasa de crecimiento y la fórmula con la cual se va a proyectar. Para ello se utiliza la tasa de crecimiento población según provincia, que es 0.81% según fuente Censo de Población y Vivienda 2001 y 2010 y la fórmula del Monto Compuesto. A continuación la tabla de proyección de la parroquia de Julio Andrade.

Tabla 6: Proyección de la población parroquia Julio Andrade

| PROYECCIÓN PARROQUIA JULIO ANDRADE | | | |
|---|----------------|--------------|--------------|
| | EDADES | 2010 | 2014 |
| JULIO ANDRADE | 15 – 19 | 1.057 | 1.092 |
| | 20 – 24 | 869 | 897 |
| | 25 – 29 | 717 | 741 |
| | 30 – 34 | 648 | 669 |
| | 35 – 39 | 650 | 671 |
| | 40 – 44 | 616 | 636 |
| | 45 – 49 | 467 | 482 |
| | 50 – 54 | 359 | 370 |
| | TOTAL | 5.383 | 5.558 |

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborador: SEMPLADES (2010)

Para determinar la población del cantón San Pedro de Huaca para el año 2014 se ha trabajado según proyecciones referenciales de población cantonal según grupos de edades período 2010 – 2020 de la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. A continuación la tabla de proyección cantón San Pedro de Huaca.

Tabla 7: Proyección de la población cantón San Pedro de Huaca

| POBLACIÓN CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA | | |
|--|----------------|--------------|
| CANTÓN | EDADES | 2014 |
| SAN PEDRO DE HUACA | 15 - 19 | 816 |
| | 20 - 24 | 724 |
| | 25 - 29 | 577 |
| | 30 - 34 | 632 |
| | 35 - 39 | 593 |
| | 40 - 44 | 538 |
| | 45 - 49 | 416 |
| | 50 - 54 | 357 |
| | TOTAL | 4.653 |

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Jenifer Cano

3.3.2. Muestra de la investigación

3.3.2.1. Tamaño de la muestra

Gráfico 2: Fórmula para determinar el tamaño de la muestra

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

En donde:

n= Muestra

N= Población o Universo

σ = Desviación estándar de la población que, generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizarse un valor constante de 0,5.

Z= Valor obtenido mediante niveles de confianza. Es un valor constante que, si no se tiene su valor, se lo toma en relación al 95% de confianza equivale a 1,96 (como más usual).

$$n = \frac{(10211) \cdot (0,5)^2 \cdot (1,96)^2}{(10211 - 1)(0,05)^2 + (0,5)^2 \cdot (1,96)^2}$$

$$n = \frac{9806,6444}{25,525 + 0,9604}$$

$$n = \frac{9806,6444}{26,4854}$$

$$n = 370,26 \approx 370$$

Entonces después de calcular la muestra con la fórmula planteada se obtuvo 370 encuestas aplicar. De la misma manera se realiza la distribución de las encuestas a aplicar en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca, en donde se detalla en la siguiente tabla:

Tabla 8: Distribución de encuestas parroquia Julio Andrade y cantón San Pedro de Huaca

| DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS PARROQUIA JULIO ANDRADE Y CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA. | | | |
|---|------------------|-------------|--------------------|
| | POBLACIÓN | % | # ENCUESTAS |
| Julio Andrade | 5.558 | 54% | 200 |
| San Pedro de Huaca | 4.653 | 46% | 170 |
| TOTAL | 10.211 | 100% | 370 |

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: Jenifer Cano

Tabla 9: Distribución de encuestas parroquia Julio Andrade y cantón San Pedro de Huaca según edades.

| POBLACIÓN DE JULIO ANDRADE Y CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA SEGÚN EDAD | | | | |
|--|---------------|------------------|----------|----------------|
| PARROQUIA | EDADES | POBLACIÓN | % | MUESTRA |
| Julio Andrade | 15 – 19 | 1.092 | 0,0360 | 39 |
| | 20 – 24 | 897 | 0,0360 | 32 |
| | 25 – 29 | 741 | 0,0360 | 27 |
| | 30 – 34 | 669 | 0,0360 | 24 |
| | 35 – 39 | 671 | 0,0360 | 24 |
| | 40 – 44 | 636 | 0,0360 | 23 |
| | 45 – 49 | 482 | 0,0360 | 17 |
| | 50 – 54 | 370 | 0,0360 | 13 |
| | TOTAL | 5.558 | | 200 |
| CANTÓN | EDADES | POBLACIÓN | % | MUESTRA |
| | 15 - 19 | 816 | 0,0365 | 30 |
| | 20 - 24 | 724 | 0,0365 | 26 |
| | 25 - 29 | 577 | 0,0365 | 21 |
| | 30 - 34 | 632 | 0,0365 | 23 |
| | 35 - 39 | 593 | 0,0365 | 22 |
| | 40 - 44 | 538 | 0,0365 | 20 |
| | 45 - 49 | 416 | 0,0365 | 15 |
| | 50 - 54 | 357 | 0,0365 | 13 |
| | TOTAL | 4.653 | | 170 |
| TOTAL ENCUESTAS APLICAR | | | | 370 |

Fuente: Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborador por: Jenifer Cano

Es preciso destacar que se ha realizado un muestreo probabilístico estratificado, debido a que se puede obtener una muestra por cada rango de edad. Una de las ventajas de la estratificación es que aumenta la precisión de la muestra según lo indica (Hernández, Fernández y Baptista, 2010).

3.4. Operacionalización de variables

Tabla 10: Operacionalización de variables

| Idea a defender | Variables | Descripción de la variable | Índices | Indicador | Ítems (preguntas) | Técnicas | Informantes |
|---|------------------------------|--|--|--------------------------|--|-----------|-------------|
| Es factible realizar un estudio de implementación de un gimnasio para satisfacer la demanda de este servicio en los habitantes de la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca. | V.I. Demanda insatisfecha | Lo producido u ofertado no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado | Servicio | Características | ¿Cuál de los siguientes factores considera importante que posea un gimnasio? | Encuesta | Habitante |
| | | | | Tipos de servicio | Actualmente Ud. ¿Qué tipo de actividad física realiza? | Encuesta | Habitante |
| | | | | Periodos de tiempos | En función de la pregunta anterior en que horario le gustaría realizar actividad física (Una sola opción). | Encuesta | Habitante |
| | | | Demanda | Número de demandantes | Si se llegaría a ofertar este tipo de servicios en la localidad Ud. | Encuesta | Habitante |
| | | | | | Ud. ¿Ha asistido o asiste a un gimnasio? | Encuesta | Habitante |
| | | | | Disponibilidad de tiempo | Por lo general ¿Qué días y que horario dispone o destina para realizar actividad física? | Encuesta | Habitante |
| | | | | Frecuencia de demanda | ¿Con que frecuencia Ud. acude o acudiría a un gimnasio? (Una sola opción) | Encuesta | Habitante |
| | | | | Gustos y preferencias | ¿Le gustaría asistir a un gimnasio de la localidad? | Encuesta | Habitante |
| | | | Ud. Acude o acudiría a un gimnasio para: (Una sola opción) | | Encuesta | Habitante | |

| | | | | | | | |
|--|-------------------------------------|---|------------------|---------------------------------------|---|-------------|--------------|
| | | | | | 12. ¿Cuáles son las razones por las que usted dejaría de asistir a un gimnasio? (Una sola opción) | Encuesta | Habitante |
| | | | | Nivel de ingreso | ¿Cuál es el promedio de sus ingresos mensuales? | Encuesta | Habitante |
| | | | | Presupuesto asignado | ¿Cuánto gastaría en promedio mensual para mantenerse bien físicamente? | Encuesta | Habitante |
| | | | | Factores que inciden sobre la demanda | De acuerdo a su elección anterior. ¿Cuánto pagaría por los servicios del gimnasio? | Encuesta | Habitantes |
| Es factible realizar un estudio de implementación de un gimnasio para satisfacer la demanda de este servicio en los habitantes de la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca | V.D. Implementación de un gimnasio. | Es el estudio minucioso de aquellos aspectos que se refieren a la posible operación del proyecto; | Oferta | Número de oferentes | Número de gimnasios que existen en la ciudad de Tulcán. | Observación | investigador |
| | | | | Localización | ¿Cuál es la localización? | Observación | investigador |
| | | | | Competencia | ¿Cuál considera Ud. es su competencia más fuerte? | Entrevista | propietario |
| | | | | Planes de ampliación | El gimnasio tiene intenciones de ampliación. | Entrevista | Habitante |
| | | | | Ventajas sobre la competencia | ¿Qué ventajas tiene el gimnasio sobre la competencia? | Entrevista | Habitante |
| | | | Precio | Tipos de precios | ¿Cuántos tipos de precios dispone? | Entrevista | propietario |
| | | | | Precios actuales | ¿Cuáles son los precios actuales? | Entrevista | Propietario |
| | | | Mix de marketing | | ¿Qué servicio adicional le gustaría recibir por acudir a un gimnasio? | Encuesta | Habitante |
| | | | | | ¿Qué medios de comunicación utiliza como fuente de información local? (Una sola opción) | encuesta | Habitante |

| | | | | | | | |
|--|--|--|---------------------------------|------------------------------|---|------------|------------------------------|
| | | | Análisis técnico - operativo | Tecnología | ¿De qué manera adquirió la maquinaria? | Entrevista | Administrador de un gimnasio |
| | | | | Procesos | ¿Qué procesos son aplicados a los clientes, previo utilización de los equipos del gimnasio? | Entrevista | Administrador de un gimnasio |
| | | | | Base legal | ¿Qué normativa les rige? | Entrevista | Administrador de un gimnasio |
| | | | | Organización | ¿Cuál es el número de trabajadores posee el gimnasio? | Entrevista | Administrador de un gimnasio |
| | | | | | ¿Cuántos trabajadores poseen título de tercer nivel? | Entrevista | Administrador de un gimnasio |
| | | | Análisis económico - financiero | Estructura de financiamiento | ¿Qué tipo de financiamiento utilizó, para emprender el negocio? | Entrevista | Administrador de un gimnasio |

Elaborado por: Jenifer Cano

3.5. Plan recolección de la información

Tabla 11: Recolección de información

| RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN: | | | |
|------------------------------------|---|----------------|---------------|
| Tipos de investigación | Actividad | Recurso | Tiempo |
| Investigación bibliográfica | Consulta de textos, análisis de documentos. | Investigador | 2 mes |
| Investigación de campo | Determinación de la población y la muestra. | Investigador | 1 semana |
| | Selección de técnica de la investigación. Encuesta, entrevista. | Investigador | 1 semana |
| | Diseño de los instrumentos: Cuestionario | Investigador | 1 mes |
| | Aplicación de prueba piloto | Investigador | 3 semanas |
| | Aplicación de la encuesta | Investigador | 1 mes |
| | Trasladar la información a la plataforma creada del SPSS. | Investigador | 2 semana |
| | Análisis de la información | Investigador | 3 semanas |

Elaborador por: Jenifer Cano

3.6. Plan de procesamiento y análisis de la información.

Una vez aplicado las encuestas a los habitantes se procede a tabular la información. Para ello se utilizó una herramienta estadísticas SPSS y el programa Excel para presentar la información clara y entendible mediante tablas y gráfico.

3.6.1. Análisis de la información.

A. ENCUESTA DIRIGIDA A HABITANTES DE LA PARROQUIA DE JULIO ANDRADE Y AL CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA

OBJETIVO.- Diseñar un estudio de factibilidad para la implementación de un gimnasio y su incidencia en la demanda insatisfecha de la población de la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca.

PREGUNTA.

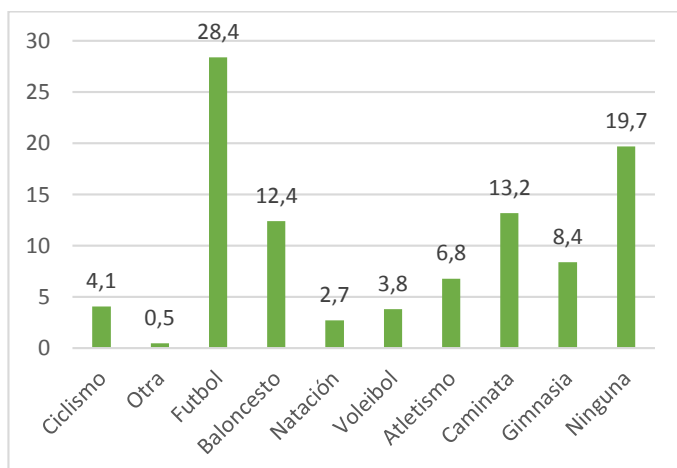
Tabla 12: ¿Actualmente Ud. qué tipo de actividad física realiza?

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje |
|--------------|------------|--------------|
| Ciclismo | 15 | 4,1 |
| Otra | 2 | ,5 |
| Futbol | 105 | 28,4 |
| Baloncesto | 46 | 12,4 |
| Natación | 10 | 2,7 |
| Voleibol | 14 | 3,8 |
| Atletismo | 25 | 6,8 |
| Caminata | 49 | 13,2 |
| Gimnasia | 31 | 8,4 |
| Ninguna | 73 | 19,7 |
| Total | 370 | 100,0 |

Fuente: Estudio de Campo

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 3: ¿Actualmente Ud. qué tipo de actividad física realiza?



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

Los resultados obtenidos a través de la aplicación del instrumento a los habitantes de la parroquia de Julio Andrade y al cantón San Pedro de Huaca determinan que la actividad física que más practican es Futbol, con un porcentaje significativo con respecto a las demás opciones, además se debe recalcar que el un porcentaje que llama la atención indica que los habitantes no realizan ningún tipo de actividad física. Por lo que se confirma con los datos de la Organización Mundial de la Salud 2002 que indican que los factores de riesgo de la inactividad física, o sedentarismo.

PREGUNTA.

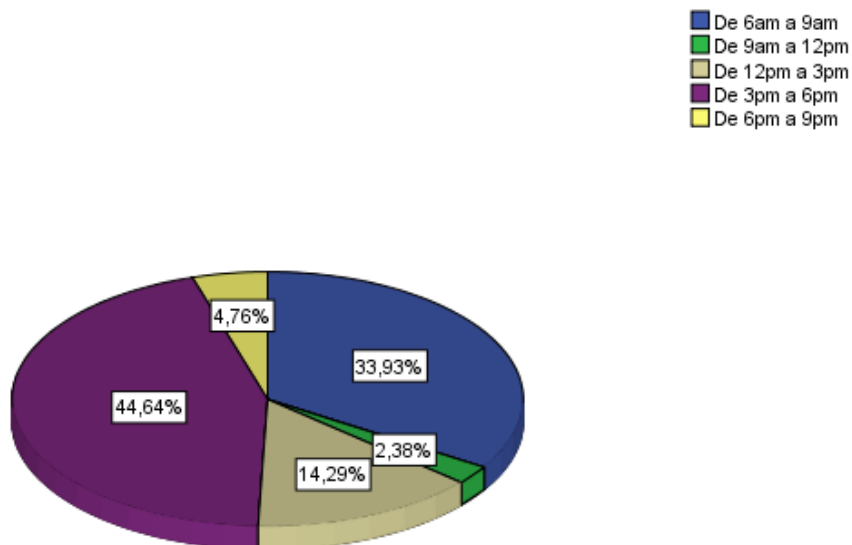
Tabla 13: En función a la pregunta anterior en que horario le gustaría realizar actividades físicas

| Indicador | | Frecuencia | Porcentaje válido |
|-----------|---------------|------------|-------------------|
| Válidos | De 6am a 9am | 57 | 15,4 |
| | De 9am a 12pm | 4 | 1,1 |
| | De 12pm a 3pm | 24 | 6,5 |
| | De 3pm a 6pm | 75 | 20,3 |
| | De 6pm a 9pm | 8 | 2,2 |
| | Total | 168 | 45,4 |
| Perdidos | Sistema | 202 | 54,6 |
| Total | | 370 | 100,0 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 4: En función a la pregunta anterior en que horario le gustaría realizar actividades físicas



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

La respuesta de los encuestados de acuerdo al horario que les gustaría realizar actividad física, manifiestan que prefieren el horario de 6 a 9 am y de 3 a 6 pm. Principalmente la causa de elección de estos horarios se deben a los diferentes roles que cumple cada persona que va desde un estudiante hasta amas de casa, que generalmente es el tiempo el cual estas personas podrían acudir a las instalaciones de un gimnasio, dando importancia a aquellas actividades que ayuda a combatir la rutina y por ende a mejorar o fortalecer la salud.

PREGUNTA.

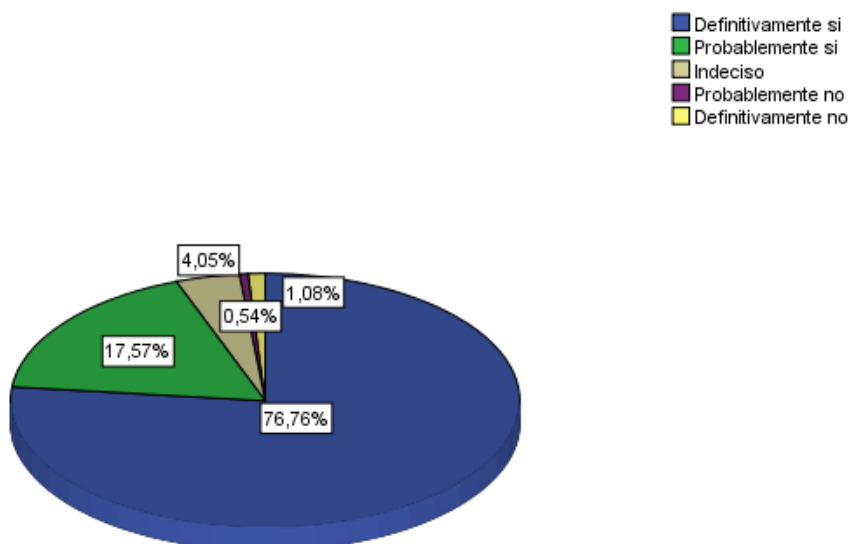
Tabla 14: ¿Cree Ud. que un gimnasio aportaría a incrementar su actividad física?

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válidos Definitivamente si | 284 | 76,8 |
| Probablemente si | 65 | 17,6 |
| Indeciso | 15 | 4,1 |
| Probablemente no | 2 | ,5 |
| Definitivamente no | 4 | 1,1 |
| Total | 370 | 100,0 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 5: ¿Cree Ud. que un gimnasio aportaría a incrementar su actividad física?



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

Los encuestados manifiestan que un gimnasio definitivamente aporta a incrementar la actividad física, y un mínimo no lo cree así. Los encuestados que opinaron de manera favorecedora por lo que se debe a que algunas personas ya han asistido a un gimnasio y saben de los beneficios infinitos que este les brinda, uno de estos y creo que son los más importantes es el verse bien y el estar sano, Esto se debe gracias a las comodidades y atenciones

que brinda un gimnasio las personas se sienten motivadas a realizar actividad física, por lo que de esta manera se llegaría a contrarrestar el sedentarismo.

PREGUNTA.

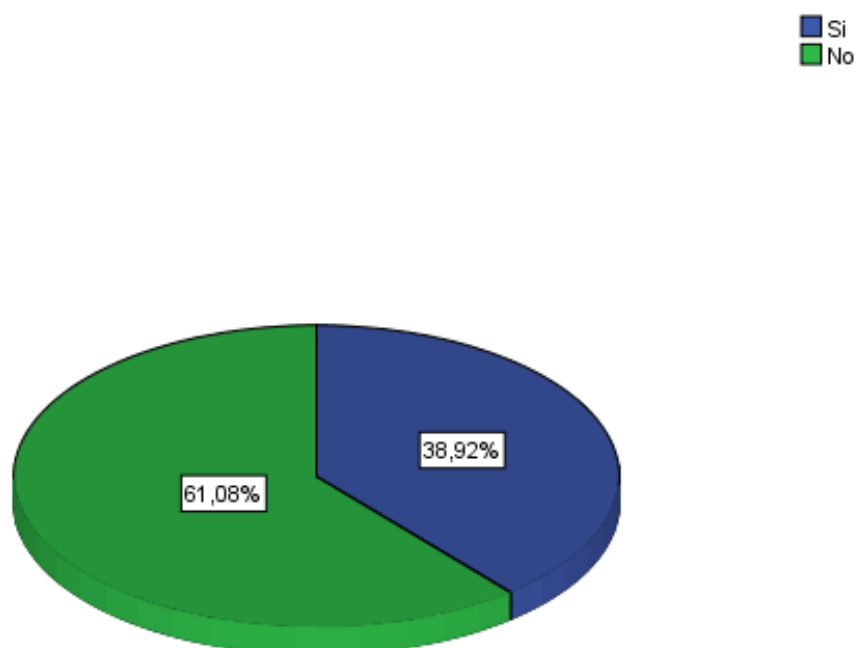
Tabla 15: ¿Ud. asiste o asistido un gimnasio?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|-------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Si | 144 | 38,9 | 38,9 | 38,9 |
| | No | 226 | 61,1 | 61,1 | 100,0 |
| | Total | 370 | 100,0 | 100,0 | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 6: ¿Ud. asiste o asistido a un gimnasio?



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

De la muestra tomada 144 han manifestada que si han acudido a un gimnasio en otros lugares en cambio la diferencia no ha asistido y por ende no se han beneficiados de este tipo de servicio; debido a que en las localidades encuestadas no ofertan el servicio de un gimnasio.

PREGUNTA.

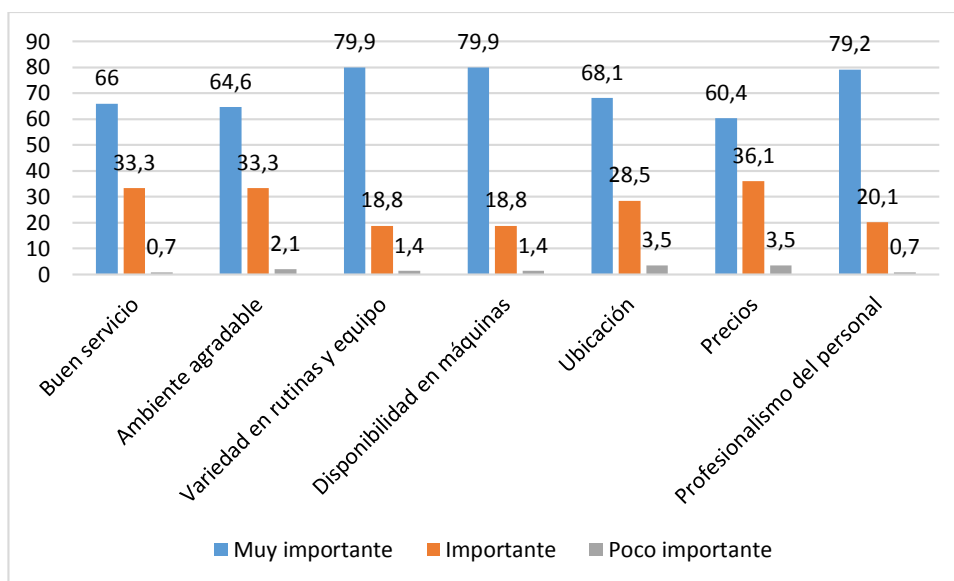
Tabla 16: ¿Cuál de los siguientes factores considera importante que posea un gimnasio?

| ELEMEN TOS | FACTORES | | | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|---------------|------------|--------------------|------------|------------------------------|------------|----------------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------------------------|------------|
| | Buen servicio | | Ambiente agradable | | Variedad en rutinas y equipo | | Disponibilidad en máquinas | | Ubicación | | Precios | | Profesionalismo del personal | |
| | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje |
| Muy importante | 95 | 66,0 | 93 | 64,6 | 115 | 79,9 | 115 | 79,9 | 98 | 68,1 | 87 | 60,4 | 114 | 79,2 |
| Importante | 48 | 33,3 | 48 | 33,3 | 27 | 18,8 | 27 | 18,8 | 41 | 28,5 | 52 | 36,1 | 29 | 20,1 |
| Poco importante | 1 | ,7 | 3 | 2,1 | 2 | 1,4 | 2 | 1,4 | 5 | 3,5 | 5 | 3,5 | 1 | ,7 |
| Total | 144 | 100,0 | 144 | 100,0 | 144 | 100,0 | 144 | 100,0 | 144 | 100,0 | 144 | 100,0 | 144 | 100,0 |
| Perdidos Sistema | 226 | | 226 | | 226 | | 226 | | 226 | | 226 | | 226 | |
| | 370 | | 370 | | 370 | | 370 | | 370 | | 370 | | 370 | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 7: ¿Cuál de los siguientes factores considera importante que posea un gimnasio?



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)
Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

De los resultados obtenidos respecto a los factores que consideran importantes por parte de los encuestados, se ha procedido a valorar de acuerdo a la escala de importancia. De los 144 encuestados han opinado que cada uno de los factores mencionados es muy importante que posea un gimnasio. Es por ello que hoy en día un cliente encuentra un servicio, pero además aparece la necesidad de recibir algo más. De esta manera estas personas se encuentran satisfechas y se logra no solamente que un cliente regrese sino que hay una gran posibilidad de que este recomiende a otros. Por lo que de aquí nace una exigencia que debe ser cubierta por empresarios debido a que cada uno de estos factores es de vital importancia para los clientes.

PREGUNTA.

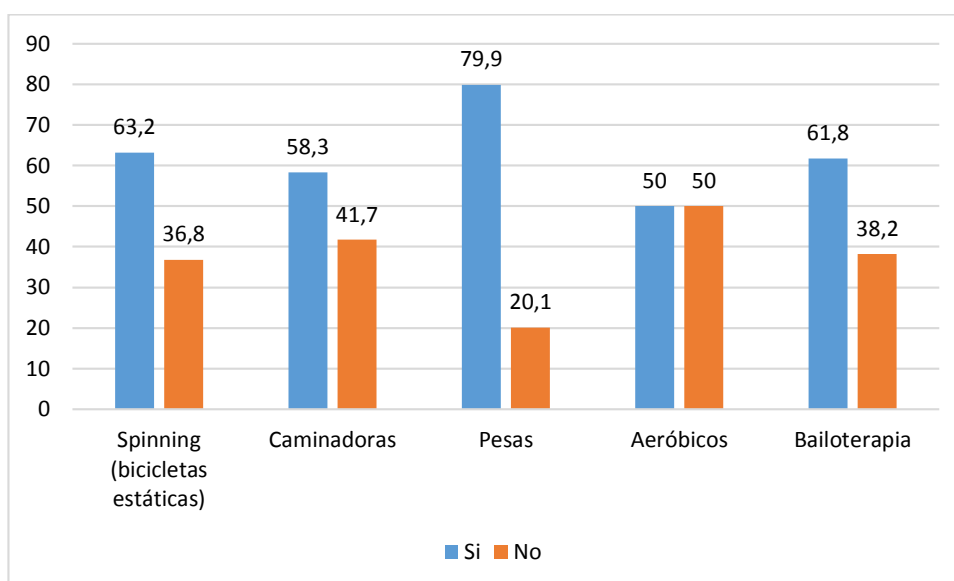
Tabla 17: De las siguientes ¿En un gimnasio qué actividades físicas le gustaría practicar o practica?

| Servicios | | Spinning (bicicletas estáticas) | | Caminadoras | | Pesas | | Aeróbicos | | Bailoterapia | |
|-----------|---------|---------------------------------|------------|-------------|------------|------------|------------|------------|------------|--------------|------------|
| | | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje | Frecuencia | Porcentaje |
| Válidos | Si | 91 | 63,2 | 84 | 58,3 | 115 | 79,9 | 72 | 50,0 | 89 | 61,8 |
| | No | 53 | 36,8 | 60 | 41,7 | 29 | 20,1 | 72 | 50,0 | 55 | 38,2 |
| | Total | 144 | 100,0 | 144 | 100,0 | 144 | 100,0 | 144 | 100,0 | 144 | 100,0 |
| Perdidos | Sistema | 226 | | 226 | | 226 | | 226 | | 226 | |
| Total | | 370 | | 370 | | 370 | | 370 | | 370 | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 8: Actividades físicas de un gimnasio



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

Analizando la información obtenida con respecto a las actividades físicas que les gustaría practicar o que ya practican en un gimnasio. La mayoría de los encuestados han respondido que están interesados en practicar pesas, también spinning y por debajo de esta se encuentra las cintas de correr o las comúnmente conocidas como caminadoras, bailoterapia y aeróbicos. Las ventajas de estas actividades se deben a que son divertidas y que contribuyen de manera tal al bienestar individual.

Es preciso manifestar que un gimnasio es un lugar en el que se puede realizar cada una de las actividades que ofrece este, trabajando directamente con un instructor. Más sin embargo esta pregunta se estableció de esta manera para observar la preferencia de los encuestados frente a las actividades físicas, para determinar aspectos financieros que más adelante se desarrollarán.

PREGUNTA.

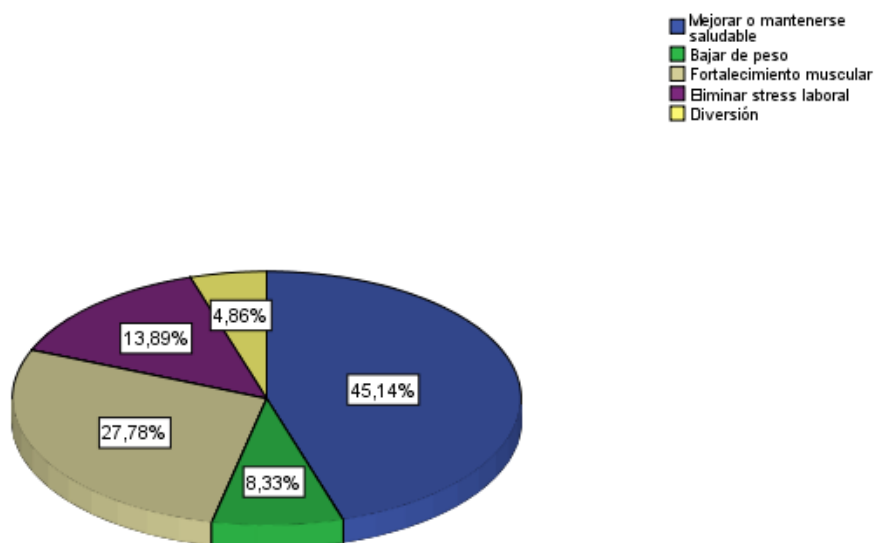
Tabla 18: Ud. Acude o acudiría a un gimnasio para:

| | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|--------------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | | | | |
| Mejorar o mantenerse saludable | 65 | 17,6 | 45,1 | 45,1 |
| Bajar de peso | 12 | 3,2 | 8,3 | 53,5 |
| Fortalecimiento muscular | 40 | 10,8 | 27,8 | 81,3 |
| Eliminar stress laboral | 20 | 5,4 | 13,9 | 95,1 |
| Diversión | 7 | 1,9 | 4,9 | 100,0 |
| Total | 144 | 38,9 | 100,0 | |
| Perdidos | | | | |
| Sistema | 226 | 61,1 | | |
| Total | 370 | 100,0 | | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 9: Ud. Acude o acudiría a un gimnasio para:



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

El 45% de los encuestados respondió que asistirían a un gimnasio para mejorar o mantenerse saludable, por debajo de esta cifra las personas acudirán por fortalecimiento muscular. Las personas en la actualidad se están preocupando por alcanzar el equilibrio entre la actividad física como en la

alimentación debido a los múltiples beneficios que se obtienen. El fortalecimiento muscular también es un tema que te lleva a estar sano de una manera más fuerte que ayuda de una u otra a la imagen personal que básicamente consiste en un entrenamiento de fuerza para tonificar o desarrollar la masa muscular.

PREGUNTA.

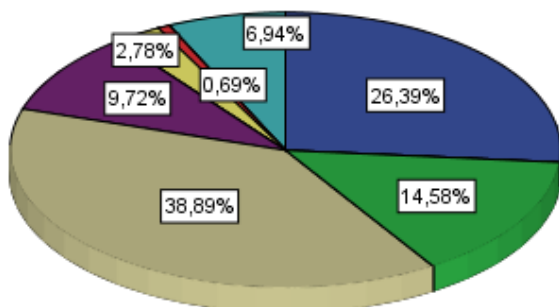
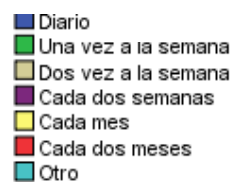
Tabla 19: ¿Con que frecuencia Ud. Acudiría a un gimnasio?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|---------|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Diario | 38 | 10,3 | 26,4 | 26,4 |
| | Una vez a la semana | 21 | 5,7 | 14,6 | 41,0 |
| | Dos vez a la semana | 56 | 15,1 | 38,9 | 79,9 |
| | Cada dos semanas | 14 | 3,8 | 9,7 | 89,6 |
| | Cada mes | 4 | 1,1 | 2,8 | 92,4 |
| | Cada dos meses | 1 | ,3 | ,7 | 93,1 |
| | Otro | 10 | 2,7 | 6,9 | 100,0 |
| | Total | 144 | 38,9 | 100,0 | |
| | Perdidos | Sistema | 226 | 61,1 | |
| Total | | 370 | 100,0 | | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 10: Frecuencia de asistencia



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

De las alternativas planteadas dos veces a la semana es la respuesta que mayor aceptación tuvo, de la misma manera los que dicen que acudirían diariamente a un gimnasio, en conclusión las respuestas son acogedoras para el estudio, además es preciso indicar que el tomar la actividad física como un hábito esta presenta resultados favorecedores para la salud y para el diario vivir.

PREGUNTA

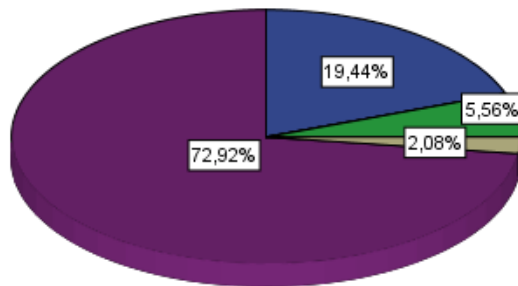
Tabla 20: ¿De qué manera le gustaría pagar por los servicios del gimnasio?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Diario | 28 | 7,6 | 19,4 | 19,4 |
| | Semanal | 8 | 2,2 | 5,6 | 25,0 |
| | Quincenal | 3 | ,8 | 2,1 | 27,1 |
| | Mensual | 105 | 28,4 | 72,9 | 100,0 |
| | Total | 144 | 38,9 | 100,0 | |
| Perdidos | Sistema | 226 | 61,1 | | |
| Total | | 370 | 100,0 | | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 11: ¿De qué manera le gustaría pagar por los servicios del gimnasio?



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

Más de la mitad de los encuestados pagarían de manera mensual por los servicios de un gimnasio, por lo que para establecer políticas se toma en cuenta esta aceptación por parte de los encuestados.

PREGUNTA.

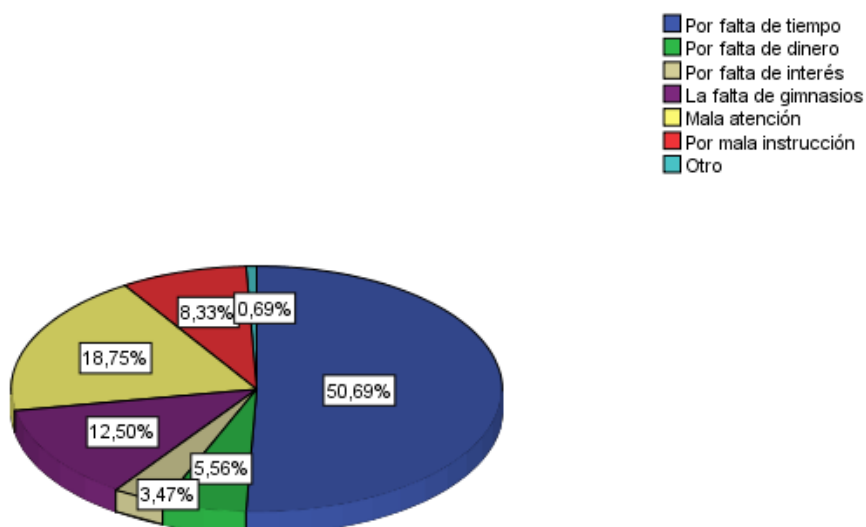
Tabla 21: ¿Cuáles son las razones por las que usted dejaría de asistir a un gimnasio?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|-----------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Por falta de tiempo | 73 | 19,7 | 50,7 | 50,7 |
| | Por falta de dinero | 8 | 2,2 | 5,6 | 56,3 |
| | Por falta de interés | 5 | 1,4 | 3,5 | 59,7 |
| | La falta de gimnasios | 18 | 4,9 | 12,5 | 72,2 |
| | Mala atención | 27 | 7,3 | 18,8 | 91,0 |
| | Por mala instrucción | 12 | 3,2 | 8,3 | 99,3 |
| | Otro | 1 | ,3 | ,7 | 100,0 |
| | Total | 144 | 38,9 | 100,0 | |
| Perdidos | Sistema | 226 | 61,1 | | |
| Total | | 370 | 100,0 | | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 12: ¿Cuáles son las razones por las que usted dejaría de asistir a un gimnasio?



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

Una de las razones por las que se dejaría de asistir a un gimnasio es por falta de tiempo, este es un causante importante porque las personas no acuden o hacen actividades físicas; por lo que de allí nace la necesidad de motivar a

que las personas traten o busquen tiempo para que realicen actividades físicas. Que según Stanley citado por Comellas (2012) señaló que “aquellos que piensan que no tienen tiempo para el ejercicio físico, tarde o temprano deberán encontrar tiempo para la enfermedad” También la mala atención, mala instrucción y falta de dinero son factores que sí afectan a que un cliente asista o deje de asistir. Es así que se debe tomar en cuenta cada una de estos aspectos para desarrollar o estructurar de manera adecuado un gimnasio.

PREGUNTA.

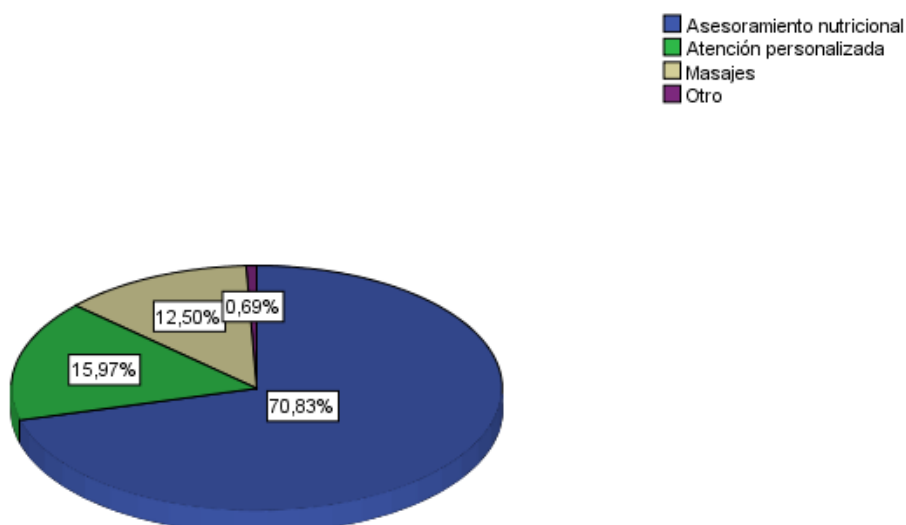
Tabla 22: ¿Qué servicio adicional le gustaría recibir por acudir a un gimnasio?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---------------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Asesoramiento nutricional | 102 | 27,6 | 70,8 | 70,8 |
| | Atención personalizada | 23 | 6,2 | 16,0 | 86,8 |
| | Masajes | 18 | 4,9 | 12,5 | 99,3 |
| | Otro | 1 | ,3 | ,7 | 100,0 |
| | Total | 144 | 38,9 | 100,0 | |
| Perdidos | Sistema | 226 | 61,1 | | |
| Total | | 370 | 100,0 | | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 13: ¿Qué servicio adicional le gustaría recibir por acudir a un gimnasio?



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

Una de las respuestas más acogidas es el asesoramiento nutricional con un porcentaje importante. El adquirir hábitos alimenticios correctos es de vital importancia para el desarrollo de la salud, lo cual permite contrarrestar la aparición de enfermedades alimenticias. Por ello el adquirir conocimiento referente a los alimentos, cantidades y veces que debemos consumir algo, se ha convertido en una necesidad fundamental que debe ser cubierta de cualquier manera.

PREGUNTA.

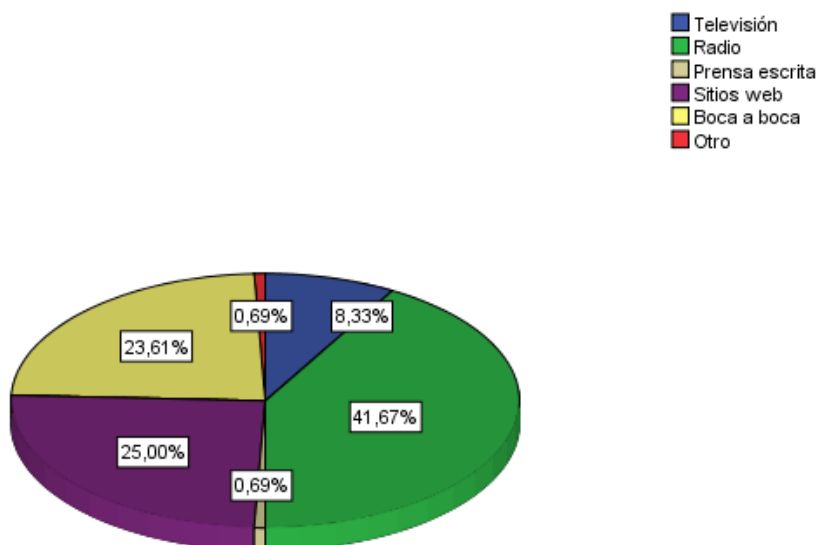
Tabla 23: ¿Qué medios de comunicación utiliza como fuente de información local?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Televisión | 12 | 3,2 | 8,3 | 8,3 |
| | Radio | 60 | 16,2 | 41,7 | 50,0 |
| | Prensa escrita | 1 | ,3 | ,7 | 50,7 |
| | Sitios web | 36 | 9,7 | 25,0 | 75,7 |
| | Boca a boca | 34 | 9,2 | 23,6 | 99,3 |
| | Otro | 1 | ,3 | ,7 | 100,0 |
| | Total | 144 | 38,9 | 100,0 | |
| Perdidos | Sistema | 226 | 61,1 | | |
| Total | | 370 | 100,0 | | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 14: ¿Qué medios de comunicación utiliza como fuente de información local?



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

Analizando los medios de comunicación que utilizan los encuestados para recibir información local. Se obtuvo que utilizan la radio, las más escuchadas es radio Latina (Julio Andrade), radio Frontera (Huaca), y radio Ondas Carchenses (Tulcán). También los Sitios web y boca a boca han alcanzado puntos relevantes. Por lo que dentro de los sitios web las redes sociales están presentes a través de la utilización de la aplicación del Facebook, por otro lado el Boca a boca es el medio de comunicación que permite el compartir experiencias adquiridas por los clientes a amigos conocidos entre otros, lo que repercutirá en el éxito o fracaso del negocio, cabe manifestar que es necesario satisfacer y entregar un valor agregado a los consumidores. En conclusión estas respuestas permiten identificar el medio de comunicación necesario para realizar la publicidad del servicio de gimnasio en el sector estudiado.

PREGUNTA.

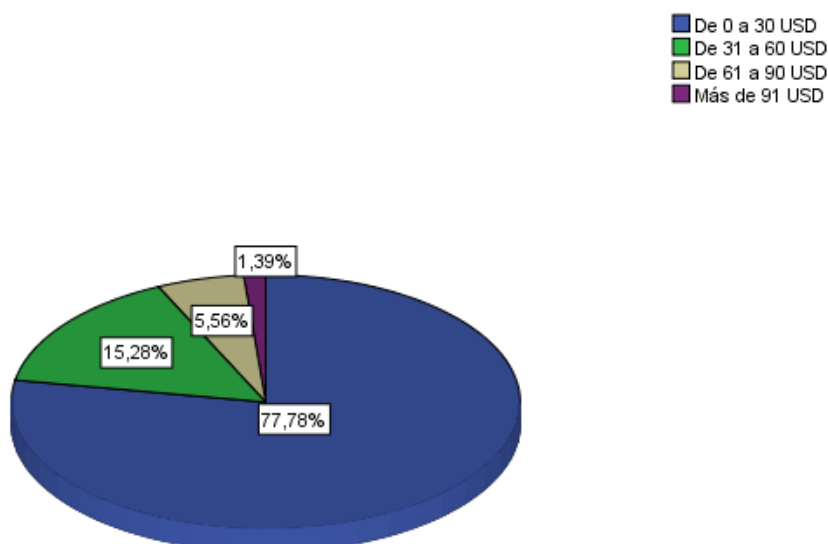
Tabla 24: ¿Cuánto gastaría en promedio mensual para mantenerse bien físicamente?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | De 0 a 30 USD | 112 | 30,3 | 77,8 | 77,8 |
| | De 31 a 60 USD | 22 | 5,9 | 15,3 | 93,1 |
| | De 61 a 90 USD | 8 | 2,2 | 5,6 | 98,6 |
| | Más de 91 USD | 2 | ,5 | 1,4 | 100,0 |
| | Total | 144 | 38,9 | 100,0 | |
| Perdidos | Sistema | 226 | 61,1 | | |
| Total | | 370 | 100,0 | | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 15: ¿Cuánto gastaría en promedio mensual para mantenerse bien físicamente?



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

Más del 75% de los encuestados únicamente gastarían un promedio mensual de 0 a 30 USD para mantenerse bien físicamente. Más sin embargo el cuidado de nuestra salud y cuerpo depende del trato o atención que nosotros damos, por lo que si no tomamos en cuenta cada una de estos parámetros podríamos gastar muchísimo más al tratar de contrarrestar las enfermedades.

PREGUNTA.

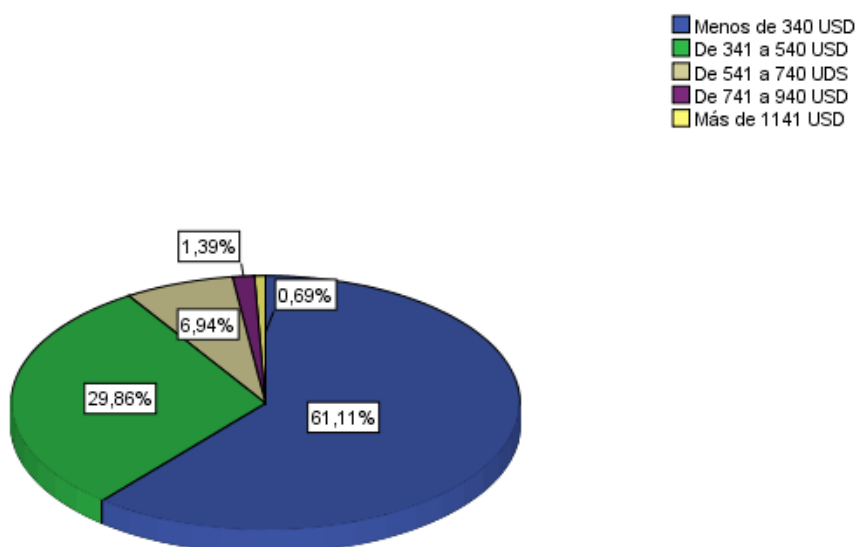
Tabla 25: ¿Cuál es el promedio de sus ingresos mensuales?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Menos de 340 USD | 88 | 23,8 | 61,1 | 61,1 |
| | De 341 a 540 USD | 43 | 11,6 | 29,9 | 91,0 |
| | De 541 a 740 UDS | 10 | 2,7 | 6,9 | 97,9 |
| | De 741 a 940 USD | 2 | ,5 | 1,4 | 99,3 |
| | Más de 1141 USD | 1 | ,3 | ,7 | 100,0 |
| Total | | 144 | 38,9 | 100,0 | |
| Perdidos | Sistema | 226 | 61,1 | | |
| Total | | 370 | 100,0 | | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 16: ¿Cuál es el promedio de sus ingresos mensuales?



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

Los encuestados respondieron que el promedio de sus ingresos mensuales son menores a 340 USD, se relaciona esta con la anterior con lo que se identifica que las personas destinarían parte de sus ingresos para mantenerse bien físicamente.

PREGUNTA.

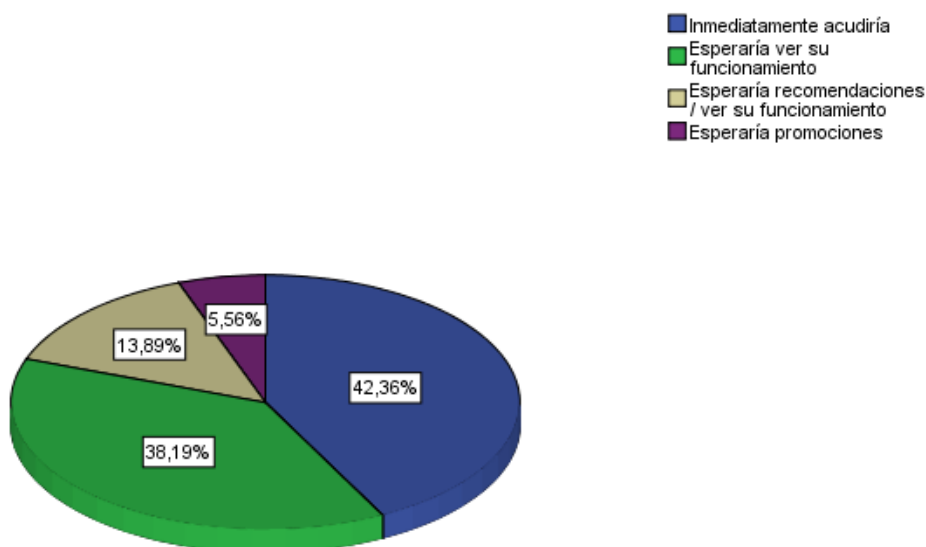
Tabla 26: Si se llegaría a ofertar este tipo de servicios en la localidad Ud.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Inmediatamente acudiría | 61 | 16,5 | 42,4 | 42,4 |
| | Esperaría ver su funcionamiento | 55 | 14,9 | 38,2 | 80,6 |
| | Esperaría recomendaciones / ver su funcionamiento | 20 | 5,4 | 13,9 | 94,4 |
| | Esperaría promociones | 8 | 2,2 | 5,6 | 100,0 |
| | Total | 144 | 38,9 | 100,0 | |
| Perdidos | Sistema | 226 | 61,1 | | |
| Total | | 370 | 100,0 | | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 17: Si se llegaría a ofertar este tipo de servicios en la localidad Ud.



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

Los resultados que arrojó la muestra indica una respuesta favorable casi del cincuenta por ciento acudirían inmediatamente al gimnasio, y otro grupo menor a este manifestaron que esperarían a ver su funcionamiento y recomendaciones. Con lo cual se concluye que según los datos arrojados por la encuesta la mayor parte de los encuestados asistirán al gimnasio dentro de los primeros días tomando en cuenta las opiniones vertidas de los habitantes sobre el servicio.

En conclusión se puede decir que la información recolectada con la investigación de campo es muy favorecedora para este estudio, tomando en cuenta que la investigación de mercado se enfocó a descubrir cada uno de los factores tales como el servicio que les gustaría recibir, cuanto pagar por ello, con qué frecuencia etc. Es decir se recolectó información real que ayuda a la investigación a crear una propuesta para satisfacer una necesidad.

B. ANÁLISIS DE ENTREVISTA DIRIGIDA A PROPIETARIOS DE GIMNASIOS DE LA CIUDAD DE TULCÁN

OBJETIVO.- Diseñar un estudio de factibilidad para la implementación de un gimnasio y su incidencia en la demanda insatisfecha de la población de la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca.

Tabla 27: Cuadro comparativo de la oferta

| CUADRO COMPARATIVO | | | | | |
|---------------------------|--|---|---|--|---|
| INSTITUCIÓN | UBICACIÓN | SERVICIOS OFERTADOS | SERVICIOS MÁS DEMANDADOS | PRECIO | TIPO DE FINANCIAMIENTO |
| Fitness Sport Center | Edificio Yolis y Terminal terrestre | Spinning, Caminadoras, Pesas, Caminadora, Aeróbicos, Bailoterapia, Crossfitness, Tae kondo. | Bailoterapia, Crossfitness, Spinning, Caminadoras, Pesas. | Mensual 25 dólares, Diario 2.50 Dólares | Financiamiento propio, y crédito Banco Pichincha. |
| Gimnasio UPEC | UPEC | Spinning, Caminadoras, Pesas, Elípticas. | Aún no se inaugura | | Financiamiento UPEC. |
| Max Gym | Terminal terrestre Tulcán | Spinning, Caminadoras, Aeróbicos, Bailoterapia, pesas, Elípticas. | Bailoterapia, Spinning, Caminadoras. | Mensual 25 dólares, Diario 2.00 Dólares. | Financiamiento propio. |
| Crossfit, Trainning | Altos del terminal terrestre de Tulcán | Spinning, Caminadora, Pesas, Aeróbicos, Bailoterapia. | Bailoterapia, Spinning, Caminadoras. | Mensual 20 dólares, Diario 2 Dólares. | Financiamiento propio. |
| Estar en forma | Paraguay entre Sucre y Olmedo | Spinning, Caminadoras, Aeróbicos, Bailoterapia, pesas, Caminadora | Aeróbicos, Bailoterapia. Spinning, Caminadoras. | Mensual 25 dólares, Diario 1.00 Dólares | Financiamiento propio y crédito. |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

Las entrevistas aplicadas a los gimnasios de la ciudad de Tulcán correspondientes al período (Agosto 2014), se destacaron aspectos de la oferta del servicio de gimnasio, mismos que se desglosan a continuación.

Previo a la aplicación de la entrevista se ha elaborado un cuestionario, el cual constan de preguntas concretas siendo un sustento del tema planteado y principalmente enfocada a adquirir información.

La tabla anterior, es una tabla comparativa de la oferta existente en la ciudad de Tulcán. La primera pregunta del cuestionario fue de los servicios que presta el gimnasio, realizando una conclusión se puede decir que todos ofertan los mismos servicios, específicamente Fitness Sport Center es un gimnasio más completo con respecto a los servicios que este ofrece como Crossfitness y Tae kondo.

Hoy en día los servicios más demandados es la Bailoterapia y la sección de máquinas, dentro de esta están spinning, caminadoras, pesas y elípticas; es decir estos servicios son los más solicitados por los clientes, también se mencionó que la población que tienen mayor acogida es la población de entre 18 a 60 años de edad, dos de estos gimnasios mencionaron que tienen servicios dirigidos a niños y jóvenes menores de edad.

Cabe manifestar Fitness Sport Center mensualmente tiene 550 clientes mensuales; por lo que lidera el mercado de Tulcán referente al servicio de gimnasio, Max Gym por su parte posee 250 clientes mensuales y los gimnasios Estar en forma y Crossfit, Training reúnen 400 clientes mensuales. Dando un total de clientes anuales de 14400 es decir un 17% son usuarios de servicio de gimnasio de la ciudad de Tulcán de acuerdo a su población.

Con lo referente al precio de los servicios de los gimnasios de acuerdo a la información encontrada se ha obtenido un promedio mensual de 24 dólares y 2 dólares por clase, estos son los valores que debe cancelar el cliente por acceder al servicio de gimnasio en la ciudad de Tulcán. Además nos

informaron que para ingresar al mercado es necesario establecer precios bajos como una estrategia de acogida.

Además se destaca una pregunta que se relaciona con la intención de ampliación y dos de los gimnasios visitados los tienen, hablamos de Fitness Sport Center que ya tiene su ampliación, con una inversión muy grande en máquinas y en instalaciones, este cuenta con parqueadero, pisos especializados según lo indicó su administradora y Max Gym para este año 2015 esperan estar en nuevas instalaciones, esta decisión se ha tomado puesto que el espacio que dispone actualmente Max Gym es limitado frente a la demanda actual que este tiene.

En relación a la estructura del financiamiento de los gimnasios mencionados anteriormente manifiestan que han trabajado con aportes propios y de organizaciones bancarias, como es el caso de Fitness Sport Center, este tienen un crédito con el Banco del Pichincha, debido al valor del monto que este necesitaba para la adquisición de maquinaria y construcción de Mega Fitness Sport Center es así que se concluye que la estructura del financiamiento, la mayor parte de este corresponde a créditos con instituciones bancarias según la información obtenida.

Con referencia al talento humano que labora en los gimnasios de la ciudad de Tulcán, un promedio de 6 personas trabajan diariamente, de los cuales se rotan de acuerdo a las horas pico que manejan, que según manifiestan se suscitan por la mañana en horas de 6 a 9am y después de la jornada laboral en horas de 5 a 10 pm; además estos trabajadores deben estar capacitados es decir poseer conocimientos afines a actividad físicas, salud y nutrición.

Con un análisis de la oferta de gimnasios de la ciudad de Tulcán, se posee información válida para visualizar los diferentes escenarios de cada uno de los gimnasio y utilizar aquella información que se considere pertinente en provecho investigativo, es así que con esta información se procede hacer la propuesta planteada en esta investigación, conjuntamente con la información obtenida a través de las encuestas aplicadas a los habitantes de las localidades estudiadas.

3.7. Métodos, técnicas e instrumentos de investigación.

Para el desarrollo efectivo y eficaz de este proyecto, se utilizarán diferentes métodos y técnicas que básicamente contribuirán a la construcción y desarrollo del mismo.

Tabla 28: Métodos, técnicas e instrumentos de investigación.

| MÉTODO | TÉCNICA | INSTRUMENTO |
|--|--|--|
| Los métodos a aplicar: Inductivos - deductivos, analítico y sintético. | Las técnicas de recolección de información primaria: Observación Encuesta Entrevista | Los instrumentos que se ha utilizado es el cuestionario. |

Elaborador por: Jenifer Cano

3.8. Validación de la idea a defender

Es factible realizar un estudio de implementación de un gimnasio para satisfacer la demanda de este servicio en los habitantes de la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca

Para validar la idea a defender se toma en cuenta preguntas de la encuesta que ayudan a fortalecer la idea que se pretende realizar.

3.8.1. Demanda Insatisfecha

La demanda insatisfecha es aquella cantidad ofertada en el mercado que no cubre la demanda de los clientes, en este caso al no existir oferta del servicio de gimnasio, se identifica una demanda insatisfecha de este servicio.

Tabla 29: Demanda Insatisfecha

| AÑO | OFERTA | DEMANDA | DI |
|-----|--------|---------|--------|
| 0 | 0 | 55619 | -55619 |
| 1 | 0 | 58499 | -58499 |
| 2 | 0 | 61573 | -61573 |
| 3 | 0 | 64857 | -64857 |
| 4 | 0 | 68365 | -68365 |
| 5 | 0 | 72117 | -72117 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Tabla 30: Servicios demandados

| | | | | Pesas | | Total |
|-------|--|----|-------------------------|---------------------------------|-------------|---------------|
| | | | | Si | No | |
| 5. | ¿Ud. Ha asistido o asiste a un gimnasio? | Si | Recuento % del total | 115 79,9% | 29 20,1% | 144 100,0% |
| Total | | | Recuento % del total | 115 79,9% | 29 20,1% | 144 100,0% |
| | | | | Spinning (bicicletas estáticas) | | Total |
| | | | | Si | No | |
| 5. | ¿Ud. Ha asistido o asiste a un gimnasio? | Si | Recuento % del total | 91 63,2% | 53 36,8% | 144 100,0% |
| Total | | | Recuento % del total | 91 63,2% | 53 36,8% | 144 100,0% |
| | | | | Caminadoras | | Total |
| | | | | Si | No | |
| 5. | ¿Ud. Ha asistido o asiste a un gimnasio? | Si | Recuento % del total | 84 58,3% | 60 41,7% | 144 100,0% |
| Total | | | Recuento % del total | 84 58,3% | 60 41,7% | 144 100,0% |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Tabla 31: Frecuencia de asistencia a un gimnasio

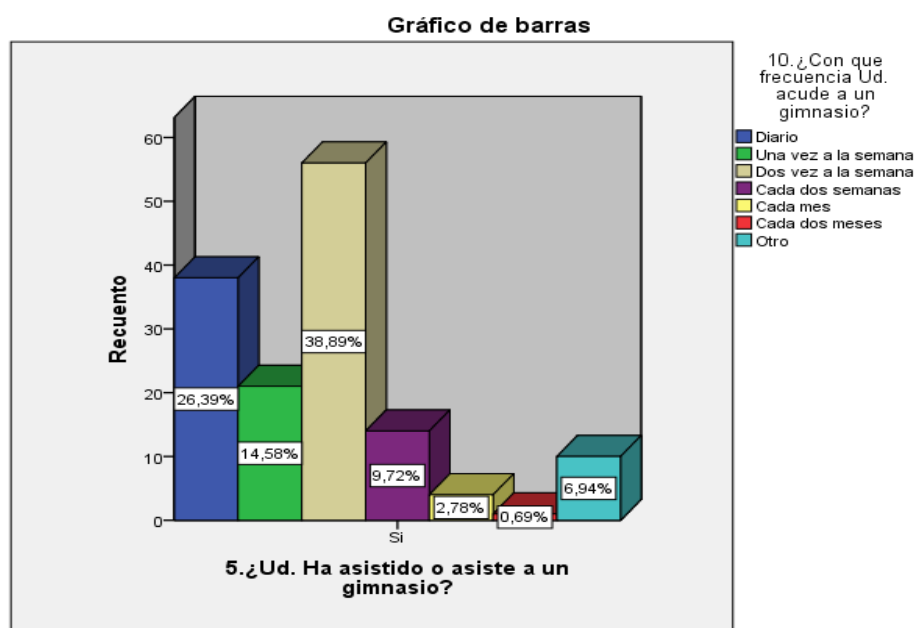
Tabla de contingencia 5. ¿Ud. Ha asistido o asiste a un gimnasio? * 10. ¿Con que frecuencia Ud. acude a un gimnasio?

| | | 10. ¿Con que frecuencia Ud. acude a un gimnasio? | | | | | | | Total |
|---|-------------|--|---------------------|---------------------|------------------|----------|----------------|------|--------|
| | | Diario | Una vez a la semana | Dos vez a la semana | Cada dos semanas | Cada mes | Cada dos meses | Otro | |
| 5. ¿Ud. Ha asistido o asiste a un gimnasio? | Recuento | 38 | 21 | 56 | 14 | 4 | 1 | 10 | 144 |
| | % del total | 26,4% | 14,6% | 38,9% | 9,7% | 2,8% | ,7% | 6,9% | 100,0% |
| Total | Recuento | 38 | 21 | 56 | 14 | 4 | 1 | 10 | 144 |
| | % del total | 26,4% | 14,6% | 38,9% | 9,7% | 2,8% | ,7% | 6,9% | 100,0% |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 18: Frecuencia de asistencia a un gimnasio



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Tabla 32: Promedio mensual del gasto para mantenerse bien físicamente

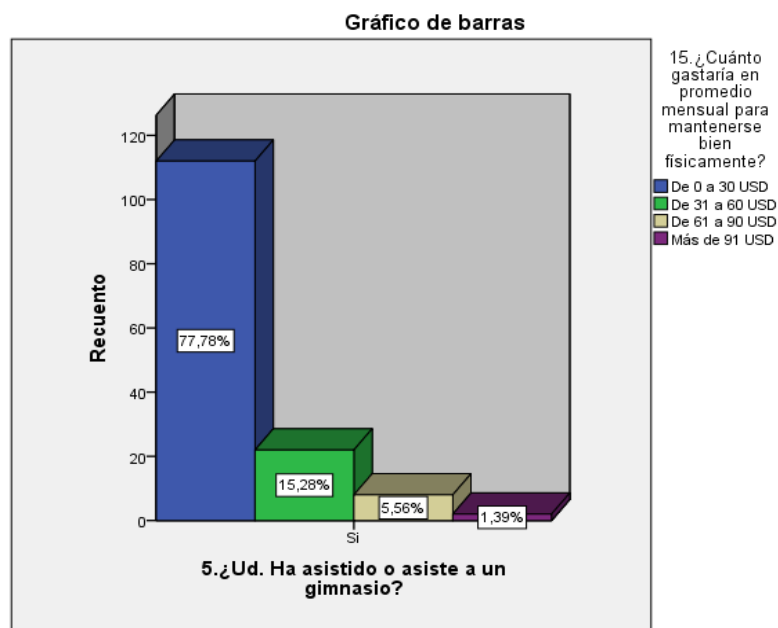
Tabla de contingencia 5. ¿Ud. Ha asistido o asiste a un gimnasio? * 15. ¿Cuánto gastaría en promedio mensual para mantenerse bien físicamente?

| | | 15. ¿Cuánto gastaría en promedio mensual para mantenerse bien físicamente? | | | | Total |
|---|-------------|--|----------------|----------------|---------------|--------|
| | | De 0 a 30 USD | De 31 a 60 USD | De 61 a 90 USD | Más de 91 USD | |
| 5. ¿Ud. Ha asistido o asiste a un gimnasio? | Si | 112 | 22 | 8 | 2 | 144 |
| | % del total | 77,8% | 15,3% | 5,6% | 1,4% | 100,0% |
| Total | Recuento | 112 | 22 | 8 | 2 | 144 |
| | % del total | 77,8% | 15,3% | 5,6% | 1,4% | 100,0% |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 19: Promedio mensual del gasto para mantenerse bien físicamente



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Tabla 33: Ofertar del servicio de gimnasio en la localidad

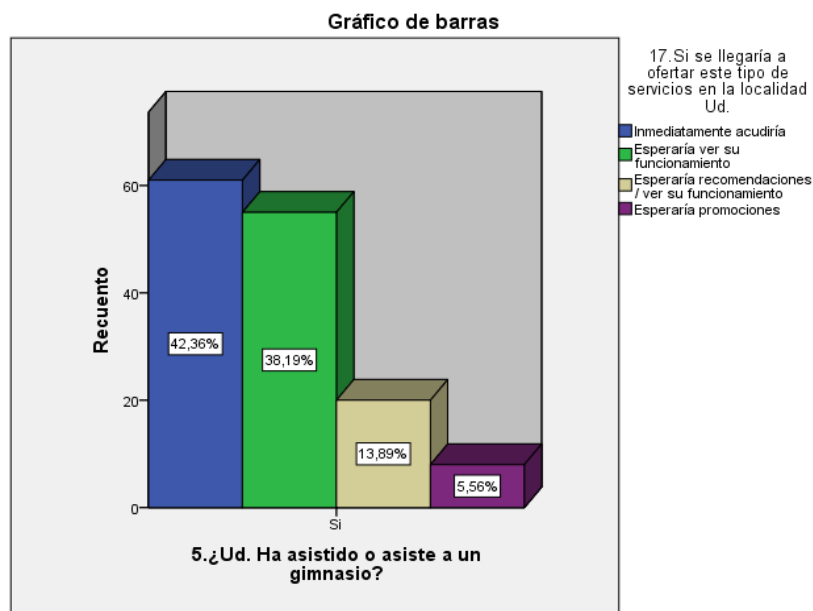
Tabla de contingencia 5. ¿Ud. Ha asistido o asiste a un gimnasio? * 17. Si se llegaría a ofertar este tipo de servicios en la localidad Ud.

| | | | 17. Si se llegaría a ofertar este tipo de servicios en la localidad Ud. | | | | Total |
|---|----|-------------------------|---|---------------------------------|---|-------------------------|---------------|
| | | | Inmediatamente acudiría | Esperaría ver su funcionamiento | Esperaría recomendaciones / ver su funcionamiento | Esperaría a promociones | |
| 5. ¿Ud. Ha asistido o asiste a un gimnasio? | Si | Recuento % del total | 61 42,4% | 55 38,2% | 20 13,9% | 8 5,6% | 144 100,0% |
| Total | | Recuento % del total | 61 42,4% | 55 38,2% | 20 13,9% | 8 5,6% | 144 100,0% |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Gráfico 20: Ofertar del servicio de gimnasio en la localidad



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

3.9. Conclusiones

- ✓ Un porcentaje importante de los encuestados estarían dispuestos asistir a un gimnasio que esté ubicado en la localidad por lo que al recibir el servicio de gimnasio en otras localidades implica gastos adicionales y pérdida de tiempo.
- ✓ Los servicios que de acuerdo a las encuestas son los más demandados son spinning, caminadoras, pesas.
- ✓ De acuerdo a la preferencia de pagar por acceder a los servicios de gimnasio, más de la mitad de los habitantes manifestaron de la lo harían de manera mensual.
- ✓ Tomando en cuenta la conclusión anterior y la opción más aceptada en esta categoría. Se determina que de manera mensual pagarían de 24USD a 30USD, por los servicios de un gimnasio en la localidad de Julio Andrade y San Pedro de Huaca.
- ✓ De acuerdo a la frecuencia de consumo del servicio las personas acudía diariamente y dos veces a la semana, obteniendo estas respuestas por la falta de tiempo y cultura a este tipo de servicios.
- ✓ De acuerdo a las opciones que alcanzaron importantes porcentajes más de la mitad de los encuestados manifiestan que acudirían inmediatamente al gimnasio y que esperarían ver su funcionamiento, tomando en cuenta la calidad del servicio.
- ✓ Un factor determinante que los encuestados consideran que debe poseer un gimnasio es el profesionalismo del personal, debido a que se trabaja directamente con personas.

3.10. Recomendaciones

- ✓ Se recomienda aprovechar la oportunidad de implementar un gimnasio en la parroquia de Julio Andrade y cantón San Pedro de Huaca por motivo de que no existe ninguna organización que brinde este servicio para satisfacer necesidades existentes.
- ✓ De acuerdo a las preferencias de los encuestados es recomendable considerar los servicios que tienen más escogidos por la demanda como es spinning, caminadoras, pesas formando de esta manera un servicio como es fortalecimiento muscular y cardio.
- ✓ Se debe considerar la preferencia respecto a la forma de pagar por los servicios de gimnasio, es así que se debe establecer una política interna de acuerdo a esta elección.
- ✓ Se recomienda considerar que es un servicio nuevo por lo que es necesario determinar un precio de penetrar el mercado por lo que se debería establecer precios bajos.
- ✓ Es importante identificar la frecuencia de consumo de los posibles usuarios del servicio de gimnasio, para determinar aspectos esenciales correspondientes al estudio técnico.
- ✓ Es recomendable diseñar un servicio que esté acorde a los requerimientos de los usuarios y determinar factores de calidad que los clientes consideran al instante de acceder a un servicio.
- ✓ Es recomendable dotar al gimnasio de personal adecuado, para satisfacer a los usuarios del servicio.

CAPÍTULO IV

4. PROPUESTA

Estudio de factibilidad para la implementación de un gimnasio en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca.

El propósito principal de estudiar una carencia en una determinada población es la de dar solución a esta problemática, esta investigación presenta la ausencia del servicio de gimnasio en la población de Julio Andrade y cantón San Pedro de Huaca, tratando esencialmente de satisfacer la demanda insatisfecha provocada por esta falta. Por consiguiente para el desarrollo de la propuesta se determinó en utilizar los siguientes análisis:

- ✓ Estudio Técnico – Operativo.
- ✓ Estudio Económico - Financiero
- ✓ Estudio de Impactos

La factibilidad de la implementación depende de los resultados arrojados por los análisis mencionados anteriormente.

4.1. Objetivos

4.1.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad de implementación de un gimnasio para la población de la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca, que permita cubrir la demanda insatisfecha.

4.1.2. Objetivo específico

- ✓ Diseñar un estudio técnico-operativo que permita optimizar recursos, mano de obra para brindar el servicio de gimnasio.
- ✓ Elaborar un estudio económico-financiero para identificar la rentabilidad del proyecto.
- ✓ Determinar un estudio de impactos que genera el proyecto dentro de las localidades.

4.2. Análisis Demanda- Oferta

4.2.1. Análisis de Demanda

4.2.1.1. Segmentación de mercado

El servicio de gimnasio está dirigido a los habitantes de la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca de entre 15 y 59 años de edad, tomando en consideración que esta segmentación son personas que corresponde a la Población Económicamente Activa, además se interesan por mejorar su apariencia física y sentirse bien se identifica también que cumplen ciertas características como peso y edad para acceder a este servicio.

4.2.1.2. Poder adquisitivo

Tomando en consideración el estudio de campo los encuestados manifiestan que de acuerdo a su nivel de ingresos mensual gastarían de 0 a 30 dólares mensuales para mantenerse bien físicamente, lo que permite identificar que este mercado si aportaría parte de sus ingresos al verse y sentirse bien.

4.2.1.3. Cantidad demandada

Según la Encuesta de Condiciones de Vida del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC 2014), asegura que el 5.1% de la población del Ecuador utilizan el servicio de gimnasio.

Al no poseer datos históricos del servicio de gimnasio en las localidades estudiadas debido a que no existe este servicio se parte de los datos recolectados por el estudio de campo aplicado en agosto del año 2014.

Para ello se identifica la tabla n° 15 dentro de la cual se despliega el porcentaje de asistencia correspondiente al servicio de gimnasio (38.9%) es decir que de 10211 habitantes se eligen 3972 personas, y de las cuales únicamente se escoge el 17% según las entrevistas dirigidas a los administradores de los gimnasios de la ciudad de Tulcán con lo que se obtuvo 675 personas.

En este punto se precisa la tabla n° 31 de la cual se extrae únicamente el porcentaje de frecuencia diario (26.4%) por lo que se obtiene 178 usuarios y 55619 demandantes anuales para el año 1.

Tabla 34: Demanda del servicio

| | AÑO | DEMANDA |
|----------|------------|----------------|
| 0 | 2015 | 55619 |
| 1 | 2016 | 58499 |
| 2 | 2017 | 61573 |
| 3 | 2018 | 64857 |
| 4 | 2019 | 68365 |
| 5 | 2020 | 72117 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Para proyección de la demanda como se demuestra en la tabla anterior, se ha utilizado el método de línea recta apoyado del porcentaje de la Encuesta de Condiciones de Vida del INEC (5,1%).

4.2.2. Análisis de la oferta

La oferta del servicio de gimnasio en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca, tiene un dato cuantitativo de cero, es decir no existe la presencia de gimnasios profesionales en este espacio; por lo que conlleva a que los habitantes realicen actividades alternativas tales como ciclismo, caminata, baloncestos, fútbol entre otras. Alternativas que de una u otra manera, sin la guía de un profesional podría presentar lesiones musculares, facturas, sobre carga muscular, desgarres; complicaciones que se pueden evitar.

Por otra parte al no existir la oferta del servicio de gimnasio, las personas que desean recibir este servicio se ven obligados a trasladarse a otros lugares, proporcionándoles pérdida de tiempo y dinero tornándose un problema al momento de adquirir este servicio.

Actualmente aparece la necesidad de estar físicamente bien, por lo que las personas se preocupan de su apariencia física, con lo que se presenta la oportunidad de negocio en estas localidades.

4.3. Estudio Técnico-Operativo

4.3.1. Tamaño de la empresa

El tamaño de la empresa se condiciona a una serie de factores como el porcentaje que se pretende cubrir de la demanda insatisfecha, tecnología, financiamiento, espacio físico etc. Cabe manifestar que en la parroquia de Julio Andrade y cantón San Pedro de Huaca no existen ningún ofertante del servicio de gimnasio, por tanto se cubrirá el 10% de la demanda insatisfecha, tomando en cuenta lo que expresa Baca (2013) que organizaciones que empiezan sus operaciones deben cubrir únicamente el 10% tomando en cuenta la existencia de riesgos.

Por tanto se cubrirá 5850 usuarios anuales para el año 1, determinando de esta manera 487 clientes mensuales.

Tabla 35: Ventas proyectadas

| VENTAS PROYECTADAS: | | | | | | |
|---------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Usuarios | 5562 | 5850 | 6157 | 6486 | 6837 | 7212 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.1.1. Factores para determinar el tamaño

Los factores que influyen en el tamaño del proyecto son:

- ✓ **Demanda:** La demanda es un condicionante muy fuerte para determinar el tamaño del proyecto por lo que se cubrirá el cien por ciento de la demanda insatisfechas.
- ✓ **Tecnología y equipos:** La relación que tienen la tecnología en el tamaño de la planta acarrea una serie de análisis que básicamente apuntan a la rentabilidad, éste deberá ser el necesario para que el proyecto sea aplicable.
- ✓ **Financiamiento:** El financiamiento deberá ser aquel que se financie con comodidad y seguridad que a su vez tenga una tasa de interés adecuada. El gimnasio requiere de cierto capital propio y financiado.

4.3.2. Capacidad instalada

La capacidad del proyecto, se debe principalmente a la dimensión del área física del gimnasio, por consiguiente el tamaño del gimnasio se ajustará al tamaño del edificio que será de (255m²) el cual se adecuará de acuerdo a las necesidades del gimnasio tomando en consideración cada una de las áreas que poseerá el mismo.

4.3.3. Localización de la empresa

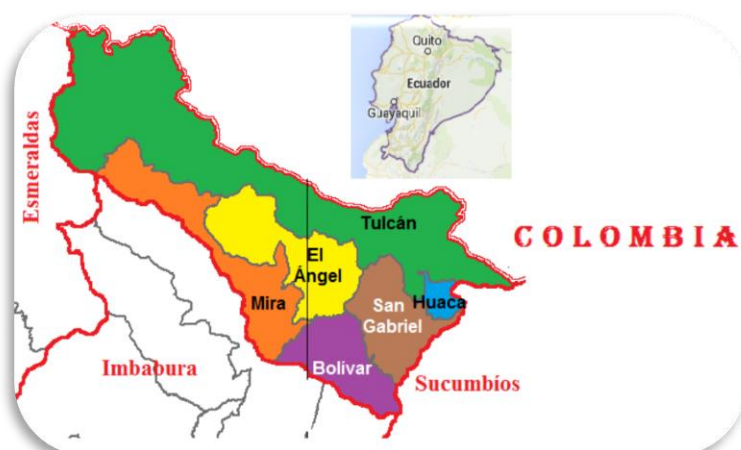
4.3.3.1. Método de localización

Para este proyecto se ha utilizado el método cualitativo por puntos, que de acuerdo a Baca, (2013) destaca que este método asigna valores a cada factor de acuerdo a la importancia que este tenga respecto al proyecto. Este trabaja mediante la comparación de dos o más lugares aptos para ubicar el proyecto, luego se procede a analizar cada uno de los factores claves dándoles una escala. El lugar que suma más puntos es el elegido, por motivo de que tienen ventajas como mayor beneficio y menor costo.

4.3.3.2. Macro localización

El proyecto estará localizado en Ecuador provincia del Carchi, Carchi es una provincia del norte del Ecuador, que es parte de la región 1. Según Tapia Amílcar (2005) señala “que el vocablo es de origen chibcha y que "car" es igual a límite, control, franja que separa posesiones, y "chi" es igual a agua, por lo que Carchi equivaldría a límite de agua”.

Gráfico 21: Macro localización



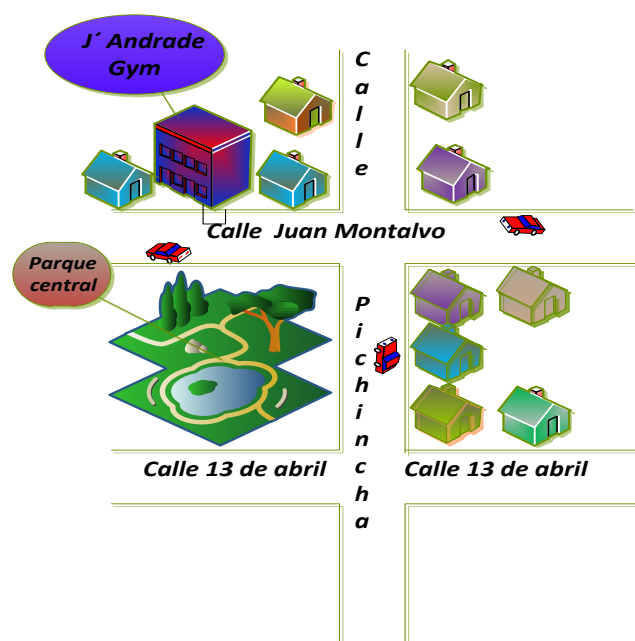
Fuente: Cantones de Carchi 2011 <http://www.zonu.com/detail/2011-11-04-14830/Cantones-de-Carchi-2011.html>

Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.3.3. Micro localización

El proyecto estará ubicado en la provincia del Carchi específicamente en el cantón Tulcán, parroquia Julio Andrade, barrió Centro, calle Juan Montalvo y Pichincha que según el método cualitativo por puntos la opción “A” fue la más favorecida de acuerdo a los factores expuestos.

Gráfico 22: Micro localización



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.3.3.1. Factores de la microlocalización

Con el propósito de determinar la ubicación específica del gimnasio se analizaron factores que se toman en cuenta para establecer la localización, mismos que fueron expresos de acuerdo a la importancia que tienen estos referentes a la puesta de un gimnasio, es decir factores que de una u otra manera influyen en las operaciones diarias.

Estos factores fueron los siguientes:

- ✓ Disponibilidad de servicios básicos:
- ✓ Disponibilidad de terreno
- ✓ Facilidad de transporte
- ✓ Mercado meta
- ✓ Seguridad (policía nacional y bomberos, centro médicos)
- ✓ Personal profesional
- ✓ Contaminación auditiva

A continuación se mencionan los lugares donde se pretende ubicar el gimnasio.

- A.- Barrio Centro (parroquia Julio Andrade)
- B- Barrio Centro (cantón San Pedro de Huaca)

Tabla 36: Ponderación de factores

| FACTORES DE PESO | PESO ASIGNADO | OPCIÓN A | | OPCIÓN B | |
|----------------------------------|---------------|--------------|------------------|--------------|------------------|
| | | CALIFICACIÓN | CALIF. PONDERADA | CALIFICACIÓN | CALIF. PONDERADA |
| Disponibilidad servicios básicos | 0,15 | 8 | 1,2 | 8 | 1,2 |
| Disponibilidad de terreno | 0,2 | 8 | 1,6 | 5 | 1 |
| Facilidades de transporte | 0,1 | 9 | 0,9 | 9 | 0,9 |
| Mercado objetivo | 0,15 | 8,3 | 1,245 | 8 | 1,2 |
| Seguridad (policía y bomberos) | 0,15 | 9 | 1,35 | 9 | 1,35 |
| Personal profesional | 0,25 | 7 | 1,75 | 7 | 1,75 |
| TOTAL | 1 | | 8,045 | | 7,4 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

De acuerdo a la ponderación obtenida en comparación de las opciones establecidas, el lugar más indicado corresponda a la opción A. Es por ello que el gimnasio estará ubicación en la parroquia de Julio Andrade, Barrio Centro; calle Juan Montalvo (principal) y Pichincha (trasversal).

4.3.4. Ingeniería del proyecto

4.3.4.1. Diseño del producto.

4.3.4.1.1. Servicios a ofertar

El gimnasio brindará servicios como spinning, caminadoras, pesas con un enfoque de mejorar la apariencia física, disminución de peso, eliminar stress o únicamente por diversión.

De acuerdo al estudio de mercado realizado se determinó que entre los servicios más acogidos están pesas, spinning, caminadoras, por tanto el gimnasio tendrá el servicio de Fortalecimiento muscular (pesas) y cardio (spinning y caminadoras).

Tabla 37: Servicio

| NOMBRE DE LA ACTIVIDAD FÍSICA | DESCRIPCIÓN |
|--|---|
| FORTALECIMIENTO MUSCULAR (PESAS) Y CARDIO (SPINNING Y CAMINADORAS). | El fortalecimiento muscular está enfocado a los clientes que desean aumentar la masa de sus músculos y consiste en utilizar la fuerza de gravedad contra la fuerza muscular. El spinning es un programa cardiovascular en el cual se utiliza la bicicleta estática, para la realización de ejercicios. La caminadora al igual que spinning es un programa de cardio que de acuerdo a su fin se puede adelgazar, aumentar la fuerza de piernas, así mismo tonifica los músculos. |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.4.1.2. Macro proceso

El macro proceso indica el desarrollo global que se da en la entrega del servicio de un gimnasio; con ello se evidencia de una manera sencilla y clara las entradas y salidas del proceso.

Gráfico 23: Macro proceso


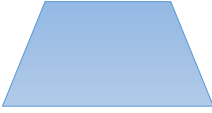
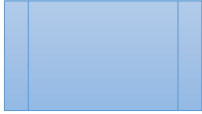



Elaborado por: Jenifer Cano

Con un diagrama de flujo, se representa de manera sencilla el proceso de comercialización que desarrollará el servicio de gimnasio. Esta es una manera de representación sencilla y de fácil comprensión.

Tabla 38: Simbología Flujogramas

| SIMBOLOGÍA | DESCRIPCIÓN |
|------------|------------------|
| | INICIO / FIN |
| | OPERACIÓN |
| | OPERACIÓN MANUAL |
| | BASE DE DATOS |
| | DECISIÓN |

| | |
|---|----------------------------|
|  | INFORMACIÓN ESCRITA |
|  | ALMACENAMIENTO |
|  | SUBPROCESO |
|  | CONECTOR / ESPERA |

4.3.4.1.3. Diagrama de flujos de procesos para el servicio.

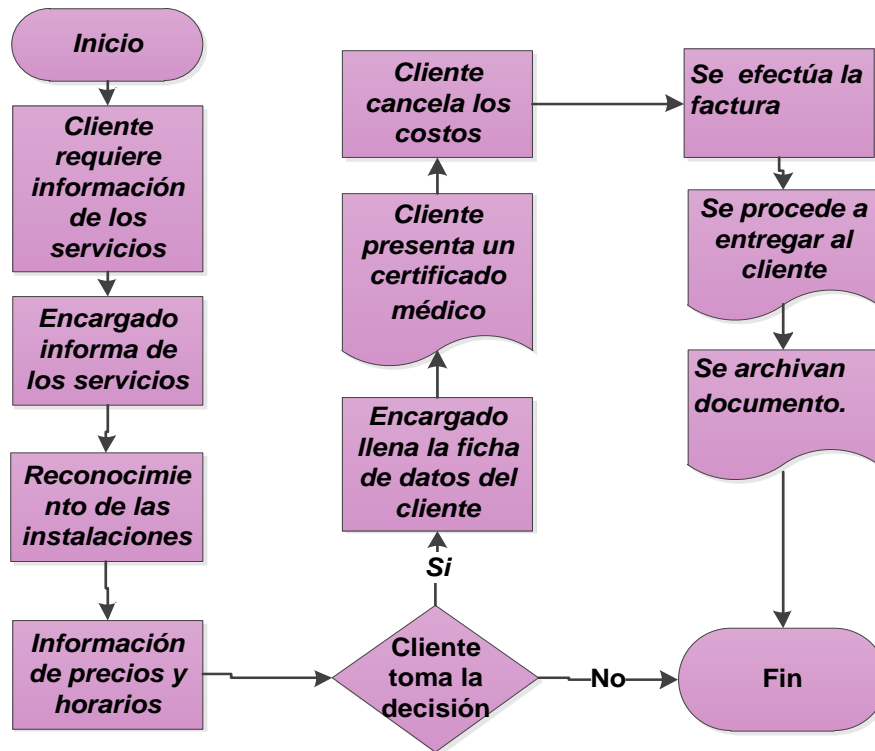
El gimnasio tendrá dos procesos previos a la prestación de los servicios, el primero es el proceso a clientes que se dirigen al gimnasio por primera vez y el segundo es un proceso para los clientes que han asistido al gimnasio más de una vez.

Proceso para la prestación de los servicios de gimnasio dirigido a los clientes que asisten por primera vez:

- a) Cliente requiere información de los servicios que presta el gimnasio.
- b) El encargado informa de los servicios que presta el gimnasio.
- c) Reconocimiento de las instalaciones con el cliente.
- d) Información de precios y horarios de los servicios.
- e) El cliente toma la decisión.
- f) El encargado llena la ficha de datos del cliente (personales, medidas, peso y propósito de acudir al gimnasio).
- g) Se pide al cliente que presente un certificado médico o un documento donde exprese que bajo su responsabilidad asiste al gimnasio, en caso de que el cliente tenga enfermedades graves.
- h) El cliente cancela los costos.

- i) Se efectúa la factura
- j) Se procede a entregar al cliente.
- k) Se archivan documento.

Gráfico 24: Proceso de prestación de servicios



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)
Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.4.2. Requerimientos del proyecto

Los equipos y maquinarias necesarias para el proyecto dependerán de los servicios que el gimnasio ofrecerá, en este apartado se desglosa la maquinaria, equipos y accesorios necesarios para la buena realización de actividades físicas mismas que aportan a la satisfacción de los usuarios que accederán a los servicios del gimnasio.

Tabla 39: Requerimientos del proyecto

| DESCRIPCIÓN | CANTIDAD | VALOR |
|--|----------|----------|
| Construcción | 1 | 55000,00 |
| Edificio | 1 | 30000,00 |
| Muebles de oficina | | |
| Escritorios | 2 | 190,00 |
| Silla giratoria | 2 | 60,00 |
| Archivador 3 gts | 1 | 175,00 |
| Divisiones | 32 | 150,00 |
| Silla de espera | 5 | 49,00 |
| Equipo de computación | | |
| Computador de escritorio | 2 | 989,00 |
| Equipo de oficina | | |
| Teléfono | 1 | 85,00 |
| Cámaras de seguridad | 1 | 525,00 |
| Maquinaria y equipo | | |
| Parlante amplificador | 2 | 271,00 |
| Lockers (16 casilleros) | 1 | 517,00 |
| Espejos | 21 | 16,00 |
| Balanza | 1 | 25,00 |
| Piso moqueta fitness por metro 6*14 igual a 84m ² | 84 | 18,00 |
| Multifuerza Grande 200 lbs de 2 torres de 100 lbs c/u | 2 | 1900,00 |
| Multifuerza con 120 lbs incluidas | 2 | 1000,00 |
| Multifuerza 100 lbs incluidas | 2 | 1500,00 |
| Predicador | 2 | 342,00 |
| Banquito regulable | 2 | 330,00 |
| Jaula | 1 | 1100,00 |
| Equipo para abdomen | 3 | 495,00 |
| Porta prensas | 2 | 120,00 |
| Porta mancuernas | 2 | 280,00 |
| Prensa y haka | 3 | 1200,00 |
| Mancuernas o huesos 10 lbs | 10 | 13,50 |
| Mancuernas o huesos 15 lbs | 10 | 20,25 |
| Mancuernas o huesos 20 lbs | 10 | 27,00 |
| Mancuernas o huesos 25 lbs | 10 | 33,75 |
| Mancuernas o huesos 30 lbs | 10 | 40,50 |
| Disco en peso nacional 15 lbs | 5 | 18,75 |
| Disco en peso nacional 20 lbs | 5 | 25,00 |
| Disco en peso nacional 25 lbs | 5 | 31,25 |
| Disco en peso nacional 30 lbs | 5 | 37,50 |
| Disco en peso nacional 35 lbs | 5 | 43,75 |
| Disco en peso nacional 40 lbs | 5 | 50,00 |
| Disco en peso nacional 45 lbs | 5 | 56,25 |
| Barra olímpica recta | 3 | 95,00 |
| Barra regular recta | 3 | 50,00 |
| Barra olímpica EZ | 3 | 95,00 |
| Barra regular EZ | 3 | 50,00 |
| Barra M | 3 | 40,00 |
| Pera | 5 | 45,00 |
| Cuerda combate | 1 | 250,00 |
| Sacos de entrenamiento BOX | 5 | 130,00 |
| Bicicleta estática | 5 | 330,00 |
| Caminadora | 5 | 1300,00 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.4.3. Distribución física de la planta.

La distribución de la planta identificará las estaciones de trabajo que tendrá el gimnasio, mismo que deberá ser amplio, el cual permita hacer adecuaciones para colocar las oficinas y áreas del servicio es decir ubicar muebles, equipos, y maquinas necesarias para brindar un servicio de calidad a los clientes.

A continuación se desglosan las áreas del gimnasio:

- ✓ Área de fortalecimiento muscular (pesas) y cardio (spinning y caminadoras).
- ✓ Gerencia
- ✓ Recepción
- ✓ Bodega

La distribución de la planta merece a una serie de principios esenciales, que permitan desarrollar condiciones adecuadas para el proyecto, tomando en cuenta condiciones de seguridad para los clientes como para los trabajadores.

En relación a la distribución de la planta se procede hacer las siguientes divisiones para cada estación o área del servicio dentro del local, cabe destacar que las áreas del servicio de fortalecimiento muscular (pesas) y cardio (spinning y caminadoras) serán las más amplias ya que se colocará máquinas y equipos que ocupan espacio.

Gráfico 25: Distribución de la planta



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)
Elaborado por: Jenifer Cano

El área de Fortalecimiento muscular y cardio tendrán un estilo deportivo, en sus paredes estarán ubicados espejos grandes, decoraciones de acuerdo al área, el piso será cubierto de moqueta fitness, lo que permite colocar los equipos impidiendo de esta manera evitar causar accidentes, los equipos y maquinarias serán sofisticados tomando en cuenta las necesidades de los clientes.

Tabla 40: Ambiente físico de las áreas del gimnasio

| ESPACIOS | M² |
|--|----------------------|
| Administración | 16 |
| Área de recepción | 16 |
| Área de Fortalecimiento muscular (pesas) | 144 |
| Cardio (spinning y caminadoras) | 43 |
| Bodega | 36 |
| TOTAL | 255 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

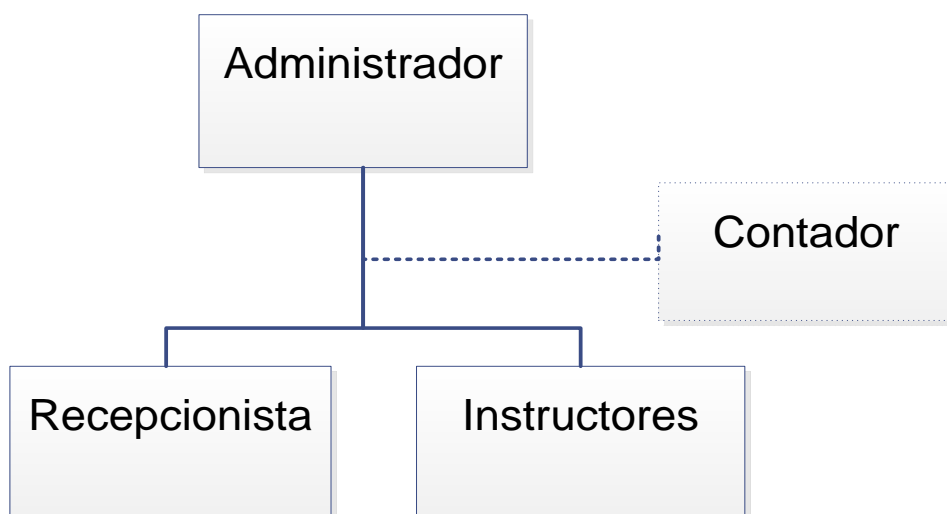
4.3.4.4. Organización del talento humano.

Según Lara (2010) la estructura organizacional “es un gráfico de la organización del proyecto y permite representar la estructura organizativa de este (pág. 145). El organigrama indica la relación que tiene un área con otra, las áreas que poseerá el gimnasio serán aquellos que únicamente necesita para el buen funcionamiento diario.

El organigrama partirá de la jerarquía más alta que será el Administrador, que podrá ser un profesional que esté interesado por el liderazgo del gimnasio, además 1 Recepcionista y 4 Instructores. (Ver anexo 3)

Cabe destacar que esta estructura permite identificar cada uno de los puestos de manera clara y sencilla.

Gráfico 26: Organigrama estructural



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.4.5. Marco legal y requisitos previo al funcionamiento.

J´ Andrade Gym para que esté en funcionamiento se requiere del cumplimiento de requisitos, como la obtención del RUC, permiso de bomberos, patentes municipales, permisos que convierten al gimnasio en un lugar seguro para los usuarios.

El gimnasio para inicio de sus actividades se constituirá como una EMPRESA UNIPERSONAL DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, tomando en cuenta que nació bajo un emprendimiento y se ha tomado en cuenta sus dimensiones de microempresa. Esta microempresa puede ser creada por cualquier persona natural que este facultado para realizar actos de comercio (Ver anexo 5).

4.3.4.5.1. Obtención del Ruc

Tabla 41: Obtención del RUC

| PERMISO | DESCRIPCIÓN | REQUISITOS |
|---|---|--|
| REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTES (RUC) PERONAS NATURALES | El RUC es un requisito indispensable que un establecimiento nuevo debe poseer para su funcionamiento. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Presentar el original y entregar una copia de la cédula de identidad, de ciudadanía o del pasaporte, con hojas de identificación y tipo de visa. 2. Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral 3. Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo. |

Fuente: SRI

Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.4.5.2. Obtención de la Patente Municipal

Tabla 42: Obtención de la Patente Municipal

| PERMISO | DESCRIPCIÓN | REQUISITOS |
|--------------------------|---|---|
| PATENTE MUNICIPAL | Están obligados a obtener la Patente y hacer el pago de este impuesto, todos los comerciantes e industriales que operen en el cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económicos. Esta Patente es anual y deberá ser inscrita en el registro municipal. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Original y copia de Certificado de Seguridad emitido por el Cuerpo de Bomberos. 2. RUC actualizado. 3. Llenar formulario de Patente de comerciante de persona natural o jurídica 4. Copia cédula y certificado de votación del dueño del local. |

Fuente: GAD Tulcán.

Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.4.5.3. IESS número patronal

Tabla 43: IESS número patronal

| PERMISO | DESCRIPCIÓN | REQUISITOS |
|-----------------------------|---|---|
| IESS NÚMERO PATRONAL | Para obtener el número patronal se debe ingresar a la página web del IESS en la opción Empleadores. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Actualización de Datos del Registro Patronal, 2. Escoger el sector al que pertenece (Privado, Público y Doméstico), 3. Digitar el número del RUC y Seleccionar el tipo de empleador. |

Fuente: IESS

Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.4.5.4. Certificado de seguridad

Tabla 44: Permiso de Bomberos

| PERMISO | DESCRIPCIÓN | REQUISITOS |
|----------------------------|---|---|
| PERMISO DE BOMBEROS | <p>El obtener el permiso de bomberos el gimnasio deberá contar con lo siguiente:</p> <p>Extintor de 10 libras Colocar una lámpara de emergencia. Un letrero con los números de emergencia. Señalética del extintor. Señalética de salida. Señalética de capacidad de las personas</p> | <ol style="list-style-type: none"> 1. Original y copia de compra o recarga de extintor año vigente. 2. Fotocopia nítida del RUC actualizado. 3. Carta de autorización a favor de quien realiza trámite. 4. Copias de cédula y certificado de votación del dueño del local y del autorizado a realizar el trámite. 5. Nombramiento del representante legal si es compañía. 6. Original y copia de la calificación Anual, hasta 31 de diciembre de cada año. 7. Señalar dimensiones del local. |

Fuente: Bomberos Quito

Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.4.5.5. Permiso de funcionamiento

Tabla 45: Permiso de funcionamiento

| PERMISO | REQUISITOS |
|---------------------------------------|---|
| Permiso de funcionamiento de locales. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pago de tasa de trámite. 2. Presentación de formulario en Departamento de Uso de Suelo. |

Fuente: Ministerio de Salud pública 2013

Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.4.5.6. Permiso del Ministerio de Salud

Tabla 46: Permiso del Ministerio de Salud

| PERMISO | DESCRIPCIÓN | REQUISITOS |
|---------------------------------|---|---|
| Permiso del Ministerio de Salud | Permiso que un establecimiento necesita para que pueda realizar sus actividades de la mejor manera. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Formulario de solicitud 2. Copia del RUC 3. Copia de la cedula de identidad del propietario del establecimiento 4. Permiso del cuerpo de bomberos 5. Plano a escala de 1,5 y croquis de la ubicación. 6. Copias de los certificados ocupacionales de salud del personal que labora en el establecimiento. 7. Documentos que acrediten la personería jurídica copia del título profesional de la salud responsable técnico del establecimiento registrado en el Ministerio de Salud Publica |

Fuente: Ministerio de Salud Pública

Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.4.6. MIX del Marketing

Los servicios son intangibles que busca satisfacer una necesidad o deseo de las personas para ello se utiliza una herramienta de estrategia de Marketing para servicios cómo las 7'S (Servicio, precio, plaza, promoción, gente, proceso y evidencia física).

4.3.4.6.1. Servicio

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

4.3.4.6.1.1. Características del servicio

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

Además para alcanzar niveles de crecimiento y posicionamiento en la mente de los usuarios del servicio de gimnasio se brindará servicios de calidad, atención personalizada y enfocados principalmente a satisfacer las expectativas de los clientes.

4.3.4.6.1.2. Imagen corporativa

El gimnasio funcionará en la parroquia Julio Andrade; y llevará el nombre J' Andrade Gym, por su ubicación.

Gráfico 27: Nombre del gimnasio



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)
Elaborado por: Jenifer Cano

Se optó por un nombre corto, sencillo y de fácil recordación. Esta decisión aparece por la aplicación de un sondeo de opinión a la población. La marca elegida destaca el nombre del lugar de localización del gimnasio, así mismo se identifica la palabra Gym palabra del inglés americano que significa gimnasio; cabe destacar que la mayoría de personas sí conocen su significado.

El logotipo es la imagen corporativa de la empresa, el cual es parte de cada uno de los elementos del marketing que posee el gimnasio con el propósito de crear marca en los clientes.

El logotipo del gimnasio J' Andrade Gym es el siguiente:

Gráfico 28: Logotipo



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)
Elaborado por: Jenifer Cano

Dentro de la marca reflejamos un dibujo que simula una persona levantando pesas; lo que este a su vez está rodeado de 2 líneas, la una de color rojo y la segunda azul que resalta la identidad corporativa de la empresa.

Los colores utilizados para la imagen corporativa corresponden a los colores rojo oscuro y azul oscuro, este primero evoca energía, vigor, furia, fuerza de voluntad, valor, capacidad de liderazgo y el azul oscuro representa el conocimiento, integridad, la seriedad y el poder según lo indica WebUsable.com (2013).

La tipografía que se ha utilizado para el diseño del logotipo, para el nombre del gimnasio se utilizó el tipo de letra Futura Medium BT, tamaño 50 y para realizar el slogan fue de BrushScript BT, tamaño 35 tomando en cuenta la apariencia elegante y divertida.

Dentro del logotipo de la empresa el slogan trata de comunicar que el gimnasio J´ Andrade Gym es un lugar en el que se puede encontrar la manera de estar sano, realizando actividades físicas en un espacio cerrado.

4.3.4.6.1.3. Tarjeta J´ Andrade Gym

J´ Andrade Gym otorgará una tarjeta al cliente que contratar los servicios del gimnasio por un mes, se utilizaría esta tarjeta al momento en que cliente llegue a las instalaciones, el usuario deberá presentar esta al recepcionista para registrarlo en la base de datos de la institución y además se llenará la información requerida en el anverso y reverso. Con respecto al tamaño de la tarjeta esta tendrá 12,5 de ancho por 8 de largo, se utiliza un color azul que hace tono con el color del logotipo.

La descripción de la parte del anverso de la tarjeta, contiene nombre del cliente, cédula de identidad, dirección, correo electrónico y peso. En la parte del reverso se desglosan días de asistencia al gimnasio y la hora.

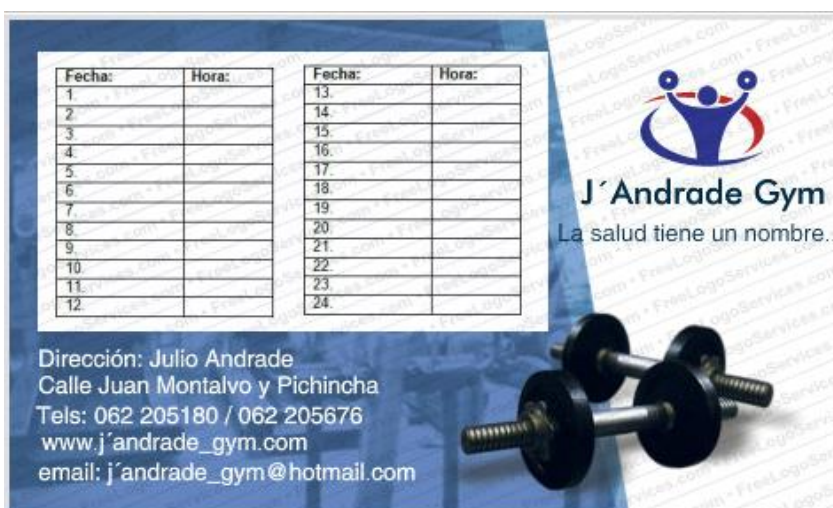
Gráfico 29: Tarjeta J´ Andrade Gym



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)
Elaborado por: Jenifer Cano

La descripción del reverso de la tarjeta constará de un cuadro en el cual se detallara el día y hora de asistencia al gimnasio, los días de asistencia al mes; básicamente esto con propósito de llevar un control de asistencia del usuario al gimnasio, lo que servirá tanto para el cliente como para la organización, además en la parte inferior de la tarjeta se indica la información del gimnasio J´ Andrade Gym.

Gráfico 30: Reverso de la tarjeta



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)
Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.4.6.2. Precio

El precio que se ha determinado es fijado en base a una estrategia de penetración del mercado, por lo que se ha dispuesto establecer 20 dólares, para acceder al servicio mensual del gimnasio (26 días), y de manera diaria se establece 1,5 dólares por día, estos valores deberán ser cancelados previo a la prestación del servicio.

También se identifica en las entrevistas realizadas a los administradores de los gimnasios de la ciudad de Tulcán que para inicio de sus actividades han establecido precios bajos como una estrategia de penetración en el mercado.

Tabla 47: Precios del servicio

| TIEMPO | CONTENIDO | PRECIO |
|--------------------------|---|---------------|
| Diario | Área de fortalecimiento muscular (pesas) y cardio (Spinning, Caminadoras) | 1,50 dólares |
| Mensual (26 días) | Área de fortalecimiento muscular (pesas) y cardio (Spinning, Caminadoras) | 20,00 dólares |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.4.6.3. Plaza

De acuerdo al análisis micro localización, se determinó que el gimnasio J' Andrade Gym se ubicará en la parroquia Julio Andrade, específicamente en la calle Juan Montalvo y Pichincha, por lo que se decide la compra de terreno y posterior la construcción de instalaciones adecuadas para el funcionamiento del gimnasio además es una zona céntrica con fácil acceso. El gimnasio atenderá los días lunes a sábado con diferente hora de finalización de la jornada.

Tabla 48: Horarios de atención

| DÍAS | DESDE | HASTA |
|-----------------|-------|-------|
| Lunes a Jueves: | 06h00 | 22h00 |
| Viernes : | 06h00 | 21h00 |
| Sábado: | 08h00 | 13h00 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Los horarios de clase de los servicios que el gimnasio brindará se desarrollan a continuación:

Tabla 49: Horarios de clase

| DISCIPLINA | DÍAS | HORA |
|------------------------------------|----------------|---------------|
| Fortalecimiento muscular y cardio. | Lunes a jueves | 06h00 – 22h00 |
| | Viernes | 06h00 – 21h00 |
| | Sábado | 09h00 – 13h00 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

4.3.4.6.4. Promoción

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

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

Para ello se ha planteado lo siguiente:

- ✓ Descuentos para estudiantes que accedan al servicio.
- ✓ En fechas especiales se otorgará un recuerdo a los usuarios del servicio.
- ✓ En horas de poca afluencia de clientes se otorgará descuentos en el valor del servicio.
- ✓ Se premiará a los clientes que motiven a más personas a asistir al gimnasio con un descuento del 100% del precio de la entrada, es decir la entrada de esta persona será gratis.

4.3.4.6.4.1. Publicidad

Establecer una buena relaciones con los clientes, trabajadores y proveedores, lo que permita generar comentarios positivos para la imagen del gimnasio J´ Andrade Gym.

De acuerdo a la investigación de campo se obtuvo que dentro de los medios de comunicación más utilizados está la radio para lo cual se llevará a cabo cuñas radiales en la radio Latina, Frontera y Ondas Carchense.

El sitios web específicamente Facebook, para lo cual se planea realizar la creación de una fam page que sirva para promocionar y dar a conocer el servicio del gimnasio al mercado objetivo.

Finalmente el boca a boca es una técnica muy efectiva, llamada también marketing viral, del cual se obtienen opiniones, recomendaciones de la gente que ha utilizado el servicio, es por ello que de la calidad del servicio dependerá las recomendaciones que emitan los clientes.

Tabla 50: Presupuesto publicitario

| PUBLICIDAD RADIAL | | | | | |
|-----------------------------|---|--------------------------------|--|----------------|----------------------|
| MEDIOS | DESCRIPCIÓN | NOMBRE DEL MEDIO | ESPECIFICACIONES | ALCANCE | COSTO MENSUAL |
| Radio | El 41.7% de los encuestados mencionaron que utilizan este medio de comunicación como fuente de información local. | RADIO LATINA | 5 Cuñas diarias (lunes a viernes) por 30 segundos al aire. | Local | 120,00 |
| | | RADIO FORNTERA | 5 cuñas diarias (lunes a viernes) por 30 segundos al aire. | Local | 150,00 |
| | | RADIO HONDAS CARCHENS ES | 7 Cuñas diarias (lunes a viernes) por 30 segundos al aire. | Local | 200,00 |
| TOTAL | | | | | 470,00 |
| PUBLICIDAD SITIO WEB | | | | | |
| MEDIOS | DESCRIPCIÓN | NOMBRE DEL MEDIO | ESPECIFICACIONES | ALCANCE | COSTO MENSUAL |
| Sitios Web | El 25% de los encuestados mencionaron que utilizan este medio de comunicación como fuente de información local. | Elaborar fan page en Facebook. | Establecer un publicidad digital para el gimnasio J Andrade Gym. | Local | 0.00 |
| TOTAL PUBLICIDAD | | | | | 470,00 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

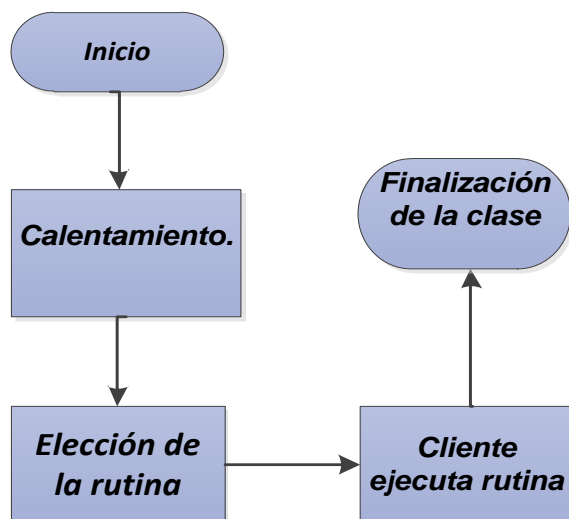
4.3.4.6.5. Personas

El personal del gimnasio será profesional afines a temas relacionados con la salud, cultura física, cuerpo humano; considerando que el servicio de gimnasio es intangible, por tanto para prestar una atención personalizada se necesita de 4 instructores profesionales los cuales estarán a disposición de los clientes que utilizan el servicio, también se necesita una recepcionista para dar información de los servicios, precios, horarios, paquetes.

4.3.4.6.6. Procesos

Servicio fortalecimiento muscular y cardio tendrá el siguiente proceso el cual parte de un inicio y la finalización de la clase.

Gráfico 31: Proceso fortalecimiento muscular



Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Dentro del servicio de musculación existen rutinas para los 6 días de la semana (Ver anexo 6), tomando en cuenta el objetivo que desee alcanzar el cliente, es así que el cliente tiene ya cronogramas diario para la realización de actividades de fortalecimiento muscular combinando con cardio.

4.3.4.6.7. Prueba física

El gimnasio ofrecerá un servicio de calidad con el cual se podrá evidenciar los resultados alcanzados por el cliente en un menor tiempo, por ello la evidencia física será el adelgazar o fortalecer los músculos del cuerpo, es por ello que es indispensable el poseer personal capacitado y la voluntad del cliente por cumplir las metas.

4.4. Estudio Económico – Financiero

4.4.1. Inversión Inicial

Baca (2013), determina que la inversión inicial “comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa” (pág. 175). La inversión inicial consta de requerimientos necesarios para la puesta en marcha de la microempresa. Para ello se desglosa lo siguiente:

Tabla 51: Inversión Inicial

| INVERSIÓN INICIAL | |
|--------------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN | VALOR |
| INVERSIÓN FIJA | 126.296,50 |
| CAPITAL DE OPERACIÓN | 9.642,30 |
| GASTO DE CONSTITUCIÓN | 288,00 |
| TOTAL | 136.226,80 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

4.4.1.1. Inversión fija

La inversión fija comprende maquinaria y equipo, muebles, los cuales son necesarios en el desarrollo del servicio. Es decir se identifica la cantidad de requerimientos necesarios para poder desarrollar las actividades físicas y labores administrativas.

Tabla 52: Inversión Fija

| Activos fijos | | | |
|------------------------------------|--|-----------------------|--------------------|
| CANTIDAD | REQUERIMIENTOS | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
| 1 | Construcción | 55000,00 | 55000,00 |
| 1 | Terreno | 30000,00 | 30000,00 |
| Total Muebles de oficina | | | 85000,00 |
| Muebles de oficina | | | |
| CANTIDAD | REQUERIMIENTOS | VALOR UNITARIO | VALOR TOTAL |
| 2 | Escritorios | 190,00 | 380,00 |
| 2 | Silla giratoria | 60,00 | 120,00 |
| 1 | Archivador 3 | 175,00 | 175,00 |
| 32 | Divisiones | 150,00 | 4800,00 |
| 5 | Silla de espera | 49,00 | 245,00 |
| Total Muebles de oficina | | | 5720,00 |
| Equipo de computación | | | |
| 2 | Computadores de escritorio | 989,00 | 1978,00 |
| Total equipo de computación | | | 1978,00 |
| Equipo de oficina | | | |
| 1 | Teléfono | 85,00 | 85,00 |
| 1 | Cámaras de seguridad | 525,00 | 525,00 |
| Total equipo de oficina | | | 610,00 |
| Equipo | | | |
| CANTIDAD | EQUIPO | VALOR | VALOR TOTAL |
| 2 | Parlante amplificador | 271,00 | 542 |
| 1 | Lockers (16 casilleros) | 517,00 | 517 |
| 21 | Espejos | 16,00 | 336 |
| 1 | Balanza | 25,00 | 25 |
| 84 | Piso moqueta fitness por metro 6*14 igual a 84m ² | 18,00 | 1512 |
| 2 | Multifuerza Grande 200 lbs de 2 torres de 100 lbs cada uno | 1900,00 | 3800 |
| 2 | Miltifuerza con 120 lbs incluidas | 1000,00 | 2000 |
| 2 | Multifuerza 100 lbs incluidas | 1500,00 | 3000 |
| 2 | Predicador | 342,00 | 684 |
| 2 | Banquito regulable | 330,00 | 660 |
| 1 | Jaula | 1100,00 | 1100 |
| 3 | Equipo para abdomen | 495,00 | 1485 |
| 2 | Porta prensas | 120,00 | 240 |
| 2 | Porta mancuernas | 280,00 | 560 |
| 3 | Prensa y haka | 1200,00 | 3600 |

| | | | |
|----------------------------|-------------------------------|---------|------------------|
| 10 | Mancuernas o huesos 10 lbs | 13,50 | 135 |
| 10 | Mancuernas o huesos 15 lbs | 20,25 | 202,50 |
| 10 | Mancuernas o huesos 20 lbs | 27,00 | 270 |
| 10 | Mancuernas o huesos 25 lbs | 33,75 | 337,5 |
| 10 | Mancuernas o huesos 30 lbs | 40,50 | 405 |
| 5 | Disco en peso nacional 15 lbs | 18,75 | 93,75 |
| 5 | Disco en peso nacional 20 lbs | 25,00 | 125 |
| 5 | Disco en peso nacional 25 lbs | 31,25 | 156,25 |
| 5 | Disco en peso nacional 30 lbs | 37,50 | 187,5 |
| 5 | Disco en peso nacional 35 lbs | 43,75 | 218,75 |
| 5 | Disco en peso nacional 40 lbs | 50,00 | 250 |
| 5 | Disco en peso nacional 45 lbs | 56,25 | 281,25 |
| 3 | Barra olímpica recta | 95,00 | 285 |
| 3 | Barra regular recta | 50,00 | 150 |
| 3 | Barra olímpica EZ | 95,00 | 285 |
| 3 | Barra regular EZ | 50,00 | 150 |
| 3 | Barra M | 40,00 | 120 |
| 5 | Pera | 45,00 | 225 |
| 1 | Cuerda combate | 250,00 | 250 |
| 5 | Sacos de entrenamiento BOX | 130,00 | 650 |
| 5 | Bicicleta estática | 330,00 | 1650 |
| 5 | Caminadora | 1300,00 | 6500 |
| Total | | | 32988,5 |
| TOTAL ACTIVOS FIJOS | | | 126296,50 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

4.4.1.2. Capital de operación

El capital de trabajo es aquel requerimiento, ya sea de materia prima, mano de obra, costos e insumos necesarios para la producción por un tiempo determinado en el cual la empresa no genera ingresos propios, para cubrir sus necesidades. De acuerdo al giro del negocio el capital de trabajo es para dos meses, tiempo que tarda el gimnasio en generar sus propios ingresos.

Tabla 53: Capital de Operación

| CAPITAL DE TRABAJO A 2 MESES | | | |
|-------------------------------------|--------------|-----------------------|----------------|
| Descripción | Meses | Costo unitario | Total |
| Sueldo Gerente | 2 | 600,00 | 1200,00 |
| Sueldo Instructor | 2 | 1978,50 | 3957,00 |
| Recepcionista | 2 | 450,00 | 900,00 |
| Gasto aporte patronal | 2 | 367,96 | 735,93 |
| Gasto fondo de reserva | 2 | 252,38 | 504,75 |
| Útiles de aseo | 2 | 50,00 | 100,00 |
| Suministros de oficina | 2 | 70,00 | 140,00 |
| Imprevistos | 2 | 500,00 | 1000,00 |
| Gasto publicidad | 2 | 470,00 | 940,00 |
| Gasto servicio básico | 2 | 82,31 | 164,62 |
| TOTAL CAPITAL DE OPERACIÓN | | | 9642,30 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

4.4.1.3. Gastos de constitución

Dentro de los gastos de constitución tenemos aquellos que necesitamos para que el gimnasio esté en funcionamiento de acuerdo a las disposiciones legales.

Tabla 54: Activos Diferidos

| ACTIVOS DIFERIDOS | |
|--------------------------|---------------|
| DESCRIPCIÓN | VALOR |
| Constitución y permisos | 288,00 |
| TOTAL | 288,00 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

4.4.2. Estructura del financiamiento

Para poder establecer la estructura del financiamiento se analizó diversas opciones con respecto a las tasa activa y pasiva de las instituciones financieras, con el propósito de identificar la mejor alternativa.

Por tanto para determinar la tasa pasiva se tomó en cuenta la cifra del Banco Central del Ecuador y la tasa activa se toma en consideración la cifra de la institución financiera del “Banco Nacional de Fomento”. Esta institución presenta la tasa de interés más baja del mercado financiero local.

La estructura del financiamiento se determina un aporte propio de 20% y el 80% capital externo financiado por el Banco Nacional de Fomento.

Tabla 55: Estructura de financiamiento

| ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO: | | |
|-------------------------------|-------------------|-----------|
| FINANCIAMIENTO | PARTICIPACIÓN (%) | VALOR |
| PROPIO | 20% | 27245,36 |
| EXTERNO* | 80% | 108981,44 |
| TOTAL | 100% | 136226,80 |

Elaborado por: Jenifer Cano

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

4.4.2.1. Costo de capital

Para determinar la tasa de descuento; esta tasa se la obtiene de promediar la tasa activa y la pasiva. La tasa activa se la obtuvo del Banco Nacional de Fomento y la pasiva se toma como referencia la presentada por el Banco Central del Ecuador.

Tabla 56: Costo de Capital

| COSTO DE CAPITAL: | | | |
|--|-------------------|------------------|----------------|
| FINANCIAMIENTO | PARTICIPACIÓN (%) | COSTO* | PONDERACIÓN |
| PROPIO | 20,00% | 7,61% | 0,01522 |
| EXTERNO* | 80,00% | 11,20% | 0,08960 |
| **CCPP.- costo de capital promedio ponderado | | CCPP** | 0,10482 |
| Índice de riesgo | | Índice de riesgo | 4,42% |
| **Tk.- tasa de descuento con riesgo | | Tk** | 14,90% |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Para cálculos de los indicadores financieros se trabajará con la tasa de descuento que se obtienen de la anterior tabla.

4.4.2.1.1. Amortización del préstamo

La empresa tiene una deuda misma que será pagada dentro de los cinco años que tiene como duración el proyecto. La tasa de interés es de 11,20% otorgada por el Banco Nacional de Fomento. Además se trabaja con cuota fija.

Tabla 57: Amortización de la deuda

| AMORTIZACIÓN DE DEUDA: | |
|-------------------------------|------------------|
| MONTO: | 108981,44 |
| TASA EFECTIVA: | 11,2% |
| No. PERIODOS: | 60 |
| CUOTA FIJA: | 29635,64 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Tabla 58: Tabla amortización de deuda

| TABLA DE AMORTIZACIÓN DE DEUDA: | | | | |
|---------------------------------|-------------|----------|----------|-----------|
| PERIODOS (AÑOS) | CUOTA ANUAL | INTERÉS | CAPITAL | SALDO |
| 0 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 108981,44 |
| 1 | 29635,64 | 12205,92 | 17429,72 | 91551,72 |
| 2 | 29635,64 | 10253,79 | 19381,85 | 72169,87 |
| 3 | 29635,64 | 8083,03 | 21552,61 | 50617,26 |
| 4 | 29635,64 | 5669,13 | 23966,51 | 26650,75 |
| 5 | 29635,64 | 2984,88 | 26650,75 | 0,00 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

La tabla de amortización de la deuda está determinada para cinco años dentro de la cual se evidencia la cuota fija, interés y capital.

4.4.3. Costos y gastos del proyecto

Los costos y gastos incurridos por el gimnasio en el área operativa y administrativa se determinaran a continuación con una proyección a cinco años.

4.4.3.1. Costos de venta

El costo de venta está constituido por mano de obra directa y carga fabril del proyecto; para proyectar los valores dentro de los cinco años, se utilizó el porcentaje de crecimiento salarial para los sueldos y la inflación para los gastos.

Tabla 59: Costo de venta

| DESCRIPCIÓN | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|--------------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| MANO DE OBRA UTILIZADA | 26388,08 | 28367,93 | 29990,23 | 31612,54 | 33234,85 | 34857,16 |
| Mano de obra instructores | 21498,38 | 23111,36 | 24433,06 | 25754,75 | 27076,45 | 28398,14 |
| Mano de obra recepcionista | 4889,70 | 5256,56 | 5557,18 | 5857,79 | 6158,40 | 6459,02 |
| BENEFICIOS SOCIALES | 505,94 | 543,90 | 702,38 | 740,37 | 778,37 | 816,36 |
| Beneficios sociales Instructores | 412,19 | 443,11 | 558,33 | 588,53 | 618,73 | 648,94 |
| Beneficios sociales Recepcionista | 93,75 | 100,78 | 144,05 | 151,84 | 159,63 | 167,42 |
| TOTAL MANO DE OBRA | 26894,02 | 28911,82 | 30692,61 | 32352,91 | 34013,22 | 35673,52 |
| Mantenimiento | 360,00 | 372,36 | 384,70 | 396,97 | 409,16 | 421,22 |
| Seguro | 800,00 | 827,47 | 854,88 | 882,16 | 909,24 | 936,04 |
| TOTAL | 1160,00 | 1199,83 | 1239,57 | 1279,13 | 1318,39 | 1357,26 |
| COSTO DE VENTA | 28054,02 | 30111,65 | 31932,18 | 33632,04 | 35331,61 | 37030,78 |
| (+)Depreciaciones | | 6240,01 | 6240,01 | 6240,01 | 5679,57 | 5679,57 |
| Imprevistos | 6000 | 6206,02 | 6411,59 | 6616,18 | 6819,28 | 7020,33 |
| TOTAL | 34054,02 | 42557,68 | 44583,78 | 46488,23 | 47830,46 | 49730,68 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

4.4.3.2. Gastos

Los gastos administrativos son aquellos rubros que se cancelan para que el gimnasio realice sus actividades de manera normal.

Tabla 60: Gastos administrativos

| DESCRIPCIÓN | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Remuneraciones administrador | 6519,60 | 7008,75 | 7409,57 | 7810,39 | 8211,20 | 8612,02 |
| Beneficios sociales administrador | 125,00 | 134,38 | 192,06 | 202,45 | 212,84 | 223,23 |
| Materiales de oficina | 840,00 | 868,84 | 897,62 | 926,27 | 954,70 | 982,85 |
| Arriendo local | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Servicios básicos | 987,72 | 1021,64 | 1055,48 | 1089,16 | 1122,59 | 1155,69 |
| Útiles de aseo | 250,00 | 258,58 | 267,15 | 275,67 | 284,14 | 292,51 |
| TOTAL GASTO ADMINISTRATIVO | 8722,32 | 9292,19 | 9821,88 | 10303,94 | 10785,47 | 11266,30 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Tabla 61: Gasto de ventas

| DESCRIPCIÓN | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|---------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Gasto Publicidad | 5640,00 | 5833,66 | 6026,89 | 6219,21 | 6410,12 | 6599,11 |
| TOTAL GASTO VENTAS | 5640,00 | 5833,66 | 6026,89 | 6219,21 | 6410,12 | 6599,11 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Tabla 62: Gastos Financieros

| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
|----------------------------|-----------|----------|----------|----------|----------|
| Gasto interés | 10.365,44 | 8.707,66 | 6.864,22 | 4.814,31 | 2.534,81 |
| TOTAL GASTO INTERÉS | 10.365,44 | 8.707,66 | 6.864,22 | 4.814,31 | 2.534,81 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

La proyección del gasto financiero únicamente se toma en cuenta la tabla de amortización de la deuda que se expresa en el financiamiento.

4.4.3.2.1. Depreciaciones

Para determinar la depreciación de la maquinaria y equipo se trabaja bajo la normativa del Servicio de Rentas Internas, utilizando el método lineal con un valor residual igual a 15% del valor original del bien.

Tabla 63: Depreciaciones

| TABLA DE DEPRECIACION DE ACTIVOS FIJOS | | | | | | | |
|--|--------------|----------------|----------------------|-----------------------------------|-----------|-----------------------------|---------------|
| DESCRIPCIÓN | COSTO | % DEPRECIACION | VALOR SALVAMENTO 15% | DIFERENCIA A COSTO VALOR RESIDUAL | VIDA UTIL | CUOTA ANUAL DE DEPRECIACION | MENSUAL |
| Construcción | \$ 55.000,00 | 5% | 8250,00 | 46.750,00 | 20 | 2337,50 | 194,79 |
| Muebles de oficina | \$ 5.720,00 | 10% | 858,00 | 4862,00 | 10 | 486,20 | 40,52 |
| Equipo de computación | \$ 1.978,00 | 33% | 296,70 | 1681,30 | 3 | 560,43 | 46,70 |
| Equipo de oficina | \$ 610,00 | 10% | 91,50 | 518,50 | 10 | 51,85 | 4,32 |
| Maquinaria y equipo | \$ 32.988,50 | 10% | 4948,28 | 28040,23 | 10 | 2804,02 | 233,67 |
| TOTAL | | | | | | 6240,01 | 520,00 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

4.4.4. Ingresos del proyecto

Para obtener los ingresos del proyecto se determinó el precio de 20 dólares que pagarían mensualmente por los servicios del gimnasio para acceder al Área de Fortalecimiento Muscular y cardio. Además el precio se proyectó a cinco años utilizando la inflación determinada en (Anexo 16).

Por último se identifica los usuarios anuales por el precio y se obtienen los ingresos del proyecto para los cinco años.

Tabla 64: Estado de Resultados

| ESTADO DE RESULTADOS DEL PROYECTO: | | | | | |
|---|------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| Ingresos por ventas | 116.997,95 | 127.225,28 | 138.285,89 | 150.241,80 | 163.159,11 |
| Costo de ventas | 42.557,68 | 44.583,78 | 46.488,23 | 47.830,46 | 49.730,68 |
| UTILIDAD BRUTA | 74.440,26 | 82.641,50 | 91.797,66 | 102.411,35 | 113.428,43 |
| GASTOS OPERATIVOS | | | | | |
| Gastos de administración | 9.292,19 | 9.821,88 | 10.303,94 | 10.785,47 | 11.266,30 |
| UTILIDAD OPERATIVA | 65.148,07 | 72.819,62 | 81.493,73 | 91.625,88 | 102.162,13 |
| GASTOS DE VENTAS | | | | | |
| Gasto de ventas | 5.833,66 | 6.026,89 | 6.219,21 | 6.410,12 | 6.599,11 |
| GASTOS FINANCIEROS | | | | | |
| Gasto interés | 12.205,92 | 10.253,79 | 8.083,03 | 5.669,13 | 2.984,88 |
| OTROS GASTOS | | | | | |
| Amortización constitución | 57,60 | 57,60 | 57,60 | 57,60 | 57,60 |
| Depreciaciones | 6.240,01 | 6.240,01 | 6.240,01 | 5.679,57 | 5.679,57 |
| UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES | 40.810,88 | 50.241,33 | 60.893,88 | 73.809,45 | 86.840,96 |
| 15% PARTICIPACIÓN A TRABAJADORES | 6.121,63 | 7.536,20 | 9.134,08 | 11.071,42 | 13.026,14 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | 34.689,25 | 42.705,13 | 51.759,80 | 62.738,03 | 73.814,82 |
| 23% DE IR | 7.978,53 | 9.822,18 | 11.904,75 | 14.429,75 | 16.977,41 |
| UTILIDAD NETA | 26.710,72 | 32.882,95 | 39.855,05 | 48.308,29 | 56.837,41 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Tabla 65: Flujo de Efectivo

| ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO | | | | | | |
|--|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN | Año 0 | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 | Año 5 |
| Saldo inicial de caja | | 9.642,30 | 39.321,07 | 62.377,99 | 90.658,49 | 125.199,77 |
| Ventas pronosticadas | | 116.997,95 | 127.225,28 | 138.285,89 | 150.241,80 | 163.159,11 |
| TOTAL INGRESOS EN EFECTIVO | | 126.640,24 | 166.546,35 | 200.663,89 | 240.900,29 | 288.358,88 |
| Costo de ventas | | 42.557,68 | 44.583,78 | 46.488,23 | 47.830,46 | 49.730,68 |
| UTILIDAD BRUTA EN VENTAS | | 84.082,56 | 121.962,57 | 154.175,66 | 193.069,84 | 238.628,20 |
| (-)Gastos Administrativos y de ventas | | 15.125,86 | 15.848,77 | 16.523,15 | 17.195,59 | 17.865,41 |
| (-)Gasto interés | | 12.205,92 | 10.253,79 | 8.083,03 | 5.669,13 | 2.984,88 |
| (-)Pago capital de deuda | | 17.429,72 | 19.381,85 | 21.552,61 | 23.966,51 | 26.650,75 |
| (-) Depreciaciones | | 6.240,01 | 6.240,01 | 6.240,01 | 5.679,57 | 5.679,57 |
| (-)Amortización acumulada | | 57,60 | 57,60 | 57,60 | 57,60 | 57,60 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PART. | | 33.023,46 | 70.180,55 | 101.719,26 | 140.501,44 | 185.389,98 |
| Pago Participación trabajadores (15%) | | 6.121,63 | 7.536,20 | 9.134,08 | 11.071,42 | 13.026,14 |
| UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS | | 26.901,83 | 62.644,35 | 92.585,18 | 129.430,02 | 172.363,84 |
| Pago impuesto a la renta (22%) | | 7.978,53 | 9.822,18 | 11.904,75 | 14.429,75 | 16.977,41 |
| UTILIDAD NETA | | 18.923,30 | 52.822,17 | 80.680,43 | 115.000,27 | 155.386,43 |
| (+) Depreciaciones | | 6.240,01 | 6.240,01 | 6.240,01 | 5.679,57 | 5.679,57 |
| (+) Amortización | | 57,60 | 57,60 | 57,60 | 57,60 | 57,60 |
| Activos fijos | 126.296,50 | | | | | |
| Activos diferidos | 288,00 | | | | | |
| Capital de operación | 9.642,30 | | | | | |
| Valor residual | | | | | | |
| TOTAL FLUJO DE EFECTIVO | 136.226,80 | 39.321,07 | 62.377,99 | 90.658,49 | 125.199,77 | 165.625,99 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Tabla 66: Balance General Proyectado

| BALANCE GENERAL DEL PROYECTO: | | | | | | |
|---|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| DESCRIPCIÓN | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| ACTIVOS | | | | | | |
| ACTIVO CORRIENTE | 9.642,30 | 39.321,07 | 62.377,99 | 90.658,49 | 125.199,77 | 165.625,99 |
| Caja | 9.642,30 | 39.321,07 | 62.377,99 | 90.658,49 | 125.199,77 | 165.625,99 |
| ACTIVO FIJO | 126.296,50 | 120.056,49 | 113.816,49 | 107.576,48 | 101.896,91 | 96.217,34 |
| Terreno | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 | 30.000,00 |
| Construcción | 55.000,00 | 55.000,00 | 55.000,00 | 55.000,00 | 55.000,00 | 55.000,00 |
| (-)Depreciación acumulada construcción | | 2.337,50 | 4.675,00 | 7.012,50 | 9.350,00 | 11.687,50 |
| Muebles de oficina | 5.720,00 | 5.720,00 | 5.720,00 | 5.720,00 | 5.720,00 | 5.720,00 |
| (-)Depreciación acumulada muebles de oficina | | 486,20 | 972,40 | 1.458,60 | 1.944,80 | 2.431,00 |
| Equipo de computación | 1.978,00 | 1.978,00 | 1.978,00 | 1.978,00 | 1.978,00 | 1.978,00 |
| (-)Depreciación acumulada equipo de computo | | 560,43 | 1.120,87 | 1.681,30 | 1.681,30 | 1.681,30 |
| Equipo de oficina | 610,00 | 610,00 | 610,00 | 610,00 | 610,00 | 610,00 |
| (-)Depreciación acumulada equipo de oficina | | 51,85 | 103,70 | 155,55 | 207,40 | 259,25 |
| Maquinaria y equipo | 32.988,50 | 32.988,50 | 32.988,50 | 32.988,50 | 32.988,50 | 32.988,50 |
| (-)Depreciación acumulada maquinaria y equipo | | 2.804,02 | 5.608,05 | 8.412,07 | 11.216,09 | 14.020,11 |
| ACTIVO DIFERIDO | 288,00 | 230,40 | 172,80 | 115,20 | 57,60 | 0,00 |
| Gasto constitución | 288,00 | 288,00 | 288,00 | 288,00 | 288,00 | 288,00 |
| Amortiza acum gtos | | 57,60 | 115,20 | 172,80 | 230,40 | 288,00 |
| TOTAL ACTIVOS | 136.226,80 | 159.607,96 | 176.367,28 | 198.350,17 | 227.154,28 | 261.843,33 |
| PASIVO | | | | | | |
| PASIVO CORRIENTE | | | | | | |
| PASIVO NO CORRIENTE | 108.981,44 | 91.551,72 | 72.169,87 | 50.617,26 | 26.650,75 | 0,00 |
| Préstamo Bancario | 108.981,44 | 91.551,72 | 72.169,87 | 50.617,26 | 26.650,75 | 0,00 |
| OBLIGACIONES | | 14.100,16 | 17.358,38 | 21.038,84 | 25.501,17 | 30.003,55 |
| Pago Participación trabajadores (15%) | | 6.121,63 | 7.536,20 | 9.134,08 | 11.071,42 | 13.026,14 |
| Pago impuesto a la renta (23%) | | 7.978,53 | 9.822,18 | 11.904,75 | 14.429,75 | 16.977,41 |
| TOTAL PASIVO | 108.981,44 | 105.651,88 | 89.528,25 | 71.656,10 | 52.151,92 | 30.003,55 |
| PATRIMONIO | | | | | | |
| Capital social | 27.245,36 | 27.245,36 | 27.245,36 | 27.245,36 | 27.245,36 | 27.245,36 |
| Utilidades | | 26.710,72 | 32.882,95 | 39.855,05 | 48.308,29 | 56.837,41 |
| Utilidades RETENIDAS | | | 26.710,72 | 59.593,67 | 99.448,72 | 147.757,00 |
| TOTAL PATRIMONIO | 27.245,36 | 53.956,08 | 86.839,03 | 126.694,08 | 175.002,36 | 231.839,77 |
| PASIVO + PATRIMONIO | 136.226,80 | 159.607,96 | 176.367,28 | 198.350,17 | 227.154,28 | 261.843,33 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

4.4.5. Indicadores financieros

Los indicadores financieros son instrumentos para evaluar el valor del dinero a través del tiempo, utilizando una tasa de descuento con riesgo de 0,1490 de acuerdo al costo de capital.

4.4.5.1. Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y Costo Beneficio

Tabla 67: VAN, TIR y C/B

| FLUJO DE EFECTIVO | | | |
|-------------------|---------------|------|------------------|
| AÑO | FLUJO DE CAJA | TASA | FLUJO DESCONTADO |
| 0 | -136226,80 | 1,00 | -136226,80 |
| 1 | 15578,61 | 0,85 | 18306,67 |
| 2 | 23056,93 | 0,72 | 31839,24 |
| 3 | 28280,50 | 0,62 | 45891,15 |
| 4 | 34541,28 | 0,52 | 65865,96 |
| 5 | 40426,21 | 0,45 | 90587,09 |
| TOTAL | | | |
| VAN | | | 116263 |
| TIR | | | 19% |
| C/B | | | 1,16 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Valor actual neto: Según Baca (2013), “es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados de la inversión inicial” (pág. 208). El cual indica que si es positivo o mayor que cero el proyecto es viable; así mismo para el cálculo este indicador financiero se ha tomado en cuenta el estado de flujo de efectivo neto y la tasa de descuento.

Tasa interna de retorno: se la evalúa en comparación a la tasa de descuento si la tasa interna de retorno es mayor a la de descuento el proyecto es factible caso contrario se rechazaría.

Costo/beneficio: De acuerdo a Baca (2013) manifiesta que “consiste en dividir todos los costos del proyecto para los beneficios económicos que se

van a obtener” (pág. 212). Entonces resulto que por cada dólar de inversión se gana 0.30 centavos, resultando de esta manera el proyecto factible.

4.4.5.2. Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación es el tiempo que tarda la organización en recuperar la inversión determinada en años meses y días.

Tabla 68: Datos para obtener el PRI

| DATOS | |
|-------------------|--------------------------|
| INVERSIÓN INICIAL | 136226,80 |
| AÑO | FLUJO DE EFECTIVO |
| 1 | 18306,67 |
| 2 | 31839,24 |
| 3 | 45891,15 |
| 4 | 65865,96 |
| 5 | 90587,09 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Tabla 69: Periodo de recuperación de la inversión

| Inversión i | Sumas de flujos (f1+f2+f3) | | | Diferencia i-∑f |
|------------------------|-------------------------------|-------------------------|--------------------|--------------------|
| 136226,80 | - | 96037,07 | = | 40190 |
| Diferencia i-∑f | f4 año | | | |
| 40190 | / | 65865,96 | = | 0,610174456 |
| <u>AÑOS</u> | <u>MESES</u> | | <u>DÍAS</u> | |
| 3 | <u>12</u> | <u>0,6101745</u> | <u>30</u> | 0,322093469 |
| 3 | 7,322093469 | | 10 | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

De acuerdo con el análisis realizado se puede identificar que dentro de 3 años, 7 meses es el tiempo que el proyecto recupera la inversión, logrando de esta manera resultar factible.

4.4.5.3. Punto de equilibrio

Baca (2013), expresa que es el “nivel de producción en el que los ingresos por ventas son exactamente iguales a la suma de los costos fijos y variables”. (pág. 179) es así que se dice que al alcanzar estos ingresos no se estaría generando utilidad ni perdida.

$$PE = \frac{\text{GASTOS FIJOS TOTALES}}{1 - \left(\frac{\text{COSTOS VARIABLES TOTALES}}{\text{VENTAS TOTALES}} \right)}$$

Fuente: Zapata, 2009, pág. 79

Tabla 70: Costos fijos y variables

| COSTOS FIJOS Y VARIABLES | | | | | |
|-------------------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| INGRESO | | | | | |
| Cuenta | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| Ingreso por ventas | 116997,95 | 127225,28 | 138285,89 | 150241,80 | 163159,11 |
| COSTOS VARIABLE | | | | | |
| Costo de venta | 42557,68 | 44583,78 | 46488,23 | 47830,46 | 49730,68 |
| COSTOS FIJOS | | | | | |
| Gasto Administrativos y venta | 15125,86 | 15848,77 | 16523,15 | 17195,59 | 17865,41 |
| Gasto interés | 12205,92 | 10253,79 | 8083,03 | 5669,13 | 2984,88 |
| Amortización acumulada | 57,60 | 57,60 | 57,60 | 57,60 | 57,60 |
| Depreciaciones | 6240,01 | 6240,01 | 6240,01 | 5679,57 | 5679,57 |
| TOTAL | 33629,38 | 32400,17 | 30903,78 | 28601,90 | 26587,46 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

$$PE = \frac{\text{Costos fijos totales}}{1 - \frac{\text{Costos variables totales}}{\text{Ingresos totales o ventas}}}$$

$$PE = \frac{33629,38}{1 - \frac{42557,68}{116997,95}}$$

$$PE \$ = 52855,38$$

Es decir si el nivel de ingresos por ventas es igual a los costos totales no se obtiene utilidad y si sobrepasa 52855,38 dólares empieza a generar utilidad.

Tabla 71: Punto de equilibrio en dólares

| AÑO | COSTO FIJO | COSTO VARIABLE | COSTO TOTAL | INGRESOS | PE\$ |
|-----|------------|----------------|-------------|-----------|----------|
| 1 | 33629,38 | 42557,68 | 76187,06 | 116997,95 | 52855,38 |
| 2 | 32400,17 | 44583,78 | 76983,95 | 127225,28 | 49879,55 |
| 3 | 30903,78 | 46488,23 | 77392,01 | 138285,89 | 46554,09 |
| 4 | 28601,90 | 47830,46 | 76432,35 | 150241,80 | 41960,20 |
| 5 | 26587,46 | 49730,68 | 76318,14 | 163159,11 | 38244,27 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

4.4.5.4. Análisis de sensibilidad

El análisis de sensibilidad permite determinar si el proyecto a cambios drásticos sigue siendo optimista. Para este análisis se determinó parámetros de evaluación tales como disminución de ingresos, incremento de costos y gastos, cambio de la tasa de interés y un préstamo con el 100% financiado por instituciones financieras.

Tabla 72: Análisis de sensibilidad

| ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD | | | | |
|----------------------------------|--------|-----|------|------------------|
| PARÁMETRO | VAN | TIR | C/B | CRITÉRIO |
| Actual | 116263 | 19% | 1,16 | NORMAL |
| Disminución de ingresos 10% | 21090 | 4% | 1,07 | PESIMISTA |
| Incremento de costo 10% | 77298 | 16% | 1,12 | OPTIMISTA |
| Tasa de interés del 20% | 81917 | 15% | 1,12 | OPTIMISTA |
| Préstamo el 100% de la inversión | 48311 | 9% | 1,10 | PESIMISTA |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

De acuerdo a la tabla presentada se identifica el VAN, TIR Y C/B actual, es decir el resultado de la investigación, por tanto se evidenciará los cambios que se realizaron por la aplicación de los parámetros expuestos anteriormente.

A la disminución del 10% de los ingresos se obtiene un VAN de 21090 TIR de 4% y un C/B de 1,07 es decir que a este cambio el proyecto es pesimista de acuerdo al análisis de la TIR en relación a la tasa de descuento del proyecto.

El incremento del costo en un 10% se precisa que a pesar de los parámetros aplicados, el proyecto sigue siendo sensible a este cambio.

Con una tasa de interés del 20%, este escenarios se aplica tomando en cuenta que al no poder acceder al crédito en la institución financiera identificada, el proyecto tiene una gran posibilidad de acceder a otros y con tasas diferentes y altas.

Y con un préstamo financiado en su totalidad por entidades financieras, se obtiene un escenario pesimista, con una TIR de 9% es decir por debajo de la tasa de descuento.

En conclusión este análisis permite determinar a través de diferentes escenarios que tan sensible es el proyecto, considerando además que existen factores que no se pueden controlar ante ello con el anterior análisis se determina que el proyecto es sensible a los cambios.

4.5. Análisis de impactos

Se realizó un análisis de los impactos que genera la implementación de un gimnasio en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca.

Tabla 73: Valoración

| VALORACIÓN DE IMPACTOS | |
|------------------------|------------------------|
| -3 | Alto impacto negativo |
| -2 | Medio impacto negativo |
| -1 | Bajo impacto negativo |
| 0 | Sin impacto |
| 1 | Bajo impacto positivo |
| 2 | Medio impacto positivo |
| 3 | Alto impacto positivo |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Entre los impactos que se analizaron están educativo/cultural, socio/económico y ambiental.

4.5.1. Impactos

Tabla 74: Educativo/Cultural

| INDICADORES | NIVEL DE IMPACTOS | | | | | | |
|---|-------------------|----|----|---|---|---|-----|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Calidad de vida | | | | | | X | |
| Guía de consulta | | | | | | | X |
| Capacitación continua | | | | | | | X |
| SUBTOTAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 6 |
| SUMATORIA | | | | | | | 8 |
| PROMEDIO: SUMATORIA/NÚMERO DE INDICADORES | | | | | | | 2,7 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

- a) Mejorar la calidad de vida buscando el bienestar en salud física y psicológica de una persona, logrando de esta manera encaminar el interés hacia la realización de actividades físicas dentro de un gimnasio.
- b) Ser una guía de consulta para estudiantes, docentes e investigadores en general que buscan información secundaria.
- c) Capacitación continua al talento humano en temas relacionados al servicio de gimnasio, considerando que este servicio requiere de la interacción con personas, y por consiguiente lograr su satisfacción.

Tabla 75: Socio/económico

| INDICADORES | NIVEL DE IMPACTOS | | | | | | |
|---|-------------------|----|----|---|---|---|-----|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Generación de empleo | | | | | | X | |
| Calidad de vida | | | | | | | X |
| Distracción y relajación | | | | | | | X |
| Integración con la colectividad | | | | | | X | |
| SUBTOTAL | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 | 6 |
| SUMATORÍA | | | | | | | 10 |
| PROMEDIO: SUMATORIA/NÚMERO DE INDICADORES | | | | | | | 2,5 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis:

- a) La generación de empleo se considera un medio impacto positivo, tomando en cuenta que genera cuatro fuentes de trabajo, de acuerdo al perfil necesario para el desarrollo de cada una de las actividades requeridas dentro del gimnasio.

- b) Calidad de vida tiene un efecto positivo para los clientes, porque cubre y satisface necesidades básicas y complementarias, tomando en cuenta que la salud forma parte de los factores materiales de la calidad de vida, de esta manera se apoya a la disminución del sedentarismo en las personas.

- c) El gimnasio se torna un espacio para la distracción y relajación en los usuarios, porque se considera una alternativa para mejorar la recreación de la mente y salir de la rutina.

- d) Las actividades deportivas crean socialización con otras personas que buscan un mismo objetivo, que contribuye a la salud de mente y cuerpo permitiendo a diferentes grupos de personas ocupar el tiempo en actividades recreativas.

Tabla 76: Ambiental

| INDICADORES | NIVEL DE IMPACTOS | | | | | | |
|---|-------------------|----|----|---|---|---|----|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Desechos reciclables | | | X | | | | |
| Contaminación del aire | | | X | | | | |
| SUBTOTAL | 0 | 0 | -2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| SUMATORIA | | | | | | | -2 |
| PROMEDIO: SUMATORIA/NÚMERO DE INDICADORES | | | | | | | -1 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis

- a) Los desechos reciclables tales como el plástico se separarán buscando el reciclaje de los mismos, con el fin de evitar niveles de contaminación al ambiente.
- b) Analizando la contaminación del aire, se percibe un bajo impacto negativo, por lo que no afectaría en gran medida a la tranquilidad de la comunidad, respetando los niveles de sonidos permitidos.

Tabla 77: Matriz general

| INDICADORES | NIVEL DE IMPACTOS | | | | | | |
|--------------------------------------|-------------------|----|----|---|---|---|------------|
| | -3 | -2 | -1 | 0 | 1 | 2 | 3 |
| Impacto educativo/cultural | | | | | | | X |
| Impacto socio/económico | | | | | | | X |
| Impacto ambiental | | | X | | | | |
| TOTAL | 0 | 0 | -1 | 0 | 0 | 0 | 6 |
| SUMATORIA | | | | | | | 5 |
| TOTAL: IMPACTO POSITIVO MEDIO | | | | | | | 1,7 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

De acuerdo a la anterior matriz se identifica que el proyecto tiene un impacto positivo medio, por lo que hablamos del aporte a la comunidad, al brindar un servicio que satisface necesidades, ayuda a mejorar la calidad de vida de los habitantes al brindar un servicio que distraiga y relaje, así mismo genera fuentes de empleo, además permite cuidar el medio ambiente con el reciclaje

y disminución del ruido, y sobre todo un servicio que brinde la oportunidad de integración con la colectividad, permitiendo de esta manera ofrecer a un grupo de personas actividades diferentes que ayudan física y psicológicamente al ser humano.

CAPITULO V

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES DE LA PROPUESTA

5.1. Conclusiones

C1. De acuerdo al estudio de mercado se determinó que la mayoría de los encuestados se encuentran insatisfechos con respecto al servicio de gimnasio, por lo que se presenta la oportunidad de inversión tomando en cuenta que en las localidades estudiadas no existe este servicio.

C2. De acuerdo al estudio técnico el implementar un gimnasio resulta factible, tomando en cuenta que existe la venta de equipos en el país para montar un gimnasio.

C3. Se consideró cubrir el 10% de la demanda insatisfecha con 5850 usuarios anuales para el servicio de gimnasio para el año 1.

C4. La ubicación del proyecto se determinó de acuerdo a un análisis de factores entre dos lugares, siendo uno de estos el más adecuado.

C5. Se determina que para brindar un servicio de calidad y personalizado necesitamos de 1 recepcionista, 4 instructoras y un administrador.

C6. Se desarrolló el Mix del servicio determinado en este apartado el servicio, características del servicio, característica de las instalaciones, lugar en el cual se procederán a vender el servicio, precio de venta del servicio, promociones a otorgarse personas y evidencia física.

C7. El financiamiento de la inversión total del proyecto es de 136226,80 de los cuales se financiarán un 20% capital propio y un 80% aporte financiado por el Banco Nacional de Fomento con una tasa de interés de 11,20.

C8. Los indicadores financieros determinan la factibilidad del proyecto un VAN de 116263 una TIR 19% y un costo beneficio de 0,16 centavos por cada dólar invertido.

C9. Por último se realizó un análisis de impactos los que determinaron una factibilidad desde educativo- cultural, social-económico y ambiental además concluye en considerar cada uno de los aspectos que se determinó.

5.2. Recomendaciones

R1. De acuerdo a los estudios realizados que se determinan en el estudio técnico, económico-financiero y de impactos que la implantación del gimnasio resulta rentable.

R2. Considerar Zona Gym empresa que oferta una amplia gama de equipos necesarios para que el cliente se sienta satisfecho con la ejecución de ejercicios físicos con la ayuda de equipos sofisticados que apoyan al cliente a cumplir su objetivo.

R3. En un principio considerar únicamente el 10 % de la demanda insatisfecha ofreciendo el servicio de fortalecimiento muscular (pesas) y cardio (spinning y caminadoras), por lo que más adelante es recomendable ampliar la gama de servicios de acuerdo a exigencia de los usuarios y cubrir una mayor parte de la demanda.

R4. Para la ubicación del proyecta es recomendable considerar una zona céntrica tomando en consideración la concentración de las personas, servicios básicos, disponibilidad de terreno seguridad y profesionalismo del personal.

R5. La estructura organizacional debe poseer personal necesario para la realización de actividades tanto administrativas como operativas, y quien representa a la organización es el administrador el cual se encargará de trabajar junto a su equipo de personas por mantenerse y darse a conocer al mercado.

R6. Considerar el mix de marketing de los servicios que de acuerdo a las necesidades encontradas por los usuarios se determinó.

R7. Dentro de la inversión se ha determinado necesario el adquirir un terreno y realizar una construcción con objetivo primordial de permanencia en el mercado, tomando en cuenta cada una de los requerimientos necesarias para

la instalación de un gimnasio con el propósito de expresar orden, ambiente agradable y sobre todo comodidad para los usuarios y demás.

R8. Considerar los resultados arrojados por los indicadores financieros que garantizará la sostenibilidad del negocio.

R9. Se recomienda la implementación de este servicio en las localidades tomando en consideración los impactos positivos que presenta el proyecto y considerar cada uno de los aspectos identificados en la investigación.

CAPÍTULO VII

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Baca, Gabriel. (2013). *Evaluación de proyectos*. (7^{ma} Ed.). México: McGraw-Hill.

Banco Central Del Ecuador. (2015).

Barquero, D., Rodríguez, C., Barquero, M., & Huertas, F. (2007). *Marketing de clientes*. (2^{da} Ed.). España: Mc Graw-Hill.

Censo de Población y Vivienda. (2010).

Comellas, J., (2008). *Hábitos inteligentes para tu salud*. (3^{ra} Ed.). España: Amat.

Constitución del Ecuador. (2008).

Consumoteca. (2009). *Definición de gimnasio*. Recuperado el 18 de enero 2014, de <http://www.consumoteca.com/ocio-y-deporte/gimnasios/gimnasio/>

Definición ABC. (2013): *Concepto de gimnasio*. Recuperado el 18 de enero 2014, de <http://www.definicionabc.com/deporte/gimnasio.php#ixzz2tiyexjv1>

Ecured (2014). *Definición de gimnasio*. Recuperado el 18 de enero 2014, de <http://www.ecured.cu/index.php/Gimnasio>

El Comercio. (2014). Recuperado el 15 de marzo 2014, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/articulosdeportivos-gastospersonales-sri-impuestoalarenta.html>

GAD Municipal de Tulcán (2014)

- Galeth, (2013). *Importancia de una vida activa*. Revista familia. El fitness y la importancia de una vida activa. Recuperado el 24 de Agosto 2013, de <http://www.revistafamilia.ec/index.php/articulos-vida-practica/4821-alex-galeth-el-fitness-y-la-importancia-de-una-vida-activa>.
- García, J. (2010). *Estudio de factibilidad para la apertura de un gimnasio – spa en la ciudadela del Chofer de la ciudad de Ibarra*. Tesis de proyecto de grado publicado, Universidad Técnica del Norte, Ibarra, Ecuador.
- Gonzales, F., (2008). *Creación de empresas*. Guía del emprendedor. (4^{ta} Ed.). Pirámide.
- Griffin, Ricky (2011). *Administración*. (10^{ma} Ed.). México: Learning.
- Hernández, A., Hernández, A., & Hernández, A. (2009). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. (5^{ta} Ed.). México: Cengage learning.
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. *IESS número patronal*. Recuperado el 05 de junio 2015, de www.iess.gob.ec
- Instituto Nacional De Estadísticas Y Censos (2015)
- Jarrín, P. (2001). *Guía Práctica de Investigación Científica*. (3^{ra} Ed.). Quito, Ecuador.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración una Perspectiva Global y Empresarial*. (14^{va} Ed.). México: McGraw-Hill.
- Kotler & Armstron. (2013). *Fundamentos de marketing*. (11^{va} Ed.). México: Pearson.
- Kotler, Philip y Keller, Kevin. (2012). *Dirección de Marketing*. (14^{va} Ed.). México: Pearson.

Lara. (2010). *Como elaborar proyectos de inversión pasó a paso*. (1^{ra} Ed.). Quito Ecuador.

Ley del Deporte, Educación Física y Recreación. (2010).

Ley Orgánica de Salud. (2006).

Ley Organiza de Defensa del Consumidor. (2011).

Malhotra, N. (2008). *Introducción a la investigación de mercados*. (5^{ta} Ed.). México: Pearson.

Ministerio de Salud Pública. (2013).

Miranda, J. (2005). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: MM Editores.

Permiso bomberos. *Requisitos para obtener el permiso de bomberos*. Recuperado el 18 de enero 2014, de www.bomberosquito.com

Plan Nacional del Buen Vivir. (2013-2017).

Plazas, M. (2010). *Estudio de factibilidad para la creación de un gimnasio infantil y recreacional vespertino en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura*. Tesis de proyecto de grado publicado, Universidad Técnica del Norte, Ibarra, Ecuador.

Posso, M. (2009). *Metodología para el trabajo de grado*. Tesis y proyecto. (4^{ta} Ed.). Ibarra, Ecuador: Nina.

Rodríguez, C., García, B., & Lucero, C. (2008). *Formulación y creación de proyectos*. Bogotá: Limusa.

Sánchez, J. (2012). *Proyecto de factibilidad para la instalación de un gimnasio en la ciudad de Macas provincia de Morona Santiago*. Tesis de proyecto de grado publicado, Universidad Central del Ecuador. Quito. Ecuador.

Servicio de Rentas Internas. *Obtención del RUC*. Recuperado el 24 de octubre 2014, de <http://tramites.ecuadorlegalonline.com/comercial/servicio-de-rentas-internas/como-sacar-el-ruc-en-ecuador/>

Tapia, Amílcar. (2005). *Definición del Carchi*. Recuperado el 18 de enero 2014, Cantones de Carchi 2011 <http://www.zonu.com/detail/2011-11-04-14830/Cantones-de-Carchi-2011.html>

Toca. (2009). *Fundamentos de marketing*. Guía para su estudio y comprensión. Bogotá: Universidad del Rosario.

WebUsable.com (2013).

Wikipedia (2014). *Definición de gimnasio*. Recuperado el 18 de enero 2014, de <http://es.wikipedia.org/wiki/gimnasio>.

Zapata, Pedro. (2013). *Contabilidad general con base en las normas internacionales de información financiera NIIF*. (7^{ma} Ed.). Mc Graw-Hill.

CAPÍTULO VII

7. ANEXOS

Anexo 1: Encuesta

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING**

**ENCUESTA DIRIGIDA A HABITANTES DE LA PARROQUIA DE JULIO ANDRADE Y EL
CANTÓN SAN PEDRO DE HUACA**

Objetivo.-

Diseñar un estudio de factibilidad para la implementación de un gimnasio y su incidencia en la demanda insatisfecha de la población de la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca.

1. Datos personales

| 1.1 Género | | 1.2 Lugar de residencia | | 1.3 Estado civil | | | |
|-----------------------|-----------------------|-------------------------|-----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1). Masculino | 2). Femenino | 1) Julio Andrade | 2) San Pedro de Huaca | 1) Solter o | 2) Casado | 3) Divorci ado | 4) Unión libre |
| | | | | | | | |
| 1.4 Edad | | | | | | | |
| 1) De 15 a 20 años | 2) De 21 a 25 años | 3) De 26 a 30 años | 4) De 31 a 35 años | 5) De 36 a 40 años | 6) De 41 a 45 años | 7) De 46 a 50 años | 8) De 51 a 55 años |
| | | | | | | | |

2. ¿Actualmente Ud. qué tipo de actividad física realiza?

| | |
|----------------|--|
| 1. Ciclismo | |
| 2. Fútbol | |
| 3. Baloncesto | |
| 4. Natación | |
| 5. Voleibol | |
| 6. Atletismo | |
| 7. Caminata | |
| 8. Gimnasia | |
| 9. Ninguna | |
| 10 Otra ¿CUÁL? | |

.....
Instrucción. Si su respuesta fue la opción "ninguna" pase a la pregunta 4

3. En función a la pregunta anterior en que horario le gustaría realizar actividades físicas.

| OPCIONES | | RESPUESTA |
|---------------|--|-----------|
| De 6am a 9am | | |
| De 9am a 12pm | | |
| De 12pm a 3pm | | |
| De 3pm a 6pm | | |
| De 6pm a 9pm | | |

4. Cree Ud. que un gimnasio aportaría a incrementar su actividad física? (Una sola opción)

| | |
|----------------------|--|
| 1 Definitivamente si | |
| 2 Probablemente si | |
| 3 Indeciso | |
| 4 Probablemente no | |
| 5 Definitivamente no | |

5. Ud. asiste a un gimnasio actualmente.

| | |
|------|--|
| 1 Si | |
| 2 No | |

6. Le gustaría asistir a un gimnasio de la localidad

| | |
|------|--|
| 1 Si | |
| 2 No | |

Instrucción: Si contesto "No" pase a la pregunta 17

7. ¿Cuál de los siguientes factores considera importante que posea un gimnasio?

| Elementos | Factores | | |
|--------------------------------|-------------------|---------------|--------------------|
| | 1) Muy Importante | 2) Importante | 3) Poco Importante |
| 1 Buen servicio | | | |
| 2 Ambiente agradable | | | |
| 3 Variedad en rutinas y equipo | | | |
| 4 Disponibilidad en maquinas | | | |
| 5 Ubicación | | | |
| 6 Precios | | | |
| 7 Profesionalismo del personal | | | |

8. De las siguientes ¿En un gimnasio qué actividades físicas le gustaría practicar o practica?

| | |
|-----------------------------------|--|
| 1 Spinning (bicicletas estáticas) | |
| 2 Caminadoras | |
| 3.Pesas | |
| 4 Aeróbicos | |
| 5 Bailoterapia | |
| 6 Pilates | |
| 7 Power Jump | |

9. Ud. Acude o acudiría a un gimnasio para: (Una sola opción)

| | |
|-----------------------------------|--|
| 1. Mejorar o mantenerse saludable | |
| 2.Bajar de peso | |

| | |
|-----------------------------|--|
| 3. Fortalecimiento muscular | |
| 4 Eliminar stress laboral | |
| 5 Diversión | |
| 6 Otro ¿CUÁL? | |

.....

10. ¿Con que frecuencia Ud. acude o acudiría a un gimnasio? (Una sola opción)

| | |
|-----------------------|--|
| 1 Diario | |
| 2.Una vez a la semana | |
| 3 Dos vez a la semana | |
| 4 Cada dos semanas | |
| 5 Cada mes | |
| 6 Cada dos semanas | |
| 4 Otro ¿CUÁL? | |

.....

11. ¿De qué manera le gustaría pagar por los servicios del gimnasio? (Una sola opción)

| | |
|---------------|--|
| 1 Diario | |
| 2 Semanal | |
| 3 Quincenal | |
| 4 Mensual | |
| 5 Otra ¿CUÁL? | |

.....

11.1. De acuerdo a su elección anterior. ¿Cuánto pagaría por los servicios del gimnasio?.....

12. ¿Cuáles son las razones por las que usted dejaría de asistir a un gimnasio? (Una sola opción)

| | |
|-------------------------|--|
| 1 Por falta de tiempo | |
| 2 Por falta de dinero | |
| 3.Por falta de interés | |
| 4 La falta de gimnasios | |
| 5 Mala atención | |
| 6 Por mala instrucción | |
| 7 Otra ¿CUÁL? | |

.....

13. ¿Qué servicio adicional le gustaría recibir por acudir a un gimnasio? (Una sola opción)

| | |
|-----------------------------|--|
| 1.Asesoramiento nutricional | |
| 2. Atención personalizada | |
| 3. Masajes | |
| 4. Otro ¿CUÁL? | |

.....

14. ¿Qué medios de comunicación utiliza como fuente de información local? (Una sola opción)

| | |
|-------------------|--|
| 1. Televisión | |
| 2. Radio | |
| 3. Prensa Escrita | |
| 4. Sitios web | |
| 5. Boca a boca | |
| 6. Otro ¿CUÁL? | |

14.1. Si su elección es televisión o radio coloque el nombre y el horario, y si es prensa escrita o sitios web determine cuál.....
 ...

15. ¿Cuánto gastaría en promedio mensual para mantenerse bien físicamente?

| | |
|-------------------|--|
| 1) De 0 a 30 USD | |
| 2) De 31 a 60 USD | |
| 3) De 61 a 90 USD | |
| 4) Más de 91 USD | |

16. ¿Cuál es el promedio de sus ingresos mensuales?

| | |
|---------------------|--|
| 1) Menos de USD 340 | |
| 2) 341 – 540 | |
| 3) 541 – 740 | |
| 4) 741 – 940 | |
| 5) 941 – 1140 | |
| 6) Más de USD 1140 | |

17. Si se llegaría a ofertar este tipo de servicios en la localidad Ud.

| | |
|--|--|
| 1 Inmediatamente acudiría | |
| 2 Esperaría ver su funcionamiento | |
| 3 Espera recomendaciones / ver su funcionamiento | |
| 4 Esperaría promociones | |
| 5 Definitivamente no acudiría | |

Gracias por su colaboración

Anexo 2: Entrevista

ENTREVISTA DIRIGIDA PROPIETARIOS DE GIMNASIOS DE LA CIUDAD DE TULCÁN.

Nómina de gimnasios de la ciudad de Tulcán.

| NOMBRE DEL GIMNASIO | UBICACIÓN |
|-------------------------|--|
| 1. Fitness Center Sport | Edificio Yolis |
| 2. Gimnasio UPEC | UPEC |
| 3. Estar en forma | Paraguay entre Sucre y Olmedo |
| 4. Max Gym | Terminal terrestre de Tulcán |
| 5. Crossfit, Training | Altos del terminal terrestre de Tulcán |

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y MARKETING

Objetivo.-

Diseñar un estudio de factibilidad para la implementación de un gimnasio y su incidencia en la demanda insatisfecha de la población de la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca.

Fecha Hora.....

Lugar (ciudad y sitio específico).....

Nombre del entrevistado.....

Edad.....

Cuestionario

1. ¿Cuáles son los servicios que presta el gimnasio?
2. ¿Cuáles son los servicios más demandados?
3. ¿A qué población atiende?
4. ¿El gimnasio tienen intenciones de ampliación?
5. ¿El gimnasio tienen alguna cobertura de servicio (llegar a más mercado)?
6. ¿Se ha evidenciado resultados en su cliente, como los mide?
7. ¿Cómo establece el precio de los servicios del gimnasio?
8. ¿Cuál es el precio actual de los servicios que oferta?
9. ¿Qué tipo de financiamiento utilizó, para emprender el negocio?
10. ¿Cuál es el número de trabajadores posee el gimnasio?
11. ¿Cuál es el número de clientes mensuales?
12. ¿Qué requisitos se exigen a los trabajadores previos a la contratación?
13. ¿Cómo se encuentra equipado el gimnasio?
14. ¿Cuál considera Ud. es su competencia más fuerte?
15. ¿Qué ventajas tiene el gimnasio sobre la competencia?
16. ¿Cuánto estima es el riesgo de perder la inversión de su negocio?

Fin de la entrevista.

Anexo 3: Manual de funciones

| CARGO QUE DESEMPEÑA | N° | FUNCIONES A REALIZAR | PERFIL REQUERIDO | SUELDO | JORNADA |
|---------------------|----|---|--|---------|------------------------------|
| Gerente propietario | 1 | <p>Toma de decisiones. Ser líder para la empresa Selección del personal adecuado. Influir de manera positiva al personal de trabajo Dotar de recursos necesarios Evaluar el personal del gimnasio. Priorizar acciones necesarias para el gimnasio. Establecer y medir objetivos Elaborar políticas internas. Brindar capacitaciones al personal para mejorar las ventas. Buscar la manera de aumentar la cuota de mercado</p> | <p>Título: Título de tercer nivel afines a las carreras Administrativa, Comercial, Finanzas o afines. Experiencia: 1 año en responsabilidad es similares.</p> | 600 USD | (Contrato tiempo indefinido) |
| Recepcionista | 1 | <p>Apoyo al gerente en actividades. Atender llamadas telefónicas Desarrollar un clima armónico caracterizado por la amabilidad al personal y sobre todo a los clientes. Manejo de programas informáticos. Llevar una base de datos de los clientes. Apoyo al marketing. Dar a conocer los servicios que presta el gimnasio.</p> | <p>Título: Título de bachiller Experiencia: Tener experiencia de recepcionista, secretaria o afines al tema de atención al cliente.</p> | 450 USD | (Contrato tiempo indefinido) |
| Instructores | 4 | <p>Diagnóstico de la condición física de cada uno de los clientes. Instruir al usuario sobre la manera como mejorar su salud y estética. Conocer el funcionamiento de la maquinaria. Determinar cada una de las rutinas útiles para conseguir los objetivos de los clientes. Determinar el tiempo necesario para realizar mantenimientos a maquinas</p> | <p>Título: tener estudios afines al campo de la cultura física, salud y nutrición. Experiencia: Poseer experiencia de 1 año</p> | 450 USD | (Contrato tiempo indefinido) |

Elaborado por: Jenifer Cano

Anexo 4: Roles de pago

| ROL DE PAGOS | | | | | | | |
|--------------------|---------------|----------------|---------------------|---------------------|-----------------------|--------------------|-----------------------|
| NÚMERO | NOMBRE | SUELDO | HORAS EXTRAS | TOTAL INGRESOS | IESS APOORTE PERSONAL | LÍQUIDO A PERCIBIR | IESS APOORTE PATRONAL |
| 1 | Gerente | 600,00 | 0,00 | 600,00 | 56,70 | 543,30 | 72,90 |
| 2 | Instructor 1 | 900,00 | 178,50 | 1078,50 | 101,92 | 976,58 | 131,04 |
| 2 | Instructor 2 | 900,00 | 0,00 | 900,00 | 85,05 | 814,95 | 109,35 |
| 1 | Recepcionista | 450,00 | 0,00 | 450,00 | 42,53 | 407,48 | 54,68 |
| TOTAL | | 2850,00 | 178,50 | 3028,50 | 286,19 | 2742,31 | 367,96 |
| ROL DE PROVISIONES | | | | | | | |
| NÚMERO | NOMBRE | TOTAL INGRESOS | DECIMOTERCER SUELDO | DECIMOCUARTO SUELDO | VACACIONES | TOTAL PROVISIÓN | FONDOS DE RESERVA |
| 1 | Gerente | 600,00 | 50,00 | 50,00 | 25,00 | 125,00 | 50,00 |
| 2 | Instructor 1 | 1078,50 | 89,88 | 89,88 | 44,94 | 224,69 | 89,88 |
| 2 | Instructor 2 | 900,00 | 75,00 | 75,00 | 37,50 | 187,50 | 75,00 |
| 1 | Recepcionista | 450,00 | 37,50 | 37,50 | 18,75 | 93,75 | 37,50 |
| TOTAL | | 3028,50 | 252,38 | 252,38 | 126,19 | 630,94 | 252,38 |

Elaborado por: Jenifer Cano

Anexo 5: Marco legal de la empresa

Empresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada

Se ha decidido que J´ Andrade Gym se constituya como una microempresa Unipersonal de Responsabilidad Limitada o su abreviación E.U.R.L, esta deberá ser constituida por una sola persona, la cual se denominara Gerente Propietario.

Los pasos a seguir para la constitución de la microempresa son los siguientes

| | Proceso | Entidad | Documentación |
|----|---|-------------------------------|---|
| 1 | Aprobación de denominación | Superintendencia de compañías | Carta con 5 posibles nombres firmado por abogado. |
| 2 | Aporte numerario | Banco Local | Con la aprobación de la denominación se solicita la apertura de una cuenta de integración de capital con el monto total del dinero que el gerente propietario hubiere destinado a la actividad, no puede ser inferior al producto de la multiplicación de remuneración básica unificada por diez. |
| 3 | Elaboración de escritura pública | Notaria | Minuta junto con la aprobación de denominación, certificado de banco de la cuenta de integración de capital y documentos de identidad del propietario. |
| 4 | Aprobación de la escritura de constitución de la compañía | Superintendencia de compañías | Resolución aprobatoria Extracto de publicación |
| 5 | Anotaciones marginales | Notaria | Testimonio y resolución aprobatoria |
| 6 | Publicación en diario | Periódico | Extracto de resolución |
| 7 | Inscripción del trámite de constitución | Registro Mercantil | Resolución aprobatoria escrituras con anotaciones marginales |
| 8 | Inscripción del representante legal | Registro mercantil | Datos del gerente propietario nombres, nacionalidad , domicilio, estado civil |
| 9 | Obtención del certificado de seguridad | Cuerpo de bomberos | Declaración juramentada indicando la actividad principal y la dirección de la compañía. Copia de escritura de constitución, nombramiento y cedula del representante legal. Factura de compra de un extintor |
| 10 | Pago de patente municipal | Municipio | Formulario |
| 11 | Obtención RUC | Servicio de rentas internas | Formularios, copia de cedula del representante legal, resolución aprobatoria y número de expediente Superintendencia de compañías y todos los documentos elaborados anteriormente. |

Fuente: www.registromercantil.com

Anexo 6: Tabla salarial

emuneraciones mínimas sectoriales.

| COMISIONES | RAMAS DE ACTIVIDAD | CATG. MIN | CATG. MAX |
|--|------------------------------------|-----------|-----------|
| AGRICULTURA Y PLANTACIONES | | 355,77 | 366,04 |
| PRODUCCIÓN PECUARIA | | 361,26 | 374,00 |
| PESCA, ACUACULTURA Y MARICULTURA | | 359,49 | 372,37 |
| MINAS, CANTERAS Y YACIMIENTOS | | 355,66 | 623,85 |
| TRANSFORMACIÓN DE ALIMENTOS | | 361,33 | 578,32 |
| PRODUCTOS INDUSTRIALES | | 362,28 | 385,65 |
| PRODUCCIÓN INDUSTRIAL DE BEBIDAS Y TABACOS | | 364,66 | 367,84 |
| METALMECÁNICA | | 363,06 | 368,37 |
| PRODUCTOS TEXTILES, CUERO Y CALZADO | | 354,89 | 356,66 |
| VEHÍCULOS Y AUTOMOTORES | | 361,89 | 368,16 |
| TECNOLOGIA: HARDWARE Y SOFTWARE | Resto de Ramas | 372,09 | 382,71 |
| | Telefonía Móvil | 634,54 | 1.600,00 |
| ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA | Electricidad Y Agua | 365,36 | 387,13 |
| | Gas | 354,00 | 377,15 |
| CONSTRUCCIÓN | | 363,74 | 412,94 |
| COMERCIALIZACIÓN Y VENTA DE PRODUCTOS | | 358,85 | 368,97 |
| TURISMO Y ALIMENTACIÓN | | 356,58 | 361,19 |
| TRANSPORTE, ALMACENAMIENTO Y LOGÍSTICA | Choferes / Conductores | 515,11 | 544,94 |
| | Resto de Ramas | 357,04 | 376,23 |
| | TRIPULACION DE VUELO y CABINA | 455,38 | 1.016,46 |
| | Resto de Ramas de Transporte Aéreo | 357,04 | 1.052,52 |
| SERVICIOS FINANCIEROS | | 356,30 | 361,12 |
| ACTIVIDADES TIPO SERVICIOS | Resto de Ramas | 354,00 | 370,53 |
| | Periodistas Profesionales | 849,93 | 942,03 |
| ENSEÑANZA | | 355,17 | 439,96 |
| ACTIVIDADES DE SALUD | | 367,24 | 382,46 |
| ACTIVIDADES COMUNITARIAS | Resto de Ramas | 366,04 | 375,31 |
| | Periodistas/Comunitarios | 570,79 | 709,16 |



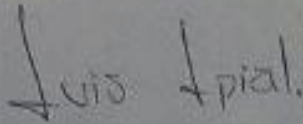
Fuente: Ministerio de trabajo

| RUTINA DE 6 DÍAS | |
|-------------------------|----------------|
| OPCIÓN A | |
| DIA 1 | PECHO |
| DIA 2 | ESPALDA |
| DIA 3 | PIERNA |
| DIA 4 | TRICEPS |
| DIA 5 | BICEPS |
| DIA 6 | HOMBRO |
| OPCIÓN B | |
| DIA 1 | ESPALDA |
| DIA 2 | TRICEPS |
| DIA 3 | HOMBRO |
| DIA 4 | PIERNA |
| DIA 5 | BICEPS |
| DIA 6 | PECHO |
| OPCIÓN C | |
| DIA 1 | PIERNA |
| DIA 2 | TRICEPS |
| DIA 3 | ESPALDA |
| DIA 4 | HOMBRO |
| DIA 5 | BICEPS |
| DIA 6 | PECHO |

Anexo 8: Proforma Almacenes Credimuebles

|  ALMACENES CREDIMUEBLES POZO FLORES SEGUNDO GUILLERMO RUC: 0400956397001 DIRECCION: Banco Eloy Alfaro Av. Coral 61-109 y Brasil TULCAN - ECUADOR | | PROFORMA Nº 0000567 FECHA 20 11 14 | |
|--|-----------------------------|---|----------------|
| CLIENTE: <u>Jennifer Carrion</u> DIRECCION: <u>Tulcan</u> | | RUC: <u>040699084</u> TEL: <u>0997657634</u> | |
| CANT. | DETALLE | V. UNITARIO | VALOR TOTAL |
| 01 | Escritorio secretario mixto | | 150.00 |
| 01 | Silla giratoria ecc. | | 60.00 |
| 01 | Archivador Jgts | | 175.00 |
| 01 | Silla opera gi. | | 49.00 |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| | | | |
| FIRMA CLIENTE:  | | FIRMA AUTORIZADA: <u>Luis Spizal.</u> | |
| | | SUB-TOTAL | <u>1272.22</u> |
| | | DESCUENTO | |
| | | IVA 0% | |
| | | IVA 12% | <u>3079</u> |
| TOTAL | | | <u>1272.22</u> |

Anexo 9: Proforma Innovart Office

|  | | RUC: 0401025739001 PROFORMA N° 000106 | |
|---|-------------------------------|--|-----------------|
| MENDEZ BURBANO ALBA JUDITH DIRECCION: Av. Coral y Bolivia Tel: 2981892 Cel: 0994357389 * TULCAN - ECUADOR | | FECHA 23 / 11 / 19 | |
| Cant. | DETALLE | V. UNIT | VALOR TOTAL |
| 07 | 02 Mesa de Division ambiente | 150.00 | 1050.00 |
| 02 | 02 Mesa de trabajo meta 160cm | 350.00 | 700.00 |
| 01 | 01 Estacion trabajo girante | | 700.00 |
| 01 | 01 Sillon guatano Op. | | 150.00 |
| 01 | 01 Sillas espesa 91 | 15.00 | 150.00 |
| 03 | 03 Archiveros 1E | 200.00 | 600.00 |
| 02 | 02 Silla giratoria Ec | 50.00 | 100.00 |
| 01 | 01 Estacion trabajo | 200.00 | 200.00 |
| 02 | 02 Estanterias 115cm x 2m | 150.00 | 300.00 |
| 01 | 01 Mesa de 10m | 700.00 | 700.00 |
| 01 | 01 Silla espesa 91m 2pl | 280.00 | 280.00 |
| FIRMA CLIENTE | | FIRMA AUTORIZADA | |
|  | |  | |
| | | SUB-TOTAL | 10970.00 |
| | | IVA 0% | |
| | | IVA 12% | 1316.40 |
| | | TOTAL | 12286.40 |


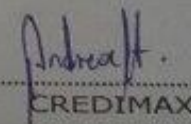
Anexo 10: Proforma Credimax

Credimax *Artículos para el Hogar*
 Dirección: Calle Juan Montalvo y Abdón Calderón * Telf.: 2205 101 * JULIO ANDRADE - CARCHI

PROFORMA N° 003610

Fecha: 20 de Junio de 2015
 Cliente: Jenifer Paola Cano Barón
 Dirección: Julio Andrade
 Trabaja en: _____
 Garante: _____
 Dirección: _____
 Trabaja en: _____

| CANTIDAD | ARTICULO | V. UNITARIO | V. TOTAL |
|------------------|------------------------------------|-------------|----------|
| 1 | Computador de Escritorio | 989,00 | 989,00 |
| | Dual Core Impresora | | |
| 1 | Grabadora Sony ZBBTG 905 | 265,00 | 265,00 |
| 1 | Parlante Amplificador + Soporte | 271,00 | 271,00 |
| | | | |
| | | | |
| Forma de Pago | | Contado | 1525 |
| Cuota Inicial | | | |
| Cuotas Mensuales | | | |
| Adicionales | | | |


GARANTE
 CREDIMAX

CLIENTE

Anexo 11: Proforma Zona Gym



Venta de equipos e implementos deportivos

Direc: Av. Induamérica Cerca del ex Redondel de Izamba 5 cuadras para abajo cerca

de la gasolinera América Frente a Global Car

Ambato- Ecuador

Correo: equiposzonagym@hotmail.com

Tel: 032450511 • Móvi: 0984423516 • Claro: 0969000552

Web www.equiposzonagym.com

Ruc: 1803990223001

PROFORMA MÁQUINAS PROFESIONALES PESO OLIMPIO

| COD | TIPO DE MAQUINARIA | P.TOTAL | Fotos |
|-----|--|-------------|---|
| 5 | <p>Multifuerza Grande 200 lbs de 2 torres de 100 lbs cada uno</p> <p>Estructura en hierro de alta resistencia. 5 Estaciones. Pintura electrostática. Poleas montadas en rodamientos. Cables encauchados. Ejercicios: polea alta - polea baja - extensión de pierna cabina de pecho - remo frontal - extensión de bíceps cabina de pecho tipo apertura - prensa de pierna - abdominador declinado -escalador digital - pera para boxeo, polea multinivel tipo crossover. Beneficios: fortalecimiento muscular, trabaja espalda, glúteos, pectorales, piernas, abdomen y brazos. Pueden trabajar 3 personas a la vez 2 torres de peso de 100 Lbs C/U Espacio requerido para armar 267x256x210(cm) Con mallas que protegen las pesas. Agarres y espumas antideslizantes.</p> | \$ 1.900,00 |  |
| 9 | <p>Multifuerza 120 Lbs Incluidas</p> <p>Trabaja Bíceps, Tríceps, Piernas, Pectorales Estructura Resistente Multigimnasio, incluye barra con 120lbs de peso, para fortalecer, bíceps, tríceps, pectorales, piernas, glúteos, con estructura resistente. 120 Lbs Incluidas</p> | \$ 500,00 |  |
| 10 | <p>Multifuerza 100 Lbs Incluidas</p> <p>100lbs para fortalecer: bíceps, tríceps, pectorales, piernas, glúteos; con estructura resistente Características Estructura Metálica Resistente Ideal Para Trabajar Bíceps, Tríceps, Hombros, Espalda, Pectorales Glúteos, Piernas Y Abdominales. Incluye 100 Lbs. De Peso</p> | \$ 550,00 |  |

Venta de equipos e implementos deportivos

Direc: Av. Indiamérica Cerca del ex Redondel de Izamba 5 cuadras para abajo cerca de la gasolinera América Frente a Global Car Aymato- Ecuador
Correo: equipozonagym@hotmail.com **Tel:** 032450511- Movil: 0984423516 - Claro: 0989000552
Web: www.equipozonagym.com **Ruc:** 1803990223001

PROFORMA MÁQUINAS PROFESIONALES PESO OLIMPICO

| COD | TIPO DE MAQUINARIA | P.TOTAL | Fotos |
|-----------|--|-------------|---|
| 12 | Predicador | \$ 290,00 |  |
| | BARRA Z REGULAR | \$ 37,00 | |
| | 4 discos de 5lbs de 1 pulgada 20 lbs | \$ 75,00 | |
| | 4 discos de 10 lbs de 1 pulgada 40 lbs | | |
| | TOTAL | \$ 342,00 | |
| 13 | Banquito Regulable | \$ 300,00 |  |
| 14 | Banco multifuerza | \$ 275,00 |  |
| | 4 discos de 5lbs de 1 pulgada 20 lbs | \$ 75,00 | |
| | 4 discos de 10 lbs de 1 pulgada 40 lbs | | |
| | BARRA 1,80 REGULAR | \$ 50,00 | |
| | TOTAL | \$ 350,00 | |
| 15 | JAULA | \$ 1.100,00 |  |
| | 4 discos de 5lbs de 1 pulgada 20 lbs | \$ 75,00 | |
| | 4 discos de 10 lbs de 1 pulgada 40 lbs | | |
| | TOTAL | \$ 1.175,00 | |

Venta de equipos e implementos deportivos

Direc: Av. Induamérica Cerca del ex Redondel de Izamba 5 cuadras para abajo cerca

de la gasolinera América Frente a Global Car

Ambato- Ecuador

Correo: equiposzonagym@hotmail.com

Tel: 032450511- Móvi: 0984423516 - Claro: 0969000552

Web www.equiposzonagym.com

Ruc: 1803990223001

PROFORMA MÁQUINAS PROFESIONALES PESO OLIMPIO

| COD | TIPO DE MAQUINARIA | P.TOTAL | Fotos |
|-----|------------------------|-------------|---|
| 27 | Banco para abdominales | \$ 100,00 |  |
| 28 | Equipo para abdomen | \$ 495,00 |  |
| 30 | Porta pesas | \$ 120,00 |  |
| 31 | Porta mancuernas | \$ 280,00 |  |
| 33 | Banco plano | \$ 250,00 |  |
| 32 | Prensa y haka | \$ 1.200,00 |  |

Venta de equipos e implementos deportivos

Direc: Av. Induamérica Cerca del ex Redondel de Izamba 5 cuadras para abajo cerca de la gasolinera América Frente a Global Oar Ambato- Ecuador
Correo: equipozonagym@hotmail.com **Teléf:** 032450511- Movi: 0984423516 - Claro: 0959000552
Web www.equipozonagym.com **Ruc:** 1803990223001

PROFORMA ACCESORIOS

| TIPO DE ARTÍCULOS | P.TOTAL | Fotos |
|--|----------|---|
| Mancuernas o huesos Precio por libras En todo peso desde 2.5 libras 2,5, LBS , 5 LBS,10 LBS,15 LBS,20 LBS, 25 LBS,30 LBS,35 LBS, 40 LBS, 45 LBS, 50 LBS,60 LBS,70 LBS ,80LBS, 90,LBS,100lbs | \$ 1,35 |  |
| Discos en peso nacional 1 pulgada Precio por libras 2,5 LBS ,5 LBS,10 LBS, 15 LBS, 20 LBS, 25 LBS, 30 LBS, 35 LBS,40 LBS 45 LBS por kilos 20kg ,15kg ,10kg ,5kg , 2,5kg ,1kg | \$ 1,25 |  |
| Colchoneta de 90 *60cm | \$ 24,00 |  |
| Barra Olimpica Recta 1,50cm con seguros | \$ 95,00 |  |
| Barra Regular Recta 1,50cm con seguros | \$ 50,00 |  |
| BARRA M | \$ 40,00 |  |
| Barra Olimpica EZ con seguros | \$ 90,00 |  |
| Barra Regular EZ con seguros | \$ 40,00 |  |
| Step profesional medidas de 80cm largo* 31cm ancho alto de 10 cm tiene 2 regulaciones de altura cada una 6cm 22 cm es la altura con las Son antideslizantes | \$ 43,00 |  |

EQUIPOS ZONA GYM

Venta de equipos e implementos deportivos

Direc: Av. Induamérica Cerca del ex Redondel de Izamba 5 cuadras para abajo cerca de la gasolinera América Frente a Global Car

Ambato- Ecuador


Correo: equiposzonagym@hotmail.com

Teléf: 032450511- Mo: 0984423516 - Cla: 0959000552

Web www.equipozonagym.com

Ruc: 1803990223001

PROFORMA ACCESORIOS

| COD | TIPO DE ARTÍCULOS | P.TOTAL | Fotos |
|------------|--|----------------|---|
| | Pera | \$ 45,00 |  |
| | Piso moqueta fitness 0,91 m *2mm | \$ 18,00 |  |
| | Liga con agarre en el extremo 3mm ligas color negra largo 300 cm | \$ 22,00 |  |
| | Mancuernas de vinil de 0,5kg PAR | \$7,00 |  |
| | Mancuernas de vinil de 1kg PAR | \$ 12,00 | |
| | Mancuernas de vinil de 2kg PAR | \$ 18,00 | |
| | Mancuernas de vinil de 3kg PAR | \$ 25,00 | |
| | Mancuernas de vinil de 4kg PAR | \$ 35,00 | |
| | Mancuernas de vinil de 5kg PAR | \$ 40,00 | |
| | Mancuernas de vinil de 6kg PAR | \$ 48,00 | |
| | Mancuernas de vinil de 7kg PAR | | |
| | Mancuernas de vinil de 8kg PAR | | |
| | Mancuernas de vinil de 9kg PAR | | |
| | Mancuernas de vinil de 10kg PAR | | |
| | Cuerda de combate 1,5'DIAM,40' | \$ 250,00 |  |
| | báscula BALANZA DE BANO 150KG/LB PESA HASTA 150KG/330LB MODELO DIGITAL | \$ 25,00 |  |



EQUIPOS ZONA GYM

Venta de equipos e implementos deportivos

Direc: Av. Induamérica Cerca del ex Redondel de Izamba 5 cuadras para abajo cerca

de la gasolinera América Frente a Global Car

Ambato- Ecuador

Correo: equiposzonagym@hotmail.com

Teléf: 032450511- Móvi: 0984423516 - Claro: 0959000552

Web www.equiposzonagym.com

Ruc: 1803990223001

PROFORMA ACCESORIOS

| TIPO DE ARTÍCULOS | P.TOTAL | Fotos |
|--|-------------|---|
| Bicicleta para Tráfico pesado Bicicleta Estática Spinner Tonifica Gluteos piernas y columna. Con Panel de Control en el cual se especifica tiempo velocidad, distancia y calorías asiento ajustable. Soporta 220 libras Dimensiones producto: 1.300* 480 *1.030 | \$ 330,00 |  |
| CAMINADORA Diseño plegable que cuenta con un amortiguador que baja de manera automática y lenta la banda hasta tocar el piso. Mide: tiempo, distancia, pulso, calorías, velocidad, inclinación Programas establecidos: 7 Niveles: 10 Velocidad: 0.8 - 20 Km/h Inclinación: 15 niveles Tamaño de Banda: 500*1450mm GARANTIA: 1 AÑO Tamaño de equipo: 1955*900*1495 SOPORTA PESO HASTA 270 LIBRAS | \$ 1.300,00 |   |

Anexo 12: Proforma Artialambre



PROFORMA N° SC-SPRV-131114-01.
FECHA 13 NOVIEMBRE DEL 2014
CLIENTE JENIFER CANO.
CI. RUC

DIRECCION TULCAN
TELEFONO 0997657634
VALIDEZ DE LA OFERTA 10 DIAS.
OBSERVACIONES:

Sírvase encontrar nuestra propuesta para la adquisición de:

| ITEM | CANTIDAD | DESCRIPCION | V. UNITARIO | V. TOTAL |
|---------|----------|--|-------------|-----------|
| 1 | 1 | LOCKERS DE 16 SERVICIOS.- Fabricado en lámina metálica de tool. Cada módulo tiene 16 servicios. Recubierto con pintura electrostática. Medias externas: 1,80 x 1,40 x 0,40 (alto x frente x fondo). Cada servicio aprox: 55 x 35 (alto x frente). Seguridad para candado (no incluye candado). | \$ 462,00 | \$ 462,00 |
| Suma... | | | | \$ 462,00 |
| IVA 12% | | | | \$ 55,44 |
| TOTAL | | | | \$ 517,44 |

Términos Generales de la oferta:

1. Precios Incluyen IVA.
2. Forma de pago: 50% de anticipo saldo contra entrega.
3. Tiempo de entrega: Inmediata salvo previa venta.
4. No se Incluyen costos no especificados como obras civiles, eléctricas o sanitarias.
5. Todos nuestros productos Incluyen una garantía de 1 año por defectos de fabricación. El uso negligente anula la garantía.


Atentamente,



Darwin Shunaula.
ARTIALAMBRE CIA. LTDA.

Dirección comercial: Ulloa 650 y Mercadillo C.C. Santa Clara Local 14A / Teléfono: 2520-379
Dirección fabrica: Av. Juan de Selis N77-97 y Vicente Duque(Carcelén Industrial) / Teléfono: 2477-806 Quito-Ecuador
Email: ventas@artialambre.com / Web:artialambre.com

Anexo 13: Tarifas publicitarias radio Ondas Carchenses



Ondas Carchenses
PRIMERA POTENCIA RADIAL DEL NORTE
ECUATORIANO

SIEMPRE LA PRIMERA 1250 A.M.
LA NUEVA ONDA 107.3 F.M. STEREO

Dirección: Olmedo y Ayacucho Edificio Benalcazar - Oficina. 302
Telfs.: 2980450 - 2980200 - Fax: 2982518 Tulcán - Ecuador

E-mail: ondascarchenses@gmail.com

TARIFAS PUBLICITARIAS 2014
RADIO "ONDAS CARCHENSES" A.M – F.M Stereo

PROGRAMACION REGULAR (08h00 a 20h00)

| No CUÑAS | VALOR MENSUAL |
|------------------|---------------|
| 7 cuñas diarias | US \$ 200.00 |
| 10 cuñas diarias | US \$ 300.00 |
| 14 cuñas diarias | US \$ 400.00 |

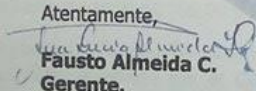
INFORMATIVO MATINAL (06H30 a 08H00)
Retransmite Radio Tulcán F.M.


| | |
|-------------------|--------------|
| Costo Mensual | US \$ 230.00 |
| Cuñas Ocasionales | US \$ 5.00 |

COBERTURA GEOGRAFICA: Provincia del Carchi
Provincia de Sucumbios, Napo
Departamento de Nariño - Colombia

Recepción de Publicidad en todos los formatos: CD, mp3, Correo Electrónico
ondascarchenses@gmail.com

VENTA FACTURACION Y COBRANZAS:
Radio Ondas Carchenses Olmedo y Ayacucho Edif. Benálcazar 3er piso
Teléfono: 2 980-450 2 980-200.

Atentamente,

Fausto Almeida C.
Gerente.



Anexo 14: Tarifa publicitaria radio Frontera



TARIFAS PUBLICITARIAS RADIO FRONTERA 93.3 FM "LA VOLADORA"

| TIPO EMPRESA | NUMERO DE CUÑAS DIARIAS | VALOR POR CUNA UNITARIO | VALOR MENSUAL |
|--|-------------------------|-------------------------|---------------|
| Pequeñas empresas | 7 | \$21,00 | \$147,00 |
| Grandes empresas Pública privada | 7 | \$70,00 | \$1400,00 |

✓ Cobertura:

- Provincia del Carchi
- Departamento Nariño Colombia

Atentamente


MANUEL Desejo

DIRECTOR

Anexo 15: Tasa Activa Banco Nacional de Fomento

| CREDITOS PARA PRODUCCION, COMERCIO Y SERVICIO | |
|---|--|
| Sujetos de Crédito: Personas naturales o jurídicas, que tengan relación con la actividad productiva, comercial y de servicios. | |
| Financiamiento: | Hasta el 80%. |
| Montos: | De USD \$500 a USD \$300.000 |
| Interés: | Tasa de interés vigente. |
| Garantía: | Quirografaria (personal), prendaria e hipotecaria. |
| Requisitos | |
| 1 | Copia (b/n o a color) legible de la cédula de ciudadanía vigente del solicitante y cónyuge (si son casados). |
| 2 | Copia (b/n o a color) legible del certificado de votación del solicitante, pariente y cónyuges (si son casados), del último proceso electoral. |
| 3 | Copia legible del Registro Único de Contribuyente - RUC o Régimen Impositivo Simplificado Ecuatoriano - RIISE del solicitante. |
| 4 | Comprobante de pago de agua, luz, teléfono o un documento que permita la verificación del domicilio con una validez de tres meses del solicitante y pariente. |
| 5 | Original de proforma o cotizaciones verificables de obras comerciales o proveedores de las inversiones a realizar con el préstamo (obligatorio en caso de adquisición de activos fijos e inventares). En el caso de obras de infraestructura se deberá presentar el presupuesto de construcción. |
| 6 | Para créditos superiores a USD \$3.000 se requiere, copia legible del título de propiedad o pago del impuesto predial o contrato de arrendamiento del lugar de la inversión, o certificado actualizado de posesión o del trámite de adjudicación conferido por el organismo competente. |
| 7 | Original del plan de inversión o proyecto de factibilidad acorde al monto solicitado. El plan de inversión únicamente debe presentarse para operaciones de USD \$20.000 hasta USD \$100.000 y para operaciones mayores a USD \$100.000 el proyecto de factibilidad. |
| 8 | Documentos de justificación de bienes (préstamos con garantía hipotecaria o prendaria). |

Anexo 16: Tasa pasiva Banco Central del Ecuador

| Tasas de Interés | | | |
|--|----------------|----------------------------|----------------|
| junio-2015 | | | |
| 3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO | | | |
| Tasas Referenciales | % anual | Tasas Referenciales | % anual |
| Plazo 30-60 | 4.44 | Plazo 121-180 | 5.97 |
| Plazo 61-90 | 4.56 | Plazo 181-360 | 6.66 |
| Plazo 91-120 | 5.55 | Plazo 361 y más | 7.61 |

Fuente: <http://contenido.bce.fin.ec/docs.php?path=/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Anexo 17: Porcentaje de Inflación

| PORCENTAJE DE INFLACIÓN | | | |
|--------------------------------|--------------|-------------|--------------|
| | | AÑO | % |
| Inflación histórica | | 2009 | 4,31% |
| | | 2010 | 3,33% |
| | | 2011 | 5,41% |
| | | 2012 | 4,16% |
| | | 2013 | 2,70% |
| | | 2014 | 3,67% |
| | Año 0 | 2015 | 4,55% |
| Inflación proyectada | Año 1 | 2016 | 3,83% |
| | Año 2 | 2017 | 3,78% |
| | Año 3 | 2018 | 3,74% |
| | Año 4 | 2019 | 3,69% |
| | Año 5 | 2020 | 3,64% |

Fuente: INEC

Elaborado por: Jenifer Cano

Anexo 18: Sueldos

| SUELDOS | | | | | |
|----------------------------|-------------|--------------|---------------|-------------------|-------|
| | | AÑO | SUELDO | INCREMENTO | |
| SUELDOS HISTORICOS | | | | | |
| | | 2008 | 200 | - | |
| | | 2009 | 218 | 8,26% | |
| | | 2010 | 240 | 9,17% | |
| | | 2011 | 264 | 9,09% | |
| | | 2012 | 292 | 9,59% | |
| | | 2013 | 318 | 8,18% | |
| | 2014 | 340 | 6,47% | | |
| SUELDOS PROYECTADOS | | AÑO 0 | 2015 | 354 | 3,95% |
| | | AÑO 1 | 2016 | 383 | 7,50% |
| | | AÑO 2 | 2017 | 406 | 5,72% |
| | | AÑO 3 | 2018 | 429 | 5,41% |
| | | AÑO 4 | 2019 | 452 | 5,13% |
| | | AÑO 5 | 2020 | 476 | 4,88% |

Fuente: INEC

Elaborado por: Jenifer Cano

Los artículos deportivos podrán incluirse como gastos personales

Me gusta A 1273 personas les gusta esto. Sé el primero de tus amigos. < | v | x | v | 24186

COMPARTIR



VALORAR ARTICULO



Indignado



Triste



Indiferente



Sorprendido



Contento

Andrés Jaramillo y Redacción Negocios (1) · 25 de mayo de 2015 12:35

Los **implementos deportivos** también podrán **deducirse del Impuesto a la Renta** como gastos personales a partir de este año, informó el **Servicio de Rentas Internas (SRI)**, el 25 de mayo del 2015 en un comunicado.

Según la entidad tributaria, se tomará en consideración estos rubros puesto que el desarrollo de actividades deportivas, así como la adquisición de implementos y servicios relacionados con la actividad física favorecen la mejora y mantenimiento de la salud.

Las **facturas** que los ciudadanos reciban por concepto de inscripción en gimnasios, contratación de entrenadores, adquisición de implementos deportivos como pelotas, bicicletas y demás, la participación en competencias, entre otros rubros, pueden considerarse como **gastos deducibles de salud**, al momento de realizar la declaración y pago del Impuesto a la Renta.

En el **Ecuador**, más de 5 millones de personas de 12 años de edad, en adelante, practicaban algún tipo de deporte hasta diciembre del 2014, según la **Encuesta de Condiciones de Vida del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC)**.

Se aplicó en 29 052 viviendas de las 24 provincias del país, tanto en el área urbana como rural. La mayoría de encuestados (69,2%) dijo que hacía actividad física en áreas verdes o espacios públicos como parques y calles. Solo el 5,1% acudió a gimnasios.

El resto de personas de la muestra dijeron que hacen deporte en establecimientos educativos o espacios verdes y áreas privadas, como canchas sintéticas o patios de las instituciones.

Para el 2015 la **cuantía máxima** por la que se puede deducir gastos de salud es de USD 14 040, equivalente a 1,3 veces la fracción básica desgravada (USD 10 800). En el caso de los **gastos de vivienda**, alimentación, vestimenta y educación las deducciones no podrán exceder los USD 3 510.

La **deducción de gastos deportivos por concepto de salud** también promoverá la emisión de comprobantes de venta y el cumplimiento de las obligaciones tributarias de los comercializadores y empresas que se especializan en actividades deportivas, informó el SRI.

FUENTE: <http://www.elcomercio.com/actualidad/articulosdeportivos-gastospersonales-sri-impuestoalarenta.html>

Anexo 20: Artículo Científico

Estudio de factibilidad para la implementación de un gimnasio en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca.

(Fecha de Entrega 19/04/2015 – Fecha de revisión 29/05/2015)

**Universidad Politécnica Estatal del Carchi (UPEC - ECUADOR)
Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial
Escuela de Administración de Empresas y Marketing (EAEM)**



Bachiller en Contabilidad, Colegio Nacional César Antonio Mosquera, Julio Andrade cantón Tulcán, provincia Carchi.
Ingeniero de la Escuela de Administración de Empresas y Marketing, de la Facultad de Comercio Internacional, Integración, Administración y Economía Empresarial de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi.

e-mail: jeniferjpgc@hotmail.com

Resumen

Esta investigación analizó la posibilidad de ofertar el servicio de gimnasio en la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca, así mismo se detalló las razones del porque estudiar la problemática con respecto al servicio de gimnasio. De acuerdo al estudio de campo realizado; se determina una aceptación al servicio de gimnasio, información que se obtuvo a través de la aplicación de 370 encuestas a la población de Julio Andrade y del cantón San Pedro de Huaca, por otro lado se analizó entrevistas a los administradores de los gimnasios existentes en la ciudad de Tulcán; determinando aspectos importantes para la realización de la propuesta de la presente investigación; mas sin embargo la oferta de gimnasio en las localidades estudiadas tienen un dato cuantitativo de cero.

Dentro de este análisis se determina demanda insatisfecha referente al servicio de gimnasio, es así que se presenta la oportunidad de negocio, tomando en cuenta la ausencia de empresas que brinden el servicio de gimnasio; además cabe mencionar el interés de la población por acceder a este servicio en la localidad, y el creciente interés de las personas por mejorar su estilo de vida, apariencia física, salud entre otros factores que afectan positivamente al interés de las personas por estar bien física y psicológicamente bien.

Palabras clave

Oferta, demanda, gimnasio, servicio y factibilidad.

Abstract

This research analyzed the possibility of offering training gym in the parish of Julio Andrade and the canton San Pedro de Huaca, also the reasons why study problems regarding service gym was detailed. According to the field survey performed an acceptance to service gym, information obtained through the application of 370 population surveys Julio Andrade and Canton San Pedro de Huaca, on the other hand is determined interviews were analyzed to managers of existing gyms in the city of Tulcán; determining important aspects for the realization of this research proposal; but yet offering gym in the studied have a zero quantitative data.

Within this analysis regarding the unmet demand service fitness is determined, so that presents the business opportunity, given the absence of companies that provide service gym; also include the interest of the population to access this service in the town, and the growing interest of people to improve their lifestyle, physical appearance, health and other factors affecting positively the interest of the people to be good physically and psychologically.

Keywords

It offers, it demands, gym, service and feasibility.

1. Introducción

En el Ecuador se ha identificado personas interesadas por la realización de actividades físicas, ya sea en espacios abiertos o cerrados. Cabe mencionar que la provincia del Carchi específicamente la parroquia de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca tiene un clima cambiante, lo cual impide la realización de actividades físicas en lugares abiertos, de tal manera genera un factor positivo, favoreciendo a la puesta en marcha de un gimnasio la localidad.

La presente investigación contiene los principales conceptos para el desarrollo de un estudio de factibilidad para la implementación de un gimnasio dentro de la parroquia de Julio Andrade, el cual trate de compartir la cultura de realizar actividades físicas en un espacio cerrado, dotado de requerimientos necesarios para la buena realización de actividades físicas; mismas que ayuden a la salud de las personas que acuden al lugar, además que se identifica la oportunidad de incursionar en el mercado con una idea diferente, aprovechando la demanda insatisfecha existente, como también la no existencia de este tipo de negocio en la localidad.

Esta investigación básicamente trata de identificar la oportunidad de negocio en la localidad anteriormente mencionada, además que pretende determinar la necesidad de implementación de este servicio, por lo que se decide emprender en el campo de los servicios, a través de oferta del servicio de gimnasio en la localidad de Julio Andrade y el cantón San Pedro de Huaca.

2. Materiales y métodos

La presente investigación se fundamenta en la modalidad cuanti- cualitativa, modalidades que permitió determinar demanda, oferta, demanda insatisfecha, gustos, preferencias de consumo, comportamientos misma que enriquece la información, de la misma manera el estudio presenta tipos de investigación tal es el caso de la investigación bibliográfica, de campo y aplicada.

Por su parte la bibliográfica ayuda a recabar información secundaria que contribuyó al tema de investigación a través de estudios ya realizados, así mismo la investigación de campo a través de la aplicación de encuestas permitió recabar información que permite conocer con exactitud necesidades, comportamientos, gustos y preferencias de la población de la parroquia de Julio Andrade y cantón San Pedro de Huaca, además se realizó entrevistas a los administradores de los gimnasios existencia en la ciudad de Tulcán, con el propósito de obtener datos para determinar la demanda del estudio y aspectos esenciales para realizar la propuesta de la investigación . Finalmente destacaremos que la investigación Aplicada permitió buscar u identificar la manera de mejorar a la sociedad, apuntando a resolver la carencia de un servicio en un determinado grupo de habitantes.

Se aplicó 370 encuestas a los habitantes de la parroquia de Julio Andrade y al cantón San Pedro de Huaca que están en el rango de edad de entre 15 y 65 años de edad, población que se considera activa para realizar este tipo de actividades físicas. Dentro de las preguntas contenidas en las encuestas corresponden a el tipo de actividad física que realiza, horario en que práctica, frecuencia de asistencia a un gimnasio, factores importantes que debe poseer un gimnasio, actividades físicas que le gustaría practicar en un gimnasio, motivos de acudir a un gimnasio, preferencia de pago, etc. Por consiguiente se aplicó 5 encuestas aplicadas a los administradores de los gimnasios de la ciudad de Tulcán de entre los cuales se destaca Fitness Sport Center, Mega Fitness Sport Center, Alex Gym, Estar en forma, Crossfit Training y gimnasio UPEC.

Además se hizo indispensable el uso del paquete de Windows como Word, Excel, Visio, este último se utilizó para realizar flujograma; igualmente se utilizó la plataforma SPSS, que a través de sus cuadros y gráficos ayuda a ordenar y presentar la información de manera ordenada y entendible, facilitando su interpretación.

3. Resultados y la discusión

Tabla N° 1: ¿Cree Ud. que un gimnasio aportaría a incrementar su actividad física?

| Indicador | Frecuencia | Porcentaje válido |
|----------------------------|------------|-------------------|
| Válidos Definitivamente si | 284 | 76,8 |
| Probablemente si | 65 | 17,6 |
| Indeciso | 15 | 4,1 |
| Probablemente no | 2 | ,5 |
| Definitivamente no | 4 | 1,1 |
| Total | 370 | 100,0 |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)
Elaborado por: Jenifer Cano

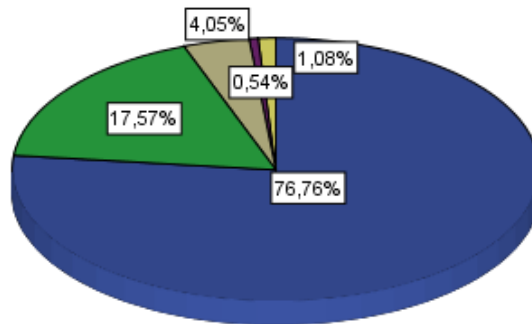
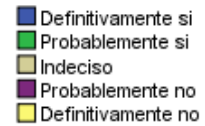


Gráfico N° 1: Un gimnasio incrementa su actividad física

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)
Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis: Más de la mitad de los encuestados manifiesta que un gimnasio definitivamente aporta a incrementar la actividad física, y un mínimo no lo cree así. Los encuestados que opinaron de manera favorecedora se debe a que algunas personas ya han asistido a un gimnasio y saben de los beneficios infinitos que este les brinda, uno de estos y creo que son los más importantes es el verse bien y el estar sano, Esto se debe a que gracias a las comodidades y atenciones que brinda un gimnasio las personas se sienten motivadas a realizar actividad física, por lo que de esta manera se llegaría a contrarrestar el sedentarismo.

Tabla N° 2: ¿Ud. asiste a un gimnasio actualmente?

| | Frecuencia | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos Si | 144 | 38,9 | 38,9 |
| No | 226 | 61,1 | 100,0 |
| Total | 370 | 100,0 | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

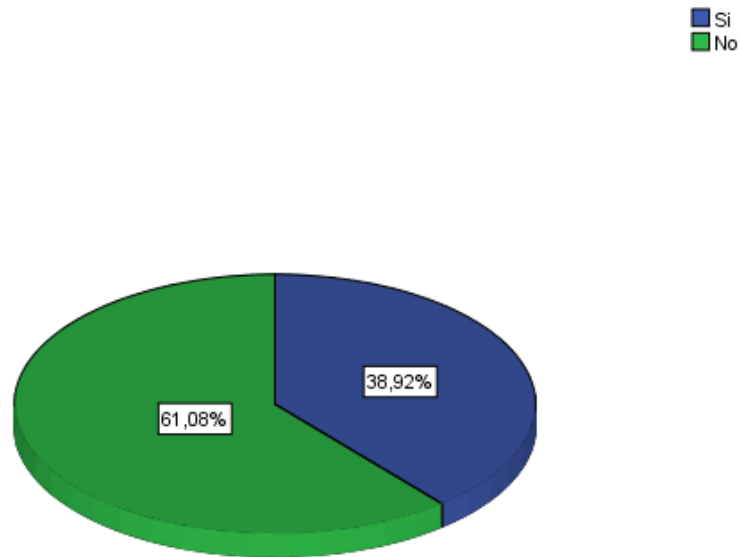


Gráfico N° 2: Ud. asiste a un gimnasio actualmente

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis: De la muestra tomada 144 han manifestada que si han acudido a un gimnasio en otros lugares en cambio la diferencia no ha asistido a un gimnasio y por ende no se han visto beneficiados de este tipo de servicio; debido a que en las localidades encuestadas no ofertan el servicio de un gimnasio

Tabla N°3: ¿Con que frecuencia Ud. Acudiría a un gimnasio?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Diario | 38 | 10,3 | 26,4 | 26,4 |
| | Una vez a la semana | 21 | 5,7 | 14,6 | 41,0 |
| | Dos vez a la semana | 56 | 15,1 | 38,9 | 79,9 |
| | Cada dos semanas | 14 | 3,8 | 9,7 | 89,6 |
| | Cada mes | 4 | 1,1 | 2,8 | 92,4 |
| | Cada dos meses | 1 | ,3 | ,7 | 93,1 |
| | Otro | 10 | 2,7 | 6,9 | 100,0 |
| | Total | 144 | 38,9 | 100,0 | |
| Perdidos | Sistema | 226 | 61,1 | | |
| Total | | 370 | 100,0 | | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

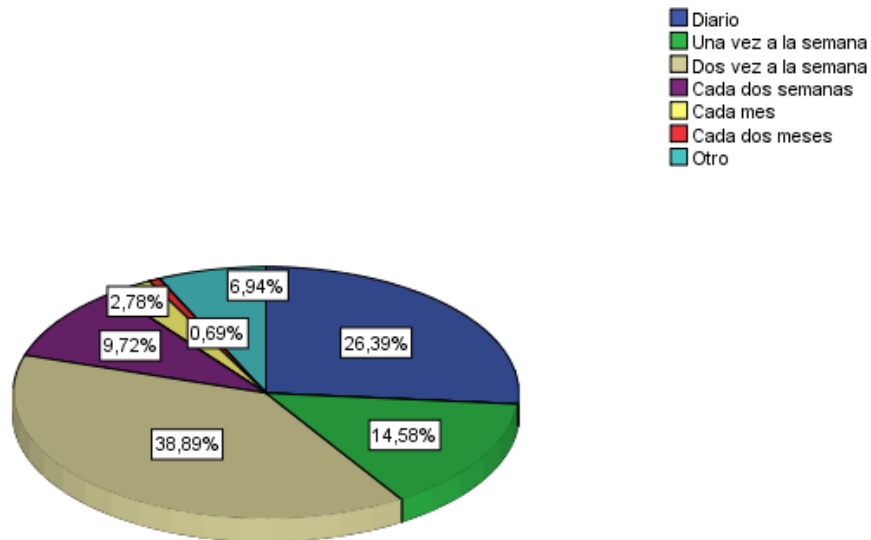


Gráfico N° 3: Frecuencia de asistencia
Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)
Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis: De las alternativas planteadas dos veces a la semana es la respuesta que mayor aceptación tuvo, de la misma manera los que dicen que acudirían diariamente a un gimnasio, en conclusión las respuestas son acogedoras para el estudio, además es preciso indicar que el tomar la actividad física como un hábito esta presenta resultados favorecedores para la salud y para el diario vivir.

Tabla N° 4: ¿De qué manera le gustaría pagar por los servicios del gimnasio?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|-----------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Diario | 28 | 7,6 | 19,4 | 19,4 |
| | Semanal | 8 | 2,2 | 5,6 | 25,0 |
| | Quincenal | 3 | ,8 | 2,1 | 27,1 |
| | Mensual | 105 | 28,4 | 72,9 | 100,0 |
| | Total | 144 | 38,9 | 100,0 | |
| Perdidos | Sistema | 226 | 61,1 | | |
| Total | | 370 | 100,0 | | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)
Elaborado por: Jenifer Cano

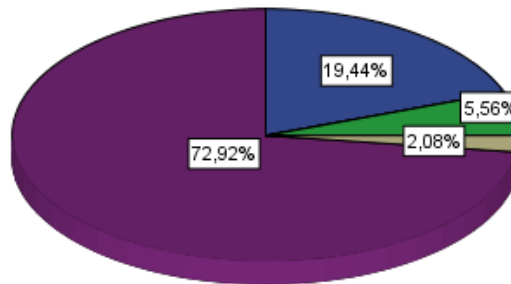


Gráfico N° 4: ¿De qué manera le gustaría pagar por los servicios del gimnasio?

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis: Más de la mitad de los encuestados pagarían de manera mensual por los servicios de un gimnasio, por lo que para establecer políticas se toma en cuenta esta aceptación por parte de los encuestados.

Tabla N° 5: ¿Cuánto gastaría en promedio mensual para mantenerse bien físicamente?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|----------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | De 0 a 30 USD | 112 | 30,3 | 77,8 | 77,8 |
| | De 31 a 60 USD | 22 | 5,9 | 15,3 | 93,1 |
| | De 61 a 90 USD | 8 | 2,2 | 5,6 | 98,6 |
| | Más de 91 USD | 2 | ,5 | 1,4 | 100,0 |
| | Total | 144 | 38,9 | 100,0 | |
| Perdidos | Sistema | 226 | 61,1 | | |
| Total | | 370 | 100,0 | | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

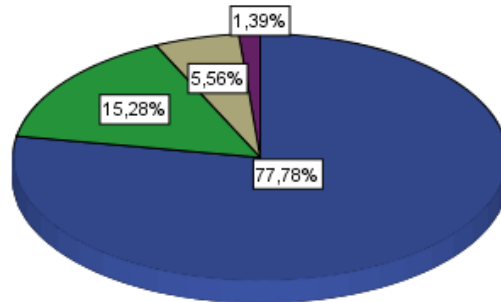
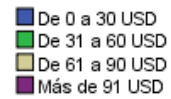


Gráfico N° 5: ¿Cuánto gastaría en promedio mensual para mantenerse bien físicamente?

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis: Más del 75% de los encuestados únicamente gastarían un promedio mensual de 0 a 30 USD para mantenerse bien físicamente. Más sin embargo el cuidado de nuestra vida, cuerpo depende del trato o atención que nosotros damos a la vida, por lo que si no tomamos en cuenta cada una de estos parámetros podríamos gastar muchísimo más al tratar de contrarrestar las enfermedades

Tabla N° 6: ¿Cuál es el promedio de sus ingresos mensuales?

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|------------------|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Menos de 340 USD | 88 | 23,8 | 61,1 | 61,1 |
| | De 341 a 540 USD | 43 | 11,6 | 29,9 | 91,0 |
| | De 541 a 740 UDS | 10 | 2,7 | 6,9 | 97,9 |
| | De 741 a 940 USD | 2 | ,5 | 1,4 | 99,3 |
| | Más de 1141 USD | 1 | ,3 | ,7 | 100,0 |
| Total | | 144 | 38,9 | 100,0 | |
| Perdidos | Sistema | 226 | 61,1 | | |
| Total | | 370 | 100,0 | | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

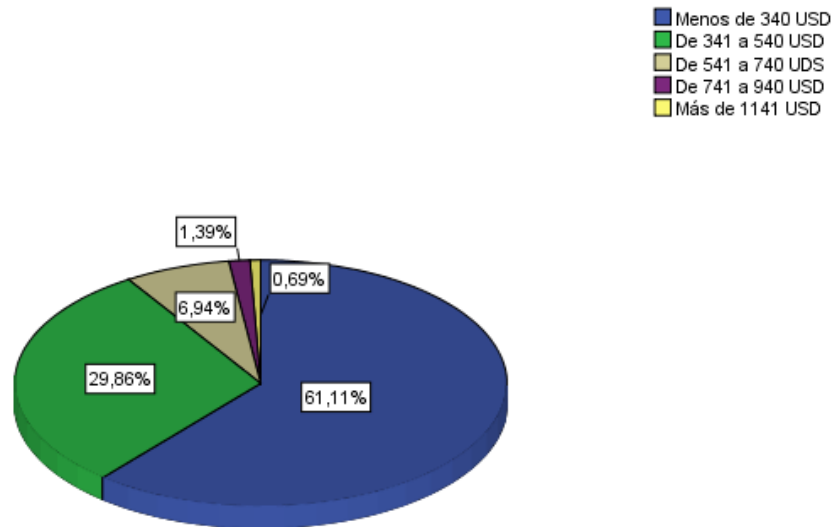


Gráfico N° 6: ¿Cuál es el promedio de sus ingresos mensuales?

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis: Los encuestados respondieron que el promedio de sus ingresos mensuales son menores a 340 USD, se relaciona esta con la anterior con lo que se identifica que las personas destinarían parte de sus ingresos para mantenerse bien físicamente.

Tabla N° 7: Si se llegaría a ofertar este tipo de servicios en la localidad Ud.

| | | Frecuencia | Porcentaje | Porcentaje válido | Porcentaje acumulado |
|----------|---|------------|------------|-------------------|----------------------|
| Válidos | Inmediatamente acudiría | 61 | 16,5 | 42,4 | 42,4 |
| | Esperaría ver su funcionamiento | 55 | 14,9 | 38,2 | 80,6 |
| | Esperaría recomendaciones / ver su funcionamiento | 20 | 5,4 | 13,9 | 94,4 |
| | Esperaría promociones | 8 | 2,2 | 5,6 | 100,0 |
| | Total | 144 | 38,9 | 100,0 | |
| Perdidos | Sistema | 226 | 61,1 | | |
| | Total | 370 | 100,0 | | |

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

- Inmediatamente acudiría
- Esperaría ver su funcionamiento
- Esperaría recomendaciones / ver su funcionamiento
- Esperaría promociones

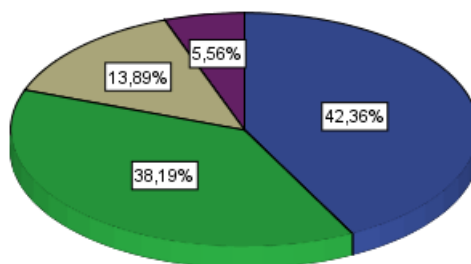


Gráfico N° 7: Si se llegaría a ofertar este tipo de servicios en la localidad Ud.

Fuente: Estudio de Campo (Agosto 2014)

Elaborado por: Jenifer Cano

Análisis: Los resultados que arrojó la muestra indica una respuesta favorable casi del cincuenta por ciento acudirían inmediatamente al gimnasio, y otro grupo menor a este manifestaron que esperarían a ver su funcionamiento y recomendaciones. Con lo cual se concluye que según los datos arrojados por la encuesta la mayor parte de los encuestados asistirán al gimnasio dentro de los primeros días tomando en cuenta las opiniones vertidas de los habitantes sobre el servicio.

En conclusión se puede decir que la información recolectada con la investigación de campo es muy favorecedora para este estudio, tomando en cuenta que la investigación de mercado se enfocó a descubrir cada uno de los factores tales como el servicio que les gustaría recibir, cuanto pagar por ello, con qué frecuencia etc. Es decir se recolectó información real que ayuda a la investigación a crear una propuesta para satisfacer una necesidad

4. Conclusiones

- Hoy en día, el verse y sentir bien se ha convertido en algo muy de moda, por lo que esta manera aparece la oportunidad de brindar un servicio que satisfaga esta necesidad existente y creciente en el mercado.
- El servicio de gimnasio te ofrece la oportunidad de estar saludablemente sano de manera más divertida, es decir se pueden realizar rutinas diferentes que apunten al cumplimiento del objetivo del cliente con el apoyo de un instructor que básicamente impide la posibilidad de fracturas.
- La población está interesada en asistir a un gimnasio más sin embargo en la localidades investigadas no existe la oferta de este servicio por lo que se genera una demanda insatisfecha.
- De acuerdo a la frecuencia de consumo del servicio las personas acudía diariamente y dos veces a la semana. Obteniendo estas respuestas por la falta de tiempo y cultura a este tipo de servicios.
- Un factor determinante que los encuestados consideran que debe poseer un gimnasio es el profesionalismo en su personal, debido a que se trabaja directamente con el cuerpo de las personas, por lo que motiva a que se posea a contratar a personal que esté capacitado.

5. Recomendaciones

- Tener en cuenta la existencia de nuevas necesidades en el mercado, mismas que provocan que se generen oportunidades de negocio.
- Brindar la infraestructura necesaria para que la población realice actividades divertidas y cómodas, apuntando a la satisfacción personal, así mismo diseñar un servicio que esté acorde a los requerimientos de los usuarios y determinar factores de calidad que los clientes toman en cuenta a la hora de acceder a un servicio.

- Se recomienda aprovechar la oportunidad de creación de un gimnasio en la parroquia de Julio Andrade y cantón San Pedro de Huaca por motivo de que no existe ninguna organización que brinde este servicio.

- Se recomienda identificar de manera adecuada la frecuencia de consumo de los clientes para no generar cuellos de botella, lo cual de una u otra manera perjudica la actividad diaria del gimnasio.

- Un factor determinante que los encuestados consideran es el profesionalismo del personal, debido a que se trabaja directamente con personas lo que se precisa en dotar al gimnasio de talento humano que se relacione con el servicio; enfocándose a que los servicios son intangibles y de esto depende el éxito como tal del servicio.

6. Bibliografía y linkografía

Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. (7^{ma} Ed.). México: McGraw-Hill.

Barquero, D., Rodríguez, C., Barquero, M., & Huertas, F. (2007). *Marketing de clientes*. (2^{da} Ed.). España: McGraw-Hill.

Comellas, J. (2008). *Hábitos inteligentes para tu salud*. (3^{ra} Ed.). España: Amat.

CONSTITUCIÓN DEL ECUADOR (2008)

CONSUMOTECA. (2009). *Definición de gimnasio*. Recuperado el 18 de enero 2014, de <http://www.consumoteca.com/ocio-y-deporte/gimnasios/gimnasio/>

Chiavenato, Idalberto. (2006). *Introducción a la teoría general de la administración* (7^{ma} Ed.). México: McGraw-Hill.

Definición ABC. (2013): *Concepto de gimnasio*. Recuperado el 18 de enero 2014, de <http://www.definicionabc.com/deporte/gimnasio.php#ixzz2tiyexjv1>.

ECURED. (2014). *Definición de gimnasio*. Recuperado el 18 de enero 2014, de <http://www.ecured.cu/index.php/Gimnasio>

Galeth. (2013). *Importancia de una vida activa: El fitness y la importancia de una vida activa*. Recuperado el 24 de octubre 2013, de <http://www.revistafamilia.ec/index.php/articulos-vida-practica/4821-alex-galeth-el-fitness-y-la-importancia-de-una-vida-activa>.

- García, J. (2010). *Estudio de factibilidad para la apertura de un gimnasio – spa en la ciudadela del Chofer de la ciudad de Ibarra*. Tesis de proyecto de grado publicado, Universidad Técnica del Norte, Ibarra, Ecuador.
- Gonzales, F. (2008). *Creación de empresas: Guía del emprendedor*. (4^{ta} Ed.). Pirámide.
- Griffin, R. (2011). *Administración*. (10^{ma} Ed.). México: Learning.
- Hernández, A., Hernández, A., & Hernández, A. (2009). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. (5^{ta} Ed.). México: Cengage learning.
- Jarrín, P. (2001). *Guía Práctica de Investigación Científica*. (3^{ra} Ed.). Quito, Ecuador.
- Koontz, H., Weihrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración una Perspectiva Global y Empresarial*. (14^{va} Ed.). México: McGraw-Hill.
- Kotler & Armstron. (2013). *Fundamentos de marketing*. (11^{va} Ed.). México: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Dirección de Marketing*. (14^{va} Ed.). México: Pearson.
- Lara, B. (2010). *Como elaborar proyectos de inversión pasó a paso*. (1^{ra} Ed.). Quito Ecuador.
- LEY DEL DEPORTE, EDUCACIÓN FÍSICA Y RECREACIÓN. (2010).
- LEY ORGÁNICA DE SALUD. (2006).
- LEY ORGANIZA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR. (2011).
- Malhotra, N. (2008). *Introducción a la investigación de mercados*. (5^{ta} Ed.). México: Pearson.
- Miranda, J. (2005). *Gestión de Proyectos*. Bogotá: MM Editores.
- PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR. (2013-2017).

Plazas, M. (2010). *Estudio de factibilidad para la creación de un gimnasio infantil y recreacional vespertino en la ciudad de Otavalo, provincia de Imbabura*. Tesis de proyecto de grado publicado, Universidad Técnica del Norte, Ibarra, Ecuador.

Posso, M. (2009). *Metodología para el trabajo de grado: Tesis y proyecto*. (4^{ta} Ed.). Ibarra, Ecuador: Nina.

Rodríguez, C., García, B., & Lucero, C. (2008). *Formulación y creación de proyectos*. Bogotá: Limusa.

Sánchez, J. (2012). *Proyecto de factibilidad para la instalación de un gimnasio en la ciudad de Macas provincia de Morona Santiago*. Tesis de proyecto de grado publicado, Universidad Central del Ecuador. Quito. Ecuador.

Toca. (2009). *Fundamentos de marketing: Guía para su estudio y comprensión*. Bogotá: Universidad del Rosario.

WIKIPEDIA. (2014). Definición de gimnasio. Recuperado el 18 de enero 2014, de <http://es.wikipedia.org/wiki/gimnasio>.

Zapata, P. (2013). *Contabilidad general con base en las normas internacionales de información financiera NIIF*. (7^{ma} Ed.). Mc Graw-Hill.