

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA “INDOAMERICA”

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA:

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE GIMNASIO INFANTIL “EMY
& FER “EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO.

Trabajo de investigación para la obtención del Título de Ingeniera en
Administración De Empresas y Negocios

AUTOR:

Viteri Romero María Fernanda

DIRECTORA:

Ing. Ivanna Sánchez Montero. Msc.

QUITO – ECUADOR

2016

CERTIFICACIÓN

En mi calidad de Directora del Trabajo de Investigación “*PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE GIMNASIO INFANTIL “EMY & FER” EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO*” presentado por *María Fernanda Viteri Romero*, para optar por el título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, CERTIFICO, que dicho trabajo de investigación ha sido revisado en todas sus partes y considero que reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

Quito, 23 de Septiembre de 2016

Ing. Ivanna Sánchez Montero. Msc.

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

AUTORIZACIÓN POR PARTE DE LA AUTORA PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo María Fernanda Viteri Romero, declaro ser el autora del plan de negocios titulado “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE GIMNASIO INFANTIL “EMY & FER” EN EL NORTE DE LA CIUDAD DE QUITO”, como requisito para optar al grado de “Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios”, autorizo al sistema de bibliotecas de la Universidad Tecnológica Indoamerica, para que con fines netamente académicos divulgue esta obra a través del repositorio digital institucional (RDI-UTI).

Los Usuarios del RDI-UTI, podrán consultar el contenido de este trabajo en la redes de información del país y del exterior, con las cuales la Universidad tenga convenios. La Universidad Tecnológica Indomérica, no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o tal de este trabajo.

Del mismo modo, acepto que los derechos de autor, morales, y patrimoniales sobre esta obra, serán compartidos entre mi persona y la Universidad Tecnológica Indomérica, y que no tramitare la publicación de esta obra en ningún otro medio, sin autorización expresa de la misma. En caso de que exista el potencial de generación de beneficios económicos o patentes, producto de este trabajo, acepto que se deberán firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para la constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 20 días del mes de octubre del año 2016 firmo conforme:

María Fernanda Viteri Romero
CC. 171221456-6
Calderón - Calle Carlos Mantilla S/N y Río de Janeiro
mf.viteri@hotmail.com
0984558972

DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD

Quien suscribe, declaro que los contenidos y los resultados obtenidos en el presente trabajo de investigación, como requerimiento previo para la obtención del Título de Ingeniera en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica de la autora.

María Fernanda Viteri Romero

CI: 1712214566

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL

Proyecto de aprobación de acuerdo con el Reglamento de Títulos y Grados de la Facultad de Ciencias Administrativas y Económicas de la Universidad Tecnológica Indoamerica.

Quito,.....

Para constancia firman:

TRIBUNAL DE GRADO

PRESIDENTE

VOCAL

VOCAL

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a la memoria de mi esposo quien me ayudo día a día en este largo caminar universitario, a mi pequeña hija por todo el tiempo que no pude estar con ella, los dos fueron mi motor para cumplir este sueño que ahora está siendo una hermosa realidad.

La Autora

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecer primero a Dios ya que sin sus bendiciones no sería posible cumplir este sueño, a cada uno de mis maestros por impartir su conocimiento, a mi tutora por ser un verdadero ángel, al Econ. Miguel Sambonino por haberme guiado y orientado en mi proyecto, a mi esposo y mi princesa Maria Emilia.

Gracias

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Contenido

CAPÍTULO I.....	3
1.1 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	3
1.1.1 Pasos dados hasta el momento para poner en marcha el proyecto.	4
1.1.2 Problemas encontrados hasta el momento.	4
1.1.3 Problemas que se prevén.....	4
1.1.4 Soluciones.	5
1.1.5 Contactos realizados para la puesta en marcha.....	5
1.1.6 Papel que juega cada socio para la puesta en marcha.....	5
CAPÍTULO II	7
2.1 DEFINICIÓN DEL MERCADO.....	7
2.1.1 Qué mercado se va a tocar en general.....	7
2.1.2Cuál es el mercado objetivo, ¿Por qué? definición y perfil.	8
2.1.3 Necesidades que cubre.....	27
2.2 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	28
2.2.1 Especificación del Servicio o Producto.	28
2.2.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.....	30

2.2.3	Presentación del Servicio o Producto.	31
2.2.4	Precio del Producto o Servicio.....	32
2.2.5	Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación)..	33
2.2.6	Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución).....	33
2.2.7	Seguimiento de Clientes.	34
2.2.8	Especificar mercados alternativos.....	34
2.3	DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA.....	35
2.3.1	Descripción de la competencia.	35
2.3.2	Definir puntos débiles y fuertes de la competencia, comparándolos con los del proyecto propio.	36
2.4	COSTOS DEL PRODUCTO/SERVICIO, POR PERÍODOS.....	37
2.4.1	Determinación de Costos Variables.....	37
2.4.2	Determinación de Costos Fijos.	37
2.4.3	Determinación del costo total del producto o servicio.....	38
2.4.4	Comparación con los precios de la competencia y explicar en que se basan las diferencias, argumentar precio fijado.	39
CAPÍTULO III.....		40
3.1	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO.....	40
3.1.1	Descripción del proceso de transformación.	40
3.1.2	Descripción de instalaciones, equipos y personas.	43
3.1.3	Tecnología a aplicar.	45

3.2	FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES	45
3.2.1	Ritmo de producción.....	45
3.2.2	Número de trabajadores.	47
3.3	CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN.....	48
3.3.1	Capacidad de producción futura.	48
3.4	DEFINICIÓN DE MATERIAS PRIMAS	49
3.4.1	Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar. 49	
3.5	CALIDAD.....	49
3.5.1	Método de control de calidad.....	49
3.6	NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN	50
3.6.1	Seguridad e higiene ocupacional.	50
	CAPÍTULO IV	52
4.1	ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS.....	52
4.1.1	Visión de la empresa.	52
4.1.2	Misión de la empresa	52
4.1.3	Análisis FODA.....	53
4.2	ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA.....	58
4.2.1	Organigrama.	58
4.2.2	Cargos del organigrama.	60
4.3	CONTROL DE GESTIÓN	64

4.3.1	Indicadores de gestión.....	64
4.4	NECESIDADES DE PERSONAL	65
4.4.1	Personal para tres años.....	65
	CAPÍTULO V	66
5.1.1	Determinación de la forma jurídica.	66
5.1.2	Patentes y marcas.....	66
5.1.3	Licencias para funcionar y documentos legales.....	67
	CAPÍTULO VI.....	70
6.1	PLAN DE INVERSIONES.....	70
6.2	BALANCE GENERAL	71
6.3	PLAN DE FINANCIAMIENTO	72
6.4	CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS.....	74
6.5	CÁLCULO DE INGRESOS.....	82
6.6	FLUJO DE CAJA	85
6.7	PUNTO DE EQUILIBRIO	85
6.8	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	87
6.9	EVALUACIÓN FINANCIERA	88
	BIBLIOGRAFÍA	94
	ANEXOS	97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla N° 1 Socios del proyecto.....	6
Tabla N° 2 Segmentación de mercado	8
Tabla N° 3 .Dimensión geográfica.....	8
Tabla N° 4 Dimensión demográfica.....	9
Tabla N° 5 Prueba piloto.....	10
Tabla N° 6 Pregunta 1	12
Tabla N° 7 Pregunta 2.....	13
Tabla N° 8 Pregunta 3	14
Tabla N° 9 Pregunta 4	15
Tabla N° 10 Pregunta 5	16
Tabla N° 11 Pregunta 6.....	17
Tabla N° 12 Pregunta 7	18
Tabla N° 13 Pregunta 8	19
Tabla N° 14 Pregunta 9	20
Tabla N° 15 Pregunta 10.....	21
Tabla N° 16 Cuantificación de la demanda	22
Tabla N° 17 .Proyección de la demanda	23
Tabla N° 18 .Cuantificación de la oferta.....	24
Tabla N° 19 Precios referenciales de la competencia	24

Tabla N° 20 PBI Servicios	25
Tabla N° 21 Proyección de la oferta	26
Tabla N° 22 Demanda insatisfecha	27
Tabla N° 23 Precios	32
Tabla N° 24 Descripción de la competencia	35
Tabla N° 25 Costos Variables	37
Tabla N° 26 Costos Fijos	38
Tabla N° 27 Rol de pagos mensual y anual	38
Tabla N° 28 Costo total mensual	39
Tabla N° 29 Equipos de Oficina	44
Tabla N° 30 Equipos de Computación.....	44
Tabla N° 31 Personas	44
Tabla N° 32 Unidad de medida.....	46
Tabla N° 33 Ritmo de producción	46
Tabla N° 34.Capacidad actual y futura	48
Tabla N° 35 Útiles de limpieza y aseo	49
Tabla N° 36 Matriz FODA.....	55
Tabla N° 37 .Funciones Gerente General	60
Tabla N° 38 .Funciones Secretaria-Recepcionista	61
Tabla N° 39 Funciones Contadora	62

Tabla N° 40 Funciones Instructor	63
Tabla N° 41 Funciones Médico - Nutricionista	64
Tabla N° 42 .Indicadores de gestión	65
Tabla N° 43 Requerimientos de personal	65
Tabla N° 44 Plan de inversiones	70
Tabla N° 45 Capital de trabajo.....	72
Tabla N° 46 Cuadro de fuentes y usos	73
Tabla N° 47 Gastos financieros	74
Tabla N° 48 .Costos	75
Tabla N° 49 Proyección de costos	76
Tabla N° 50 Gastos	77
Tabla N° 51 Proyección de gastos	79
Tabla N° 52 .Nómina	80
Tabla N° 53 Depreciación.....	81
Tabla N° 54 .Proyección de la depreciación	81
Tabla N° 55 Ingresos.....	82
Tabla N° 56 Proyección de ingresos	84
Tabla N° 57 Flujo de caja	85
Tabla N° 58 Costos fijos y variables.....	86
Tabla N° 59 Estado de Resultados Proyectado	88

Tabla N° 60 .Tasa de descuento	89
Tabla N° 61 VAN	89
Tabla N° 62 TIR.....	90
Tabla N° 63 Beneficio/Costo	91
Tabla N° 64 .Periodo de recuperación de la inversión.....	92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1 Pregunta 1	12
Gráfico N° 2 Pregunta 2.....	13
Gráfico N° 3 Pregunta 3.....	14
Gráfico N° 4 Pregunta 4.....	15
Gráfico N° 5 .Pregunta 5.....	16
Gráfico N° 6 Pregunta 6.....	17
Gráfico N° 7 Pregunta 7.....	18
Gráfico N° 8 Pregunta 8.....	19
Gráfico N° 9 Pregunta 9.....	20
Gráfico N° 10 Pregunta 10.....	21
Gráfico N° 11 Matriz de valores agregados.....	31
Gráfico N° 12 ..Gimnasio infantil.....	32
Gráfico N° 13 .Canal de distribución.....	34
Gráfico N° 14 Diagrama de flujo.....	41
Gráfico N° 15 Distribución de las instalaciones.....	43
Gráfico N° 16 Matriz DOFA.....	56
Gráfico N° 17 Fuerzas competitivas.....	57
Gráfico N° 18 .Organigrama Estructural.....	58
Gráfico N° 19 Organigrama Funcional.....	59
Gráfico N° 20 Punto de equilibrio.....	87

SUMARIO INVESTIGATIVO

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE GIMNASIO INFANTIL “EMY & FER” EN EL NORTE DE QUITO

AUTOR: MARÍA FERNANDA VITERI ROMERO

TUTOR: ING. IVANNA SÁNCHEZ MONTERO. MSC.

El presente Plan de Negocios analiza la viabilidad para la creación de un gimnasio infantil que atienda a niños entre 5 y 11 años de edad del sector norte de la ciudad de Quito, que permita contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de los niños. Esta idea constituye una oportunidad de negocio teniendo en cuenta la tendencia de los niños a pasar muchas horas frente a la televisión, el computador y video juegos, el ritmo de vida acelerado de los padres ocasiona que proporcionen a sus hijos este tipo de entretenimiento, sin control adecuado lo cual está repercutiendo a nivel mundial en la salud de los más pequeños. Los padres de familia empiezan a ser conscientes de la necesidad de que sus hijos aprendan a ejercitar, lo cual quedó demostrado mediante el estudio de mercados. En el estudio técnico se determinó ubicar físicamente el gimnasio en la zona de Cotacollao, Ponceno, El Condado y Carcelén, y se determinaron los equipos y profesionales adecuados para la atención, de modo que el servicio se preste no solo en las mejores condiciones, sino garantizando la calidad del mismo, permitiendo que los niños tengan un lugar especializado en el cual puedan realizar actividad física. Este estudio muestra además de la existencia de una población insatisfecha representativa, así como grandes posibilidades de crecimiento; al brindar un servicio totalmente innovador, acompañado de la asesoría de profesionales en la salud que vigilen y garanticen la efectividad de las rutinas diseñadas según la edad de los usuarios.

DESCRIPTORES: Gimnasio, Actividad Física, Bienestar, Deporte

ABSTRACT

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE GIMNASIO INFANTIL “EMY & FER” EN EL NORTE DE QUITO

AUTOR: MARIA FERNANDA VITERI ROMERO

TUTOR: ING. IVANNA SÁNCHEZ MONTERO. MSC.

This Business Plan analyzes the viability of creating a children's gym between 5 and 11 years old, located at north of Quito, this project would assist the improvement of the quality of life of children. This idea is a business opportunity considering the tendency of children that spend many hours in front of television, computer or video games, the timing of life accelerated of their parents causes provide their children with this kind of entertainment, without adequate control which is impacting global health of children. Parents are becoming aware of the necessity of their children learn how exercise, which was demonstrated by studying markets. The technical study was determined to locate the children's gym at Cotocollao, Ponceano, El Condado y Carcelén neighborhoods, with the appropriate equipment and professionals for the care of children, this service provided the best conditions and guarantees the quality of it, allowing children to have a specialized place to perform physical activity. This market study also shows that exists a representative unsatisfied population and growth opportunity; by providing an innovative service, accompanied by the advice of health professionals to keep and ensure the effectiveness of routines designed according the age of the users.

DESCRIPTORES: Gym, Physical Activity, Well-being, Sport

INTRODUCCIÓN

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE GIMNASIO INFANTIL “EMY & FER” EN EL NORTE DE QUITO

Este proyecto busca ofrecer a los padres de familia un apoyo para que sus hijos puedan tener un sano crecimiento, y ofrecer a los niños un lugar divertido donde puedan sentirse protegidos, de la mano de personal altamente calificado.

En el primer capítulo, Idea de Negocio se podrá conocer el objetivo principal de la creación de un gimnasio infantil, los pasos para poner en marcha el proyecto, los problemas y soluciones encontradas en el desarrollo.

En el segundo capítulo, Área de Marketing, se identifica el mercado que se va atacar, el tamaño de la población, conocer la posición de los padres de familia para con esta tendencia del mundo, su nivel de conciencia acerca de las necesidades deportivas de sus hijos y la cantidad de dinero que están dispuestos a invertir para la prevención de dichos problemas, entre otros aspectos de gran relevancia para el plan de negocios.

El tercer capítulo, Área de Producción, permite determinar el tamaño de la instalación requerida, maquinaria, materiales, insumos, el personal requerido y en general todos los recursos requeridos para llevar a cabo este planteamiento.

El cuarto capítulo Área de Organización y Gestión, se plasma la Visión y Misión, el organigrama funcional de la empresa donde se detalla cada una de las funciones del personal.

En el quinto capítulo Área Jurídico Legal, se detalla uno a uno los requerimientos legales para la creación y puesta en marcha del plan de negocios.

Durante el capítulo sexto, Área Financiera, se podrá ver el plan de negocios en cifras, se encontrara el valor requerido para su implementación, la distribución de dichos valores y la conveniencia o no de la inversión, en las áreas sociales, ambientales y económicas.

El presente Plan de Negocios se encuentra elaborado de acuerdo al esquema de la Universidad Tecnológica Indoamerica.

CAPÍTULO I

IDEA DE NEGOCIO

1.1 DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

Los gimnasios, en general, empezaron a tener crecimiento a gran escala en las grandes ciudades de Estados Unidos luego fueron creciendo a lo largo de todo el mundo, pues desde la antigüedad los griegos se empezaron a preocupar por ejercitar mente y cuerpo, para mejorar su apariencia. Por otro lado los gimnasios infantiles, surgen con la idea de que los niños tengan un lugar especializado en el cual puedan realizar actividad física y sobretodo que los padres tengan la confianza de que sus hijos están en manos de expertos.

Por lo que, el presente plan de negocios se centra en la creación de un gimnasio infantil ubicado en el norte de la ciudad de Quito, con ello se brinda una oportunidad diferente y variada para que los más pequeños del hogar puedan ejercitarse adecuadamente; adicional con la creación de un gimnasio infantil lo que también se busca es obtener un beneficio económico, un equipo de trabajo especializado tanto a nivel de talento humano como también de maquinaria y ayuda social a la comunidad.

El objetivo principal de la creación de un gimnasio infantil es fomentar el deporte y el ejercicio en los niños de la capital del Ecuador, de acuerdo a la Constitución se “Art. 45.- Las niñas, niños y adolescentes gozarán de los derechos comunes del ser humano, además de los específicos de su edad. El Estado reconocerá y garantizará la vida, incluido el cuidado y protección desde la concepción.” (Asamblea Nacional, 2008, pág. 39), con lo cual se logrará inspirar en los padres de familia que sus hijos tengan una infancia sana tanto en cuerpo así como también en mente; debido a que los profesionales estarán en la capacidad de planificar rutinas de ejercicios que ayuden al bienestar de los niños.

1.1.1 Pasos dados hasta el momento para poner en marcha el proyecto.

Lo primero que se realizó para poner en marcha el presente proyecto fue mantener reuniones con Andrea Lizet Moncayo (socia del negocio), con el fin de buscar alianzas y sacar a flote el gimnasio infantil.

Buscar un local apropiado para realizar las actividades empresariales sin ningún tipo de inconveniente, adicional investigar acerca de las principales empresas que tengan el mismo giro de negocio que se pretende realizar.

Para que la puesta en marcha del gimnasio infantil sea un completo éxito es necesario realizar investigaciones constantes, acerca de toda la maquinaria, equipos, personal especializado que se requiere para realizar correctamente las actividades y rutinas de ejercicio adecuadas para los niños.

1.1.2 Problemas encontrados hasta el momento.

El principal problema que se encuentra hasta el momento son las medidas económicas que el gobierno actual ha decretado en el territorio nacional, tales como impuestos, aranceles entre otros.

Por tal motivo, los costos de maquinarias, equipos se incrementaran; por otra parte también es necesario tomar en cuenta el tema de mano de obra, ya que, al tratarse de un negocio en el cual el cliente directo son los niños es necesario contar con profesionales especialistas en el cuidado integral de los clientes.

1.1.3 Problemas que se prevén.

El terremoto ocurrido el 16 de abril de 2016 en el Ecuador que afecto principalmente a la Costa; ocasionó que el gobierno central tome la medida económica de incrementar el IVA del 12% al 14% por el lapso de un año, motivo por el cual se van a ver afectados muchos de los sectores productivos del país, debido a la disminución del consumo por parte de las personas; por lo cual este tema se debe manejar de manera estratégica para que no perturbe las actividades de la creación del gimnasio infantil.

1.1.4 Soluciones.

Las soluciones para resolver los inconvenientes que se podrían presentar en el desarrollo del negocio son:

- Realizar negociaciones exitosas con los proveedores, con el fin de tener un periodo de por lo menos 30 días para realizar los respectivos pagos.
- Superar las expectativas de los padres de familia y sobre todo de los niños, en cuanto al servicio prestado, ya que ellos serán los principales referentes de publicidad del gimnasio.
- Contratar a profesionales que hayan trabajado con niños.
- Fidelizar a los colaboradores con el fin de tener relaciones laborales duraderas y no incurrir en altos índices de rotación de personal.

1.1.5 Contactos realizados para la puesta en marcha.

En cuanto a contactos realizados, se ha visitado a proveedores de maquinarias y equipos como KAO Sport Center, Marathon Sport y Taurus Fitness Ecuador.

Para proveedores de artículos de limpieza se visitó supermercados como Santa María, Súper despensas AKI, Mi Comisariato.

Para el financiamiento se revisó páginas web de entidades financieras como Banco Nacional del Fomento, Corporación Financiera Nacional, Cooperativa de Ahorro y Crédito 29 de Octubre, Cooperativa de Ahorro y Crédito Alianza del Valle, entre otras.

1.1.6 Papel que juega cada socio para la puesta en marcha.

Para la puesta en marcha del presente plan de negocios los socios serán:

Tabla N° 1 Socios del proyecto

Socios	Cargo	Funciones
María Fernanda Viteri	Gerente General	Representar legalmente a la empresa Establecer planes de desarrollo organizacional. Conocer el mercado y tomar las medidas necesarias para que el negocio funcione adecuadamente. Solucionar conflictos internos.
Andrea Lizet Moncayo	Contadora General	Elaborar Estados Financieros Planificar, organizar y controlar las actividades del proceso Financiero. Elaborar las declaraciones de los impuestos

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO II

ÁREA DE MARKETING

2.1 DEFINICIÓN DEL MERCADO

Ferrell & Hartline (2012), mencionan que:

En su nivel más básico, un mercado es un conjunto de compradores y vendedores. Tendemos a pensar en un mercado como un grupo de individuos o instituciones con necesidades similares que pueden ser satisfechas por un producto en particular. Por ejemplo, el mercado de la vivienda es un conjunto de compradores y vendedores de bienes raíces residenciales, mientras que el mercado automotriz incluye a compradores y vendedores de transporte vehicular. Las empresas o los vendedores tienden a usar la palabra mercado para describir sólo a los compradores. Este entendimiento básico no ha cambiado en mucho tiempo. Sin embargo, lo que ha cambiado no es tanto el “qué” sino el “dónde” de un mercado; es decir, la ubicación de compradores y vendedores. Tanto en los mercados de consumo (por ejemplo, viviendas y automóviles) como en los de negocios (por ejemplo, refacciones y materias primas), la respuesta a la pregunta “dónde” se vuelve cada vez más “en cualquier parte”, ya que los mercados se definen cada vez menos por la geografía (pág. 8).

“Un mercado es un conjunto de compradores y vendedores que, por medio de sus interacciones reales o potenciales, determinan el precio de un producto o de un conjunto de productos (...)” (Pindyck & Rubinfeld, 2009, pág. 8).

En resumen, el mercado es el lugar donde acuden los oferentes (vendedores) y demandantes (compradores) para el intercambio de bienes y/o servicios, con el fin de cubrir una o varias necesidades.

2.1.1 Qué mercado se va a tocar en general.

En este punto se destaca un concepto de lo que es la segmentación de mercados; mencionada actividad consiste en el “proceso de dividir un mercado en segmentos o

grupos significativos, relativamente similares” (Lamb, Hair, & McDaniel, 2011, pág. 261).

El servicio que ofrecerá el gimnasio infantil está dirigido para los niños que vivan en el sector norte de la ciudad de Quito, específicamente en los sectores de Cotocollao, Ponceano, El Condado y Carcelén.

Tabla N° 2 Segmentación de mercado

Dimensión conductual	
Tipo de necesidad:	Social, bienestar.
Tipo de compra:	Comparación.
Relación con la marca:	Sí.
Actitud frente al producto:	Positiva

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 3 .Dimensión geográfica

Variable	Descripción
País	Ecuador
Región	Sierra
Ciudad	Quito
Barrio – Sector	Cotocollao.
	Ponceano.
	El Condado.
	Carcelén
Tamaño	83.886

Fuente: (Población e indicadores del Distrito Metropolitano de Quito, 2016)

Elaborado por: La Autora

2.1.2 Cuál es el mercado objetivo, ¿Por qué? definición y perfil.

El mercado objetivo se define como el “conjunto de compradores que comparten necesidades o características comunes que la empresa decide atender” (Kotler & Armstrong, 2013, pág. 175).

Los servicios del gimnasio infantil están dirigidos específicamente para los niños de 5 a 11 años de edad, que vivan en el sector norte de la ciudad de Quito en los sectores de Cotocollao, Ponceano, El Condado y Carcelén; sin embargo ellos no se encuentran en la capacidad de cubrir los costos de la prestación de los servicios, es por este motivo que dentro de las variables se toma en cuenta a los padres de familia, pero para el cálculo del universo se tomara el número de niños.

El principal motivo por el cual se escogió los sectores anteriormente indicados, es porque a través de un estudio de campo se pudo observar que los padres de familia que viven en estos sectores son personas que debido a sus diversas ocupaciones buscan lugares donde sus hijos puedan desarrollar sus habilidades cognitivas, deportivas así como también de bienestar para su salud; ya que ellos pasan muy poco tiempo con sus hijos.

A continuación se presenta una tabla donde se puede observar las principales variables que se utilizó para segmentar el mercado para el presente plan de negocios.

Tabla N° 4 Dimensión demográfica

Variable	Descripción	Población
Edad	5 - 11	9.674
Genero	Niñas - Niños	9.674
Hogares	Hombres - Mujeres	19.606

Fuente: (Población e indicadores del Distrito Metropolitano de Quito, 2016)

Elaborado por: La Autora

Ahora, para establecer la demanda que tendrá el proyecto es necesario realizar una encuesta dirigida a personas que vivan en los sectores antes indicados.

Cálculo de la muestra.

Para determinar el tamaño de la muestra es necesario hacer uso de la siguiente fórmula, de acuerdo a los autores Morales & Morales (2009):

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(e^2 * N) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confiabilidad

p = Probabilidad de ocurrencia

q = Probabilidad de no ocurrencia

N = Población o universo

e = Error de la muestra

Prueba piloto.

El objetivo de la prueba piloto es conocer la probabilidad de ocurrencia (p) y a su vez la probabilidad de no ocurrencia (q) que tendrá la instalación de un gimnasio infantil en el sector norte de la ciudad de Quito, y determinar el número de encuestas a elaborar.

La prueba piloto se realizó a 30 personas; la pregunta fue la siguiente:

¿Considera que es necesaria la creación de un gimnasio especializado para la actividad física, intelectual y emocional de los niños?

Tabla N° 5 Prueba piloto

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
SI	19	63,3
NO	11	36,7
Total	30	100,0

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Dónde:

Z = 1,96

p = 0,6333

q = 0,3667

$$N = 19.606$$

$$e = 0,05$$

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{(e^2 * N) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,6333 * 0,3667 * 19.606}{(0,05^2 * 19.606) + 1,96^2 * 0,6333 * 0,3667}$$

$$n = 350$$

La muestra que se tomara para el desarrollo del plan de negocios es de 19.606 hogares, sin embargo para el análisis de la demanda se tomara los 9.674 niños que es el grupo objetivo.

Diseño de la encuesta.

La encuesta se realizó a uno de los padres de familia que viven en los sectores de Cotocollao, Ponceano, El Condado y Carcelén (norte de la ciudad de Quito). (Anexo 1)

Tabulación de la encuesta.

A continuación se presenta la tabulación que se realizó a la encuesta propuesta para el presente plan de negocios:

1. De las siguientes opciones, ¿cuál o cuáles problemas se podrían presentar por la falta de ejercicio desde la niñez?

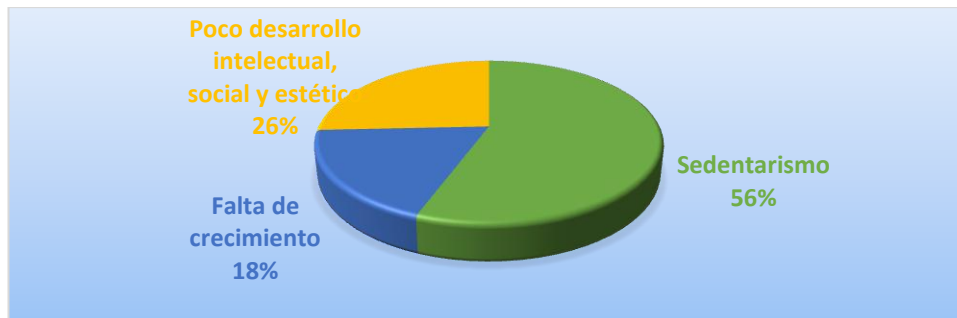
Tabla N° 6 Pregunta 1

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Sedentarismo	195	55,7
Falta de crecimiento	65	18,6
Poco desarrollo intelectual, social y estético	90	25,7
TOTAL	350	100,0

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 1 Pregunta 1



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Análisis

Con referencia a esta pregunta el 55,7% de los encuestados mencionan que la falta de ejercicio desde la niñez puede provocar sedentarismo, el 18,6% afirman que falta de crecimiento y el 25,7% dijeron que poco desarrollo intelectual, social y estético.

Interpretación

Por tales motivos es de suma importancia direccionar de mejora manera las actividades que realizan los niños en su tiempo libre.

2. La mala elección de una disciplina deportiva por parte de los padres, según su criterio, ¿qué efectos puede producir en los niños?

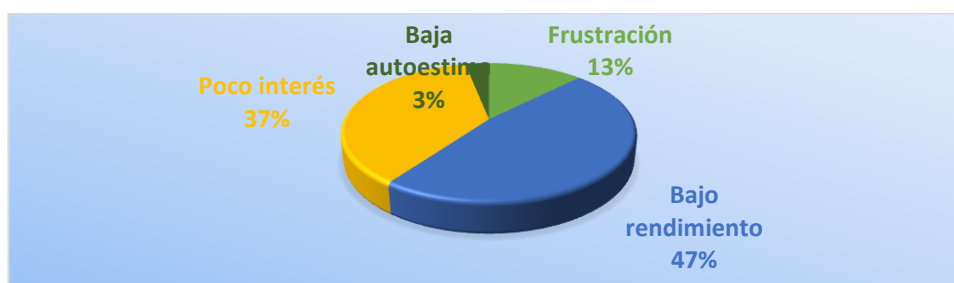
Tabla N° 7 Pregunta 2

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Frustración	44	12,6
Bajo rendimiento	166	47,4
Poco interés	129	36,9
Baja autoestima	11	3,1
TOTAL	350	100,0

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 2 Pregunta 2



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Análisis

Con relación a esta pregunta el 12,6% de los encuestados respondieron que una mala elección de una disciplina deportiva por parte de los padres puede causar frustración en los niños, el 47,4% menciono que bajo rendimiento, el 36,9% dijo que poco interés y el 3,1% de personas afirmaron que baja autoestima.

Interpretación

Por lo cual es importante elegir bien la disciplina deportiva que se va a realizar con los menores, ya que una mala elección de la misma también puede causar molestias musculares a los niños.

3. Por favor, elija una de las siguientes actividades que los niños actualmente prefieren realizar, con mayor frecuencia en su tiempo libre.

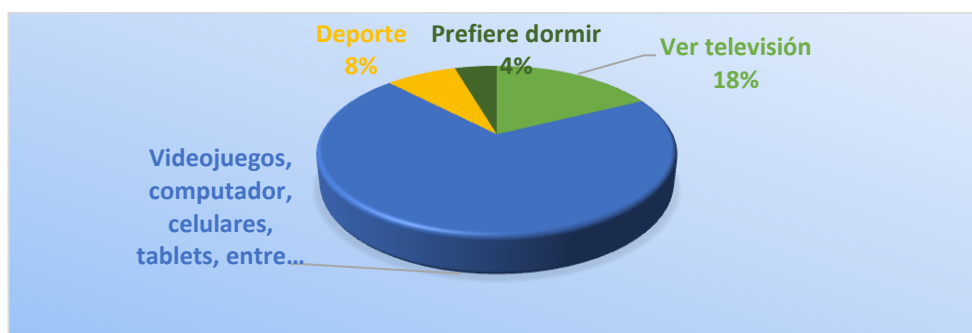
Tabla N° 8 Pregunta 3

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Ver televisión	62	17,7
Videojuegos, computador, celulares, tablets, entre otros	245	70,0
Deporte	27	7,7
Prefiere dormir	16	4,6
TOTAL	350	100,0

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 3 Pregunta 3



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Análisis

En relación a esta pregunta el 17,7% de los encuestados respondieron que actualmente los niños prefieren ver televisión en su tiempo libre, el 70,0% dijeron que prefieren los videojuegos, el computador, los celulares, las tablets, entre otros aparatos electrónicos, solamente el 7,7% prefieren hacer deporte y el 4,6% prefieren dormir en su tiempo libre.

Interpretación

Hoy en día con los avances tecnológicos, los menores tienden a ser excesivamente dependientes de aparatos electrónicos.

4. Actualmente los niños, ¿qué alimentos prefieren consumir durante el día?

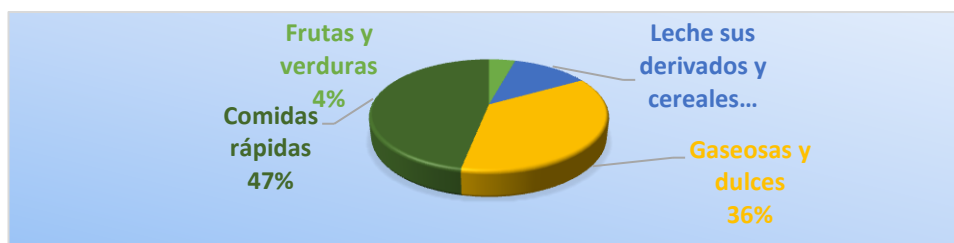
Tabla N° 9 Pregunta 4

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Frutas y verduras	15	4,3
Leche sus derivados y cereales	44	12,6
Gaseosas y dulces	127	36,3
Comidas rápidas	164	46,9
TOTAL	350	100,0

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 4 Pregunta 4



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Análisis

De acuerdo con esta pregunta el 4,3% de los encuestados afirmaron que actualmente los niños prefieren comer frutas y verduras, el 12,6% leche sus derivados y cereales, el 36,3% dijeron que gaseosas y dulces y el 46,9% comidas rápidas.

Interpretación

Con estos resultados se puede observar que actualmente los niños tienen un bajo consumo de frutas y verduras y más consumo de comidas rápidas a esto se le suma la falta de actividad física, estas son algunas de las razones por las cuales niños de muy corta edad ya presentan problemas de obesidad.

5. Usted, ¿reconoce que es necesario la creación de un gimnasio especializado para la actividad física, intelectual y emocional de los niños?

Tabla N° 10 Pregunta 5

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	342	97,7
No	8	2,3
TOTAL	350	100,0

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 5 .Pregunta 5



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Análisis

Con respecto a la creación de un gimnasio infantil el 97,7% de los encuestados respondieron que si es necesaria la creación de un gimnasio especializado para la actividad física, intelectual y emocional de los niños, y el otro 2,3% considera que no es necesaria la creación de este tipo de negocio.

Interpretación

Luego de observar los resultados arrojados en esta pregunta se considera que la idea de negocio es factible por lo que la implementación del mismo cubrirá las necesidades de las personas, especialmente de los niños.

6. ¿Considera que es importante el asesoramiento de un nutricionista como complemento de la actividad física que los niños realizarán en el gimnasio infantil?

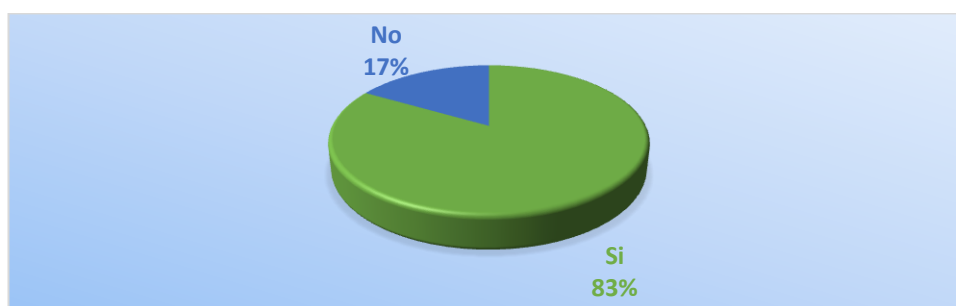
Tabla N° 11 Pregunta 6

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Si	285	83,3
No	57	16,7
TOTAL	342	100,0

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 6 Pregunta 6



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Análisis

El 83,3% de los encuestados consideran que es importante el asesoramiento de un nutricionista como complemento de la actividad física que los niños realizarán en el gimnasio infantil, por otro lado el 16,7% considera que no es necesario el asesoramiento nutricional para los menores.

Interpretación

Es importante que los niños realicen actividad física adecuada y supervisada por expertos así como también que lleven una dieta adecuada.

7. Para que los niños asistan al gimnasio infantil, ¿de qué manera le gustaría contratar estos servicios?

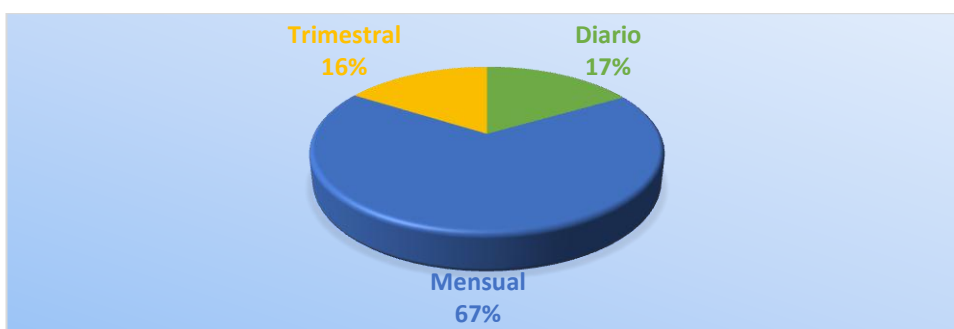
Tabla N° 12 Pregunta 7

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
Diario	57	16,7
Mensual	230	67,3
Trimestral	55	16,1
TOTAL	342	100,0

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 7 Pregunta 7



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Análisis

En relación a esta pregunta el 16,7% de los encuestados prefieren contratar los servicios de gimnasio infantil diariamente, el 67,3% de forma mensual y el 16,1% de forma trimestral.

Interpretación

Lo que se concluye es que las personas prefieren pagar mensualmente para que los niños asistan de manera frecuente al gimnasio y así mantener un estado de salud óptimo.

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diariamente por los servicios del gimnasio infantil?

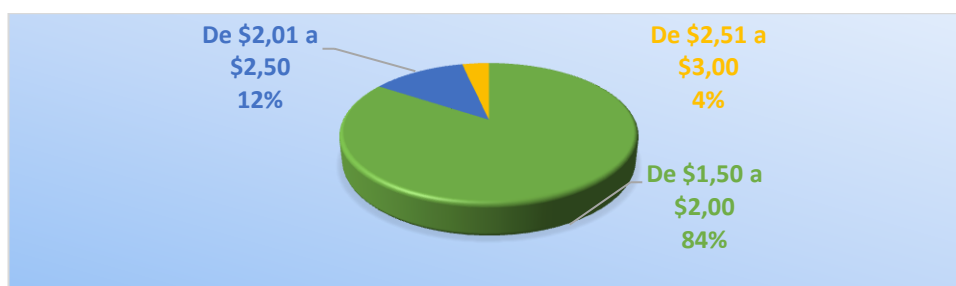
Tabla N° 13 Pregunta 8

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
De \$1,50 a \$2,00	48	84,2
De \$2,01 a \$2,50	7	12,3
De \$2,51 a \$3,00	2	3,5
TOTAL	57	100,0

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 8 Pregunta 8



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Análisis

En cuanto al pago diario por los servicios del gimnasio infantil el 84,21% de los encuestados están dispuestos a pagar un valor entre un rango de 1,50 a 2,00 dólares, seguido de un rango de 2,01 a 2,50 dólares que corresponde al 12,3%, mientras que en un rango de 2,51 a 3,00 dólares se hallan en un 3,5%.

Interpretación

Un gran porcentaje de personas optaron por la opción de pagar diariamente de 1,50 a 2,00 dólares, valor que están acorde a las ofertas actuales en cuanto a este tipo de servicio; y que no afecta a los intereses de la empresa.

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por los servicios del gimnasio infantil?

Tabla N° 14 Pregunta 9

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
De \$15 a \$20	153	66,5
De \$21 a \$25	68	29,6
De \$26 a \$30	9	3,9
TOTAL	230	100,0

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 9 Pregunta 9



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Análisis

En cuanto al pago mensual por los servicios del gimnasio infantil el 66,5% de los encuestados están dispuestos a pagar un valor entre un rango de 15 a 20 dólares, seguido de un rango de 21 a 25 dólares que corresponde al 29,6%, mientras que en un rango de 26 a 30 dólares se hallan en un 3,9%.

Interpretación

La mayoría de encuestados optaron por la opción de pagar mensualmente de 15 a 20 dólares, valor que están acorde a las ofertas actuales en cuanto a este tipo de servicio; y que no afecta a los intereses de la empresa.

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar trimestralmente por los servicios del gimnasio infantil?

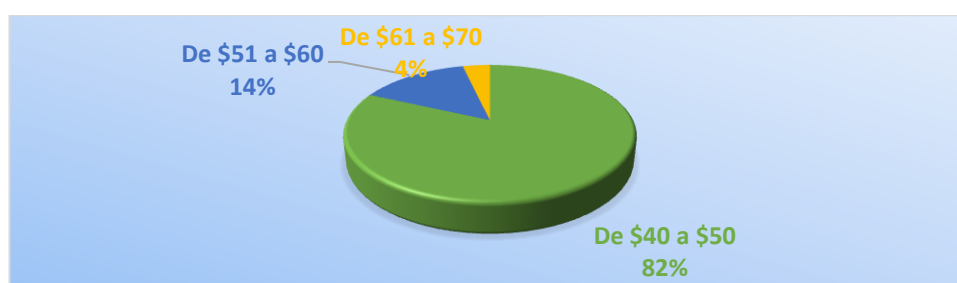
Tabla N° 15 Pregunta 10

Alternativa	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa
De \$40 a \$50	45	81,8
De \$51 a \$60	8	14,5
De \$61 a \$70	2	3,6
TOTAL	55	100,0

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 10 Pregunta 10



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Análisis

En cuanto al pago trimestral por los servicios del gimnasio infantil el 81,8% de los encuestados están dispuestos a pagar un valor entre un rango de 40 a 50 dólares, seguido de un rango de 51 a 60 dólares que corresponde al 14,5%, mientras que en un rango de 61 a 70 dólares se hallan en un 3,6%.

Interpretación

La mayoría de personas optaron por la opción de pagar trimestralmente de 40 a 50 dólares, valor que están acorde a las ofertas actuales en cuanto a este tipo de servicio; y que no afecta a los intereses de la empresa.

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Cuantificación de la demanda actual.

Para poder cuantificar la demanda actual de los servicios del gimnasio infantil en los sectores de Cotocollao, Ponceano, El Condado y Carcelén, se hace referencia a la tabulación de la encuesta específicamente a las preguntas 5 y 7, en donde el 97,7% de los encuestados respondieron afirmativamente por lo que se multiplica por la población o también conocido como universo que es de 9.674 niños ya que ellos serán quien asistan al gimnasio infantil, luego el valor que se obtiene se lo multiplica por el porcentaje de respuestas obtenidas en la pregunta 7 para la demanda del servicio diario, mensual y trimestral para así obtener la cantidad de demanda

Posteriormente se usa este valor y se la multiplica por la periodicidad, con lo que se obtuvo la cantidad al año para cada una de las preferencias de pago de los posibles clientes (diario, mensual, trimestral) y de cuya suma se determinó la cantidad de demanda al año del servicio que es de 164.908 clientes anualmente.

A continuación se detalla los cálculos que se realizaron:

Tabla N° 16 Cuantificación de la demanda

Tiempo	Respuestas (%)	Cantidad	Periodicidad	Cantidad Annual
Diario	16,7	1.575	52	82.117
Mensual	67,9	6.412	12	76.942
Trimestral	15,5	1.462	4	5.849
TOTAL				164.908

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

En el caso de los pagos tomados en cuenta para la determinación de la demanda actual, se identificó que las personas que no llevarán a los niños diariamente al gimnasio infantil prefieren realizar el pago día a día y corresponden al 16,7% de los encuestados, que respondieron de manera afirmativa la encuesta; mientras que, la diferencia el 83,3% de posibles clientes llevarán de manera más seguida a los niños para que puedan cumplir con las respectivas rutinas, por lo que prefieren realizar sus pagos ya sea de manera mensual o trimestral.

Proyección de la demanda.

Para proyectar la demanda del servicio se utilizará la siguiente fórmula propuesta por el autor Baca (2010):

$$Pf = Po (1 + i)^n$$

La fórmula será aplicada por cada periodo y de acuerdo a la demanda actual que se calculó con anterioridad.

Tabla N° 17 .Proyección de la demanda

Año	Periodo	Demanda Inicial	Tasa de Crecimiento	Demanda Total
2016	0	164.908	2,18%	164.908
2017	1	164.908	2,18%	168.503
2018	2	164.908	2,18%	172.176
2019	3	164.908	2,18%	175.930
2020	4	164.908	2,18%	179.765
2021	5	164.908	2,18%	183.684

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Para el cálculo de la proyección total de la demanda, en cada año se tomó en cuenta la totalidad de la demanda actual y se la proyectó de acuerdo a cada periodo. La tasa de crecimiento poblacional para la ciudad de Quito es de 2,18%, de acuerdo con el INEC (2016).

ANÁLISIS DE LA OFERTA

Capacidad instalada de la competencia.

Cuando existen datos de oferta histórica se utiliza el método de mínimos cuadrados o regresión lineal, para cuantificar la oferta actual y su proyección. Por otra parte cuando no existen datos es necesario obtenerlos mediante un estudio de campo.

Para el caso actual del gimnasio infantil no existen datos históricos que permitan realizar el análisis mediante el método de mínimos cuadrados, por lo tanto es

necesario obtener información a través de un estudio de campo. Actualmente en el mercado ecuatoriano y especialmente en la ciudad de Quito no existen muchos establecimientos que se dediquen a este tipo de actividades, razón por la cual se puso obtener muy poca información referente a este giro de negocio.

Cuantificación de la oferta actual.

Como se indicó anteriormente no existen muchos gimnasios infantiles en la ciudad de Quito, sin embargo se obtuvo la siguiente información:

Tabla N° 18 .Cuantificación de la oferta

Empresas	Usuarios por forma de pago		
	Diario	Mensual	Trimestral
Los Olivos Kids	100	110	35
Infantil GYM	90	100	80
Gimnasio Eugenes	110	80	100
Gimnasio Infantil Las Villas	100	90	110
My Little Pooh	130	105	90
Subtotal	530	485	415
Total Periodos	27.560	5.820	1.660
TOTAL			35.040

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 19 Precios referenciales de la competencia

Empresas	Usuarios por forma de pago		
	Diario	Mensual	Trimestral
Los Olivos Kids	2,50	22	50
Infantil GYM Kids	2,50	20	50
Gimnasio Eugenes	2,00	20	60
Gimnasio Infantil Las Villas	1,50	20	55
My Little Pooh	2,00	25	45
PROMEDIO	2,10	21	52

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Proyección de la oferta.

Para obtener la cantidad de oferta existente en el mercado se proyecta la misma en cada uno de sus periodos.

Previamente se identifica la tasa de crecimiento para el caso de la oferta que será tomada en referencia al crecimiento del PIB (Producto Interno Bruto) en cuanto al mercado de los servicios y su promedio de acuerdo a los últimos años, tal y como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla N° 20 PBI Servicios

TASA DE CRECIMIENTO		
Año	Industria	Otros Servicios
2003		1,1
2004		8,0
2005		1,4
2006		0,2
2007		2,7
2008		2,5
2009		0,1
2010		0,2
2011		3,9
2012		0,3
2013		3,7
2014		-0,1
Tasa Promedio		2,0

Fuente: (Banco Central del Ecuador, 2016)

Elaborado por: La Autora

Para realizar la proyección de la oferta de los servicios del gimnasio infantil se utiliza la fórmula previamente aplicada para el cálculo de la proyección de la demanda.

La fórmula será aplicada por cada periodo y de acuerdo a la oferta actual existente previamente hallada, como se muestra a continuación:

Tabla N° 21 Proyección de la oferta

Año	Periodo	Oferta Inicial	Tasa de Crecimiento	Oferta Total
2016	0	35.040	2%	35.040
2017	1	35.040	2%	35.741
2018	2	35.040	2%	36.456
2019	3	35.040	2%	37.185
2020	4	35.040	2%	37.928
2021	5	35.040	2%	38.687

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Para el cálculo de la proyección total de la oferta se ha tomado en cuenta a la oferta existente multiplicado por cada uno de los periodos.

Demanda insatisfecha.

Se conoce como demanda insatisfecha a aquella que aún no ha sido cubierta dentro de un respectivo mercado y que puede ser cubierta por el plan de negocios propuesto, es decir, la demanda insatisfecha existe cuando la demanda es mayor que la oferta.

En una situación de demanda insatisfecha, los productos o servicios que están disponibles para satisfacer las necesidades de los adoptantes objetivos no les satisfacen completamente a ellos ni a la demanda. En otras palabras, hay que cubrir un vacío en la sensación o experimentación de satisfacción. Los agentes de marketing social deben desarrollar un nuevo producto o deben mejorar alguno existente para cubrir tal vacío. Al buscar el modo de atender una demanda insatisfecha que proviene de tal vacío, los agentes de marketing social tienen que distinguir entre un vacío en el nivel de satisfacción y un vacío en la clase de satisfacción (Roberto & Kotler, 1992, pág. 178).

Tabla N° 22 Demanda insatisfecha

Años	Demanda Total	Oferta Total	Demanda Insatisfecha
2016	164.908	35.040	129.868
2017	168.503	35.741	132.762
2018	172.176	36.456	135.721
2019	175.930	37.185	138.745
2020	179.765	37.928	141.837
2021	183.684	38.687	144.997

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Para obtener el total de la demanda insatisfecha para cada uno de los periodos proyectados se realizó la diferencia de las proyecciones respectivas para la demanda y oferta para cada periodo de cuyo resultado se pudo identificar los totales de demanda insatisfecha por año.

Los resultados arrojados por la encuesta realizada, determinan que existe una gran cantidad de demanda insatisfecha, tal vez porque los padres o personas adultas desconocen totalmente de la importancia de que los menores realicen ejercicios con frecuencia; por lo tanto, con el presente proyecto se pretende cubrir inicialmente un aproximado del 10% de la demanda insatisfecha.

2.1.3 Necesidades que cubre.

El servicio de gimnasio infantil consiste en brindar a los usuarios la oportunidad de realizar ejercitación en su cuerpo para poder prevenir posibles enfermedades como el sobrepeso, enfermedades cardiacas, colesterol, entre otras, que actualmente están atacando no solo a personas adultas sino también a niños, debido a la falta de actividad física; por lo que mantener una rutina adecuada de ejercicio permitirá a los niños conservar cuerpo y mente saludables.

El gimnasio infantil estará conformado por profesionales que ayudarán a los niños a seleccionar la disciplina de ejercicios que mejor se adapte a sus necesidades y evitando así que los menores se sientan frustrados o desmotivados en las actividades que realicen durante su permanencia en el gimnasio.

Dentro de las principales necesidades que se cubrirá con la puesta en marcha del gimnasio infantil será mejorar los aspectos físicos, sociales y sobretodo psicológicos de los niños.

Los principales beneficios de fomentar la práctica deportiva en los niños son:

- Le enseña a seguir reglas.
- Reduce la timidez.
- Frena impulsos excesivos.
- Se convierten en niños más colaboradores y menos individualistas.
- Le enseña a tener obligaciones y responsabilidades.
- Incrementa su crecimiento.
- Puede llegar a corregir posibles defectos físicos.
- Estimula la salud e higiene personal.

2.2 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

2.2.1 Especificación del Servicio o Producto.

Entre los principales servicios que el gimnasio infantil ofrecerá a sus clientes directos (niños) están los siguientes:

- Ejercicios de motricidad.

El ejercicio físico es básico para el aprendizaje y la adaptación general del niño al ambiente en el que se desarrolla. Entre otras razones, porque el ejercicio es un medio para practicar, poner en acción, entrenar, realizar, usar y/o mejorar nuestras actividades. Es más, el ejercicio es una parte natural de la vida, por lo que deberíamos incluirlo conscientemente en nuestra rutina diaria (Desarrollo Infantil, 2016, pág. párr. 1).

Es importante para los padres incentivar el deporte en los niños, ya que este beneficia al aprendizaje, la creatividad y al desarrollo de la inteligencia de los menores; los ejercicios de motricidad favorecen al desarrollo global de los infantes a través del movimiento libre y espontáneo del cuerpo.

➤ Aeróbicos.

En el gimnasio infantil se ofrecerá la rutina de aeróbicos que será precedida por el correspondiente instructor, quien realizará una serie de ejercicios rítmicos que permitan ejercitar el cuerpo de los niños durante un periodo de tiempo no mayor a 45 minutos en el cual se utilizarán diversos medios como por ejemplo los stepps, cuerdas, bastones entre otros necesarios para realizar una mayor interacción entre los usuarios del servicio.

Este tipo de actividad no solo beneficiara al niño en su aspecto físico sino también en lo intelectual y dinamismo ya que los pequeños disfrutarán de momentos únicos y agradables junto a sus demás compañeros, lo cual permitirá que interactúe de forma positiva.

➤ Bailo terapia.

La bailo terapia es una actividad física que permite a los usuarios relajarse y disfrutar de un momento agradable, en el cual se hace uso de diferentes ritmos tales como salsa, merengue, mambo entre otros. Es por ello que se ha implementado la prestación de este servicio para los niños, puesto que el mismo ha tenido acogida por un gran número de personas; para el gimnasio se contará con instructor especializado en bailo terapia quien pueda guiar a los niños por cada uno de los diferentes ritmos que se usan para esta actividad, indicando de forma correcta la como ejecutar los movimientos que permitirán mantener el buen estado físico de los infantes siempre y cuando la disciplina sea realizada con constancia.

Con la bailo terapia los niños se divertirán, reirán y sobre todo perderán la timidez, ya que todos y cada uno de ellos deberá dar su mayor esfuerzo para que en poco tiempo puedan mejorar su condición física y crear costumbres que perduren para toda su vida.

➤ Asesoramiento de nutrición.

En cuanto al asesoramiento de nutrición, como se pudo observar en los resultados obtenidos a través de la encuesta, actualmente los niños consumen mucha comida chatarra, dulces, gaseosas, lo que perjudica a su salud. Es por ese motivo que

se puede observar en las calles muchos niños que ya sufren de obesidad; por lo tanto el asesoramiento nutricional permitirá que tanto los niños como los padres lleven una dieta adecuada para mejorar y mantener una buena condición física.

➤ Asesoramiento personalizado.

El asesoramiento personalizado consiste en que el instructor evalúe a cada uno de los niños para que defina la mejor rutina de ejercicios de acuerdo a las necesidades de cada uno de ellos; con la finalidad de que los menores no se sientan obligados a realizar entrenamientos en los cuales se sientan incómodos y que por ende no muestren interés en realizarlos correctamente. Es necesario que el niño en cuanto llegue al gimnasio se sienta feliz, cómodo tal y como si estuviera en casa.

➤ Ejercicios con máquinas.

Las máquinas que se utilizarán dentro del gimnasio serán específicas para ejercitar a los niños y siempre bajo supervisión de los instructores, por lo que los padres podrán estar tranquilos, ya que sus hijos están siendo supervisados todo el tiempo por el personal del gimnasio.

➤ Masajes para relajamiento.

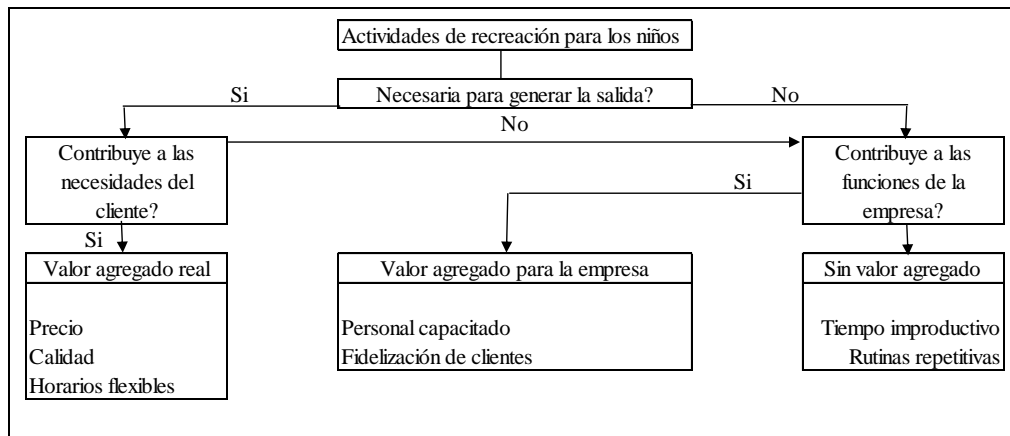
Luego de que cada niño termine su rutina de ejercicios (siempre supervisada) será necesario e importante que reciba masajes para evitar cualquier tipo de dolencia luego de la actividad física.

2.2.2 Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

Los principales aspectos diferenciadores que presentará el gimnasio infantil será la calidad, ya que los niños primero serán evaluados para realizar rutinas de ejercicios que vayan acorde a sus necesidades y capacidades.

El precio también es un factor importante en este punto, por tal motivo éste será establecido de acuerdo al mercado y la capacidad de pago de los padres de familia y adultos que contraten los servicios del gimnasio infantil, con el fin de buscar fidelización de clientes.

Gráfico N° 11 Matriz de valores agregados



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

2.2.3 Presentación del Servicio o Producto.

El servicio que ofrecerá el gimnasio infantil será:

- La empresa tendrá un horario flexible para poder atender a una gran cantidad de niños.
- Servicio personalizado por medio de instructores profesionales, quienes guiaran adecuadamente a los niños.
- Planificación detallada de rutinas, ejercicios, calentamientos y demás actividades.
- Instalaciones con áreas de aseo, las cuales siempre estarán impecables para el uso de los niños.
- Los padres serán los primeros en conocer las instalaciones, con lo cual se podrá garantizar que sus hijos están en las mejores manos.
- Finalmente, se solicitará todos los números de contacto, direcciones de e-mail, redes sociales de los padres con el fin de hacer un adecuado seguimiento al cliente.

Gráfico N° 12 .Gimnasio infantil



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

2.2.4 Precio del Producto o Servicio.

El precio del servicio está determinado como ya existente en el mercado, aun así resulta importante en la decisión de compra del consumidor, es por eso que es una de las principales variables a determinar en la presente investigación.

De acuerdo al estudio de campo que se realizó se determinó lo siguiente:

Tabla N° 23 Precios

Frecuencia de uso	Costo
Diario	\$1,50 a \$2,00
Mensual	\$15 a \$20
Trimestral	\$40 a \$50

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Los precios podrán variar de acuerdo a las necesidades del gimnasio infantil y al comportamiento que se pueda presentar dentro del mercado.

Adicional es importante indicar que la forma de pago será solamente en efectivo, en un inicio, luego se realizará el respectivo convenio para aceptar todas las tarjetas de crédito y débito.

Se pretende realizar un descuento de hasta el 15% para los clientes que inscriban a más de 2 niños en el gimnasio infantil de forma mensual, esta estrategia se utiliza con el fin de atraer a más clientes.

2.2.5 Promoción y publicidad que se realizará. (Canales de Comunicación)

La promoción que se pretende realizar para el gimnasio infantil es 2 x 1 es decir dos niños por el precio de uno, promoción que aplicará únicamente para pagos mensuales y trimestrales. Con esta estrategia lo que se busca es que la empresa tenga más liquidez además de que los clientes prefieran utilizar nuestros servicios antes que los de la competencia.

En cuanto a la publicidad es necesario tomar en cuenta que hoy en día las personas buscan servicios innovadores para hacer uso de estos, por lo cual la ésta sirve como medio para que la empresa sea reconocida en el mercado.

Las principales estrategias de publicidad que se utilizarán son las siguientes:

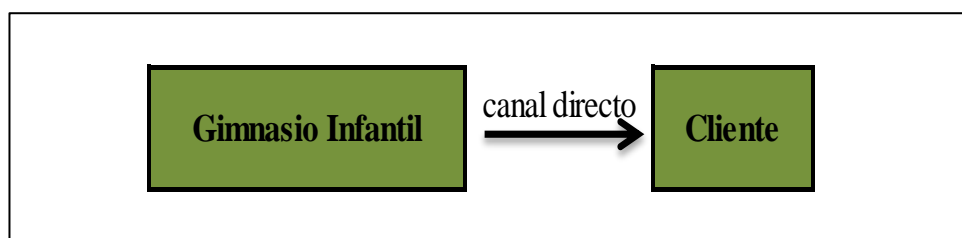
- Elaborar de volantes, carteles, afiches publicitarios.
- Crear una página web, incluir redes sociales.
- Exhibir las promociones de pagos mensuales y trimestrales a precio especial.

Es necesario indicar que la persona que estará a cargo de realizar la publicidad del gimnasio infantil es la Gerente General.

2.2.6 Sistema de distribución a utilizar. (Canales de Distribución)

La distribución del servicio se realizará de forma directa, tal y como se muestra en el siguiente gráfico:

Gráfico N° 13 .Canal de distribución



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Para llegar adecuadamente al cliente se utilizará como estrategia principal a referidos, es decir, personas que recomienden los servicios del gimnasio infantil.

2.2.7 Seguimiento de Clientes.

El seguimiento de clientes se lo realizará a través de un buzón de sugerencias ubicado en la entrada del gimnasio infantil, para que los usuarios puedan poner sus comentarios y sugerencias con respecto al servicio prestado, el trato del personal a los niños.

Este buzón de sugerencias deberá ser revisado diariamente por la Gerente General de la empresa con el objeto de realizar las respectivas correcciones de manera rápida y oportuna.

2.2.8 Especificar mercados alternativos.

En cuanto a los mercados alternativos en el caso de que no se logre alcanzar la planificación que se tiene para las parroquias antes mencionadas, serán las demás parroquias que conforman la Administración Zonal La Delicia las que permitan cumplir con las planificaciones de la empresa; estas parroquias son: Comité del pueblo, Nono, Pomasqui, San Antonio.

2.3 DEFINICIÓN DE LA COMPETENCIA

2.3.1 Descripción de la competencia.

En el siguiente gráfico se detalla la descripción de la competencia:

Tabla N° 24 Descripción de la competencia

Competencia	A quién vende	Que es lo que vende	Precio	Canales de Comunicación	Canales de Distribución
Los Olivos Kids	Niños de 2 hasta 9 años de edad	Actividades curriculares	\$2,50 diario	Web	Directo.
		Estimulación temprana	\$22 mensual		
		Talleres, escuela para padres	\$50 trimestral		
		Psicóloga infantil			
		Nutricionista			
Infantil GYM	Niños de 4 hasta 12 años de edad	Barra de equilibrio circular.	\$2,50 diario	Hojas volantes	Directo.
		Piscina de pelotas.	\$20 mensual		
		Rampa de deslizamiento.	\$50 trimestral		
Gimnasio Eugenes	Niños de 5 hasta 12 años de edad	Gimnasia olímpica	\$2,00 diario	Hojas volantes	Directo.
		Gimnasia artística	\$20 mensual		
		Gimnasia rítmica	\$60 trimestral		
		Cama elástica			
Gimnasio Infantil Las Villas	Niños de 4 hasta 10 años de edad	Caminadoras	\$1,50 diario	Web	Directo.
		Tardes lúcidas	\$20 mensual		
		Cursos vacacionales	\$55 trimestral		
My Little Pooh	Niños de 4 hasta 10 años de edad	Aeróbicos	\$2,00 diario	Web	Directo.
		Deportes	\$25 mensual		
		Bailo terapia	\$45 trimestral		

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

2.3.2 Definir puntos débiles y fuertes de la competencia, comparándolos con los del proyecto propio.

Para definir los puntos débiles y fuertes, tanto de la competencia como del presente plan de negocios se tomará en cuenta los siguientes aspectos:

➤ Tecnología.

En cuanto a la tecnología, la competencia cuenta con tecnología bastante aceptable para el giro del negocio, sin embargo con los avances tecnológicos que se tienen actualmente el factor tecnológico se lo puede mejorar considerablemente.

➤ Estrategia comercial.

El gimnasio infantil que se está estudiando a través del presente plan de negocios no cuenta con la experiencia que la competencia ya tiene, razón por la cual la estrategia comercial es necesario estudiarla detenidamente para cometer un mínimo porcentaje de errores y así poder captar la cantidad de clientes que se requieren para que el negocio sea rentable.

➤ Recursos Humanos.

El capital humano es siempre muy valioso para alcanzar los objetivos empresariales, es por este motivo que para el gimnasio infantil que se pretende poner en marcha es necesario contratar personas que tenga experiencia sobre todo en el trato con niños. En este punto se puede mencionar que la competencia ha sabido escoger muy bien a sus colaboradores, ya que cuentan con talento humano de gran calidad.

➤ Infraestructura.

La infraestructura es otro aspecto fundamental en la creación de un negocio, por tal motivo se ha buscado un local que esté acorde al giro del negocio y en el cual se pueda realizar todas las actividades que se tienen planificadas. La infraestructura con la que cuenta la competencia es bastante aceptable, sin embargo con el presente proyecto se pretende exceder las expectativas de los clientes; sobre todo de los niños,

quienes son los que van a pasar la mayor parte del tiempo en las instalaciones del gimnasio infantil.

2.4 COSTOS DEL PRODUCTO/SERVICIO, POR PERÍODOS

2.4.1 Determinación de Costos Variables.

Los costos variables “son los que cambian ante diferentes volúmenes de producción” (Morales & Morales, 2009, pág. 70).

Los costos variables para el presente plan de negocios son:

Tabla N° 25 Costos Variables

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Depreciación equipos	\$	1	376,0	376,0	4.511,4
Mantenimiento equipos	\$	1	11,3	11,3	135,3
Seguro equipos	\$	1	18,8	18,8	225,6
Total Costos Variables			406,0	406,0	4.872,4
TOTAL DE COSTOS				4.467,94	53.615,27

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

2.4.2 Determinación de Costos Fijos.

Los costos fijos “son los que no cambian aunque se modifiquen los volúmenes de producción” (Morales & Morales, 2009, pág. 70). Los costos fijos para el plan de negocios son:

Tabla N° 26 Costos Fijos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Sueldos	\$	1	3.124,0	3.124,0	37.487,8
Rol de provisiones	\$	1	937,9	937,9	11.255,2
Total Costos Fijos			4.061,9	4.061,9	48.742,9

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

2.4.3 Determinación del costo total del producto o servicio

El costo total es la suma de los costos variables y fijos. El costo total del gimnasio infantil es:

Tabla N° 27 Rol de pagos mensual y anual

CARGO	#	Sueldo base	Sueldo Unificado	XIII	XIV	Vacaciones	Aporte IESS		Fondos de Reserva	Mensual	Anual
							Patronal	Personal			
Pediatra-Nutricionista	1,0	1.200,0	1.200,0	100,0	30,5	50,0	133,8	113,4	-	1.400,9	16.810,8
Instructor	3,0	750,0	2.250,0	187,5	91,5	93,8	250,9	212,6	-	2.661,0	31.932,0
TOTAL TALENTO HUMANO:										4.061,9	48.742,8

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 28 Costo total mensual

Detalle	Cantidad	Parcial	Costos Fijos	Costos Variables
Sueldos y salarios			\$ 3.124,0	
Pediatra-Nutricionista	1	\$ 1.086,6	\$ 0,0	
Instructor	1	\$ 679,1	\$ 0,0	
Instructor	1	\$ 679,1	\$ 0,0	
Instructor	1	\$ 679,1	\$ 0,0	
Rol de provisiones			\$ 937,9	
Décimo tercer sueldo	1	\$ 287,5		
Décimo cuarto sueldo	1	\$ 122,0		
Vacaciones	1	\$ 143,8		
Fondos de reserva	1			
Aporte patronal	1	\$ 384,7		
Seguros				\$ 18,8
Maquinaria y Equipos	1			\$ 18,8
Mantenimiento				\$ 11,3
Maquinaria y Equipos	1			\$ 11,3
Depreciación				\$ 376,0
Maquinaria y Equipos	1			\$ 376,0
			\$ 4.061,9	\$ 406,0
COSTO TOTAL				\$ 4.467,9

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

2.4.4 Comparación con los precios de la competencia y explicar en que se basan las diferencias, argumentar precio fijado.

De acuerdo al estudio de campo que se realizó, los precios de la competencia no varían de forma alarmante con los precios que se pretenden establecer en el presente plan de negocios.

De acuerdo a la encuesta que se realizó se pudo determinar que los clientes están dispuestos a pagar entre 15,00 y 20,00 dólares por la utilización mensual del servicio, entre 1,50 y 2,00 dólares por la utilización de un día y entre 40 y 50 dólares por la utilización de un periodo de 3 meses.

De acuerdo a un promedio que se realizó en cuanto a los precios que mantiene actualmente la competencia se pudo determinar que estos son: promedio diario de 2,10 dólares, mensual de 21 dólares y trimestral de 52 dólares; que como ya se había mencionado no tienen una alta variación con respecto a los precios que se pretende establecer para el proyecto.

CAPÍTULO III

ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

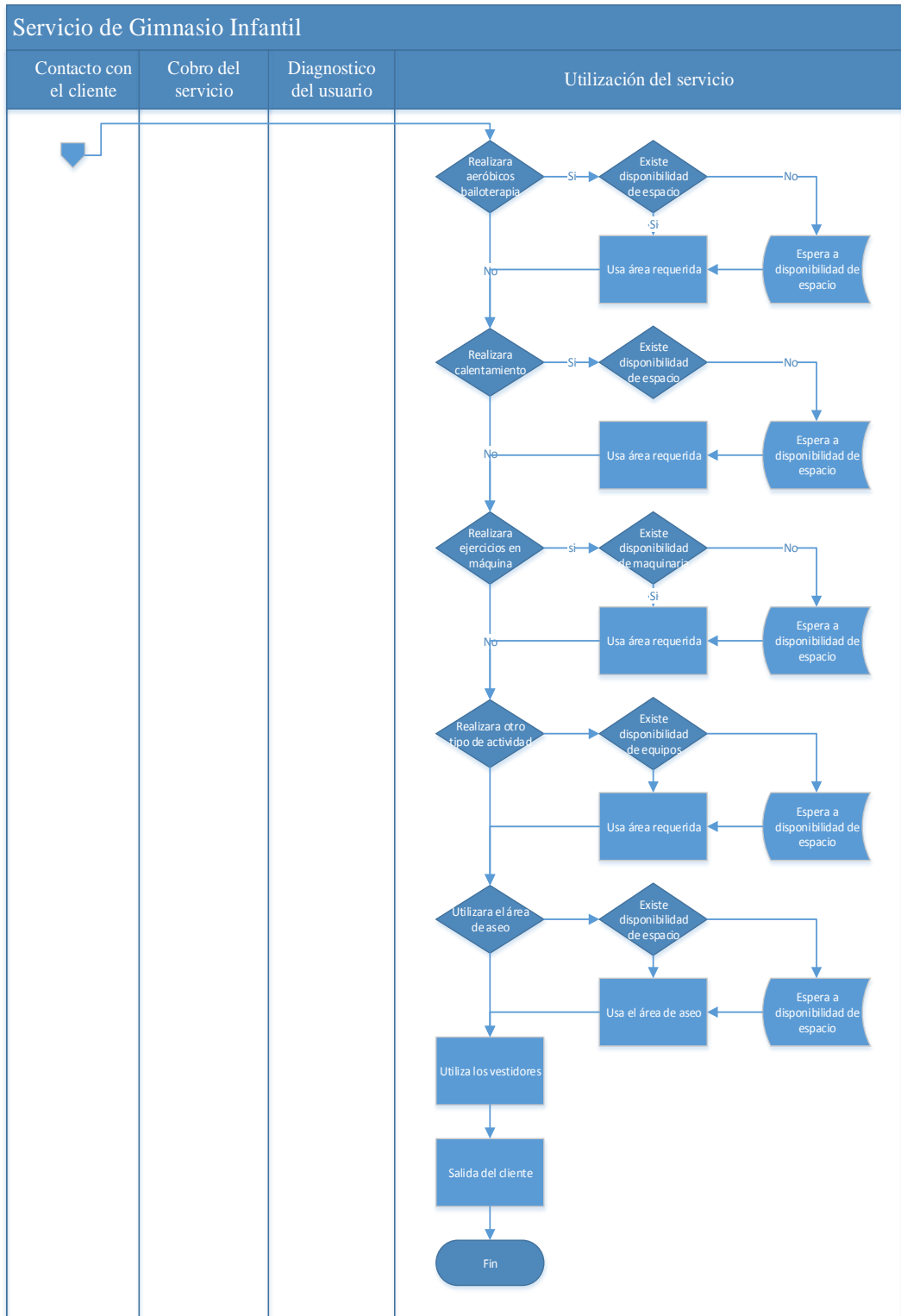
3.1 DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

3.1.1 Descripción del proceso de transformación.

Al tratarse de un servicio, no se va a realizar la transformación de materias primas en un producto terminado, sin embargo es necesario detallar el diagrama de flujo, en el cual se detallan las actividades que se va a realizar para la correcta prestación del servicio.

De acuerdo con Miranda, Chamorro, & Rubio (2007) un diagrama de flujo es:

Un modo de representar gráficamente flujos o procesos, es decir, representar la secuencia de pasos que se realizan para obtener un determinado resultado, así como las relaciones entre las diferentes actividades que lo componen a través de un conjunto de símbolos. El diagrama de flujo tiene como finalidad ordenar los procesos y puede ser utilizado individualmente, aunque resulta más eficaz si se emplea de manera conjunta con alguna otra herramienta de la calidad. El diagrama de flujo permite entender «de un vistazo» el proceso en su conjunto, sus problemas y los puntos críticos (pág. 76).



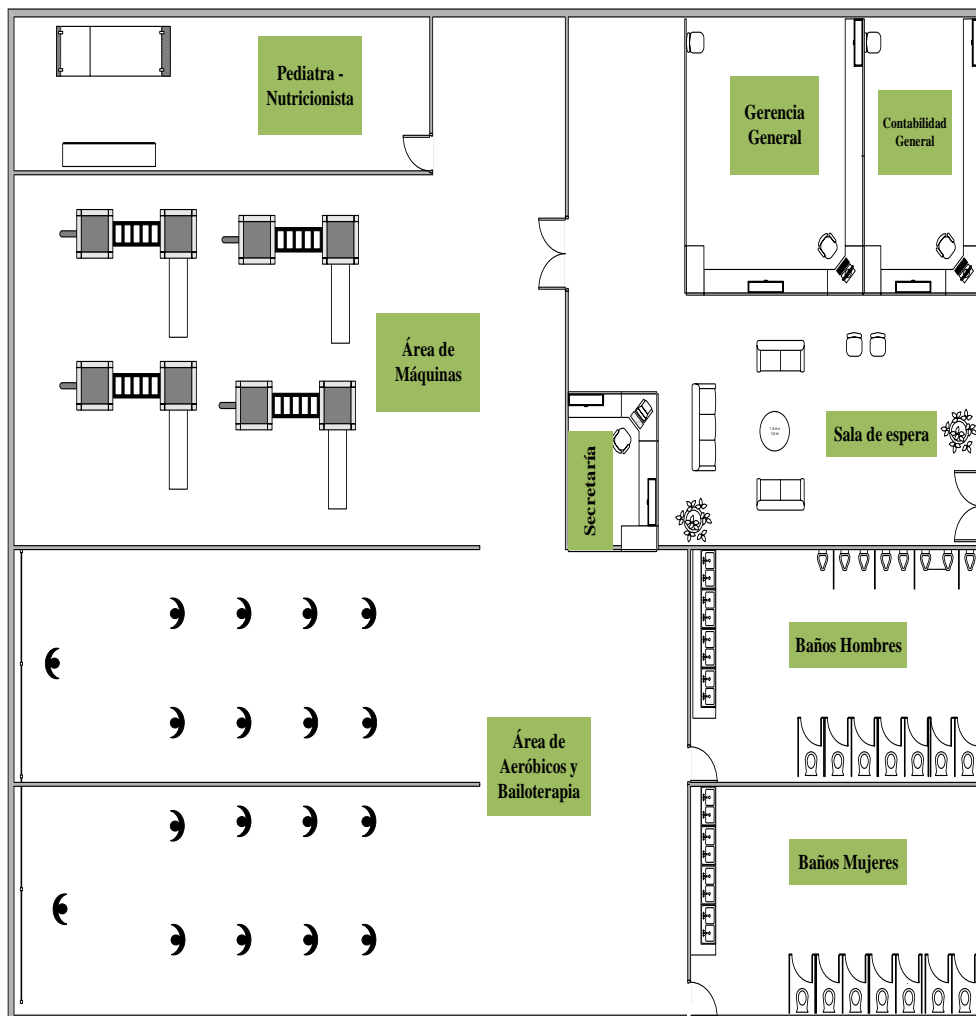
Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

3.1.2 Descripción de instalaciones, equipos y personas.

Las instalaciones en donde funcionará el gimnasio infantil, estarán ubicadas en el sector de Cotocollao, se debe destacar que se está manteniendo negociaciones con los dueños del local, por tal motivo la dirección exacta de la ubicación de la empresa falta por concretar.

Gráfico N° 15 Distribución de las instalaciones



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Los equipos que se utilizarán para el desarrollo del trabajo son los siguientes:

Tabla N° 29 Equipos de Oficina

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Teléfono fijo	Unidad	4	37,0	148,0
Dispensador de agua	Unidad	3	30,0	90,0
Cafetera electrónica	Unidad	1	90,0	90,0
Microondas	Unidad	1	170,0	170,0
TOTAL				498,0

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 30 Equipos de Computación

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Computadora	Unidad	4	511,0	2.044,0
Impresora	Unidad	2	340,0	680,0
TOTAL				2.724,0

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Los equipos de oficina así como también los equipos de computación permanecerán trabajando las 8 horas laborables de lunes a viernes; adicional es importante indicar que los equipos de computación de la Gerente General y los equipos de computación de la Contadora General trabajarán horarios extendidos.

Tabla N° 31 Personas

Actividad	Tiempo	No. Personas	Horas Hombre
Instructores	8	3	8
Pediatra - Nutricionista	8	1	8
Personal de limpieza	8	1	8

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

3.1.3 Tecnología a aplicar.

Durante la selección de la tecnología es necesario escoger la más apropiada, ya sea por sus características técnicas o por su costo. La tecnología en si está constituida por el conjunto de procesos, herramientas, procedimientos o equipos que se usan para producir ya sea un bien o un servicio. En el caso de la instalación del gimnasio infantil se tomará en cuenta los siguientes puntos de vista:

- La inversión inicial puede resultar elevada ya que se necesitan equipos complejos para el correcto y adecuado desarrollo de las rutinas de ejercicios; los cuales, además, permitirán tener una mayor acogida por parte de los clientes.
- Cada uno de los equipos a adquirir cuenta con una tasa de producción positiva puesto que puede dar acogida a un gran número de clientes en un periodo establecido, pudiendo de esta manera cubrir parte de la demanda insatisfecha que existe en la actualidad.
- Los equipos a ser adquiridos cuentan con las adecuadas seguridades al igual que los instructores a ser contratados, ellos también deben tener la capacitación necesaria y requerida para guiar a los usuarios del servicio, sobretodo paciencia, ya que los clientes directos son los niños.
- El mantenimiento de las máquinas no resulta ser un inconveniente puesto que se utiliza grasa al igual que herramientas básicas para llevar a cabo el mismo.
- En cuanto a la frecuencia de reemplazo se puede mencionar que este tendrá un mínimo de 10 años.
- Los equipos son indispensables para la puesta en marcha del gimnasio infantil ya que estos constituyen una de las principales fuentes agregadoras de valor.

3.2 FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

3.2.1 Ritmo de producción.

Para calcular el ritmo mensual de la prestación de los servicios del gimnasio infantil, es necesario establecer la unidad de medida que se va a utilizar. Para determinar la unidad de medida que se basa en el número de clientes o usuarios que asistirán al gimnasio en un día, realizamos la siguiente interpretación:

Tabla N° 32 Unidad de medida

CAPACIDAD MÁXIMA INSTALADA			
Número máximo de clientes al día	Días laborables	Número máximo de clientes a la semana	Total clientes al año
54	5	271	12.987

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

El valor del número máximo de clientes al día resulta del porcentaje que se pretende cubrir de la demanda insatisfecha dividido para 240 días laborables del año. El gimnasio permanecerá abierto de lunes a viernes, por lo que resulta 5 días laborables; el número máximo de clientes a la semana resulta de la multiplicación del número máximo de clientes al día por el total de días laborables. Y finalmente el total de clientes al año se lo obtiene del porcentaje que se pretende cubrir de la demanda insatisfecha.

A continuación se presenta una tabla donde se muestra el ritmo de producción de la empresa:

Tabla N° 33 Ritmo de producción

Actividad	No. Personas	Tiempo promedio	Tiempo normal
La representación legal, la búsqueda de nuevos clientes, publicidad y promoción, son actividades que deben ser correctamente gestionadas por la Gerente General.	1	10	8
La elaboración de los Estados Financieros solicitados por la Superintendencia de Compañías; la planificación, organización y control de las actividades del proceso financiero, deben ser realizadas por la Contadora General, quien también es socia de la empresa.	1	10	8
La atención a los clientes y proveedores, la colaboración con el pago a proveedores,	1	8	8

archivar la documentación legal de la empresa. Son algunas de las actividades que debe realizar la secretaria.			
El pediatra nutricionista se encargara de la revisión y diagnóstico general de los niños, Recomendaciones a los padres de los tipos de ejercicios deben practicar sus hijos.	1	8	8
La planificación para las rutinas de ejercidos las realizarán los instructores.	3	8	8
Se contará con una persona para que realice todas las labores de limpieza del gimnasio.	1	8	8

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

3.2.2 Número de trabajadores.

Inicialmente se contará con el siguiente talento humano, tanto para la parte administrativa como operativa.

Administrativo:

- 1 Gerente General.
- 1 Secretaria.
- 1 Contador General.

Operativo:

- 3 instructores.
- 1 pediatra – nutricionista.
- 1 persona de limpieza.

Cabe indicar que en inicio el gimnasio infantil “Emy & Fer” contará con 8 personas en total. Conforme aumente la demanda del servicio se contratará un asistente de gerencia y un asistente contable, quienes formarán parte del área administrativa; y para el área de operaciones se contratará 2 instructores y un pediatra – nutricionista adicional.

3.3 CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

3.3.1 Capacidad de producción futura.

Cuando los recursos, tanto económicos, tecnológico y demás, disponibles no son suficientes para atender siquiera a la demanda actual, no queda otro camino que iniciar con una capacidad instalada menor, conviviendo con una demanda insatisfecha, mientras se consiguen los recursos para expandir la empresa en los siguientes años.

La capacidad actual y futura del gimnasio infantil se lo detalla a continuación:

Tabla N° 34. Capacidad actual y futura

TAMAÑO DEL PROYECTO					
Periodos	Años	Capacidad Instalada (%)	Capacidad Máxima Instalada	Capacidad Utilizada	Capacidad Ociosa
0	2016	0	12.987	0	12.987
1	2017	10	12.987	1.299	11.688
2	2018	20	12.987	2.597	10.389
3	2019	30	12.987	3.896	9.091
4	2020	40	12.987	5.195	7.792
5	2021	50	12.987	6.493	6.493

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

La capacidad efectiva, casi siempre es menor a la capacidad teórica, por ineficiencias en su utilización, debido a varios motivos tales como: fallas técnicas, interrupciones por mantenimiento, reparaciones y reposición de piezas, paros por ausencias de los operarios, cuellos de botella en la interdependencia de los procesos productivos, insuficiente capacitación de la mano de obra, entre otras.

La capacidad utilizada, es el porcentaje de uso efectivo de la capacidad instalada. En este caso la capacidad máxima instalada sería de 129870 clientes en un año, y si a partir del primer año de instalación la empresa puede acoger a 12.987 clientes en el año entonces el nivel de utilización en el mencionado año corresponde a un 10%.

Capacidad ociosa, como su nombre lo indica, es la parte de la capacidad no utilizada. En este caso indicado anteriormente, la capacidad ociosa es del 90%.

3.4 DEFINICIÓN DE MATERIAS PRIMAS

3.4.1 Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.

Al tratarse de la prestación de un servicio no se requiere de materias primas, sin embargo como se mencionó anteriormente el gimnasio infantil siempre debe estar impecable, razón por la cual se detalla a continuación los insumos de limpieza que se van a requerir:

Tabla N° 35 Útiles de limpieza y aseo

Detalle	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escobas	4	\$ 3,5	\$ 14,0
Trapeadores	4	\$ 3,0	\$ 12,0
Desinfectante galón	12	\$ 4,5	\$ 54,0
Guantes	12	\$ 1,6	\$ 19,2
Franelas	12	\$ 2,5	\$ 30,0
Recogedor de basura	4	\$ 2,0	\$ 8,0
Fundas de basura	100	\$ 1,0	\$ 100,0
Basurero	6	\$ 4,0	\$ 24,0
Jabón líquido galón	12	\$ 6,8	\$ 81,6
Papel higiénico paca x 48	12	\$ 11,5	\$ 138,0
Gel antiséptico galón	12	\$ 10,5	\$ 126,0
TOTAL			\$ 606,8

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

3.5 CALIDAD

3.5.1 Método de control de calidad.

La calidad se define como “(...) el conjunto de características inherentes de un bien o servicio que satisfacen las necesidades y expectativas de los clientes (...)” (Fontalvo & Vergara, 2010, pág. 22).

Las políticas para el control de calidad del gimnasio infantil son las siguientes:

- Realizar todo trabajo con excelencia.
- Brindar un servicio de calidad y calidez a todos los clientes, priorizando siempre los requerimientos que cada uno de ellos tengan.
- Capacitar permanentemente a los colaboradores de la empresa para brindar una atención al cliente satisfactoria.
- Mantener los más altos estándares de calidad en la prestación de servicios; así como precios competitivos, el mayor interés siempre será garantizar la plena satisfacción de los clientes.
- Nos esforzaremos por hacerles llegar servicios bajo las más estrictas normas de calidad, a fin de que los servicios sean oportunos, seguros y de calidad.
- Todos los colaboradores de la empresa deben mantener un comportamiento ético.
- Impulsar el desarrollo de la capacidad y personalidad del talento humano.
- Velar por la seguridad industrial de todos los colaboradores.

3.6 NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN

3.6.1 Seguridad e higiene ocupacional.

El presente plan de negocios está dirigido a la creación de un gimnasio infantil en el norte de la ciudad de Quito, en el cual se realizarán actividades físicas para el correcto desempeño y recreación de los niños, por tal motivo es necesario trabajar bajo estrictos lineamientos de seguridad e higiene ocupacional.

Las principales políticas para la prevención de accidentes y enfermedades laborales de los colaboradores la organización se compromete a:

Proporcionar todos los recursos necesarios para los colaboradores con el objeto de disminuir los riesgos laborales.

Promover la concientización a todos y cada uno de los colaboradores por la seguridad e higiene ocupacional, a través de constantes capacitaciones con especialistas en el tema.

Mantener permanentes auditorías a los equipos, maquinarias y demás implementos que se encuentren dentro del gimnasio infantil, con la finalidad de

evitar posibles accidentes tanto para los colaboradores de la empresa así como también a los niños quienes son los clientes directos.

Identificar claramente los riesgos laborales a los que pueden estar expuestos los colaboradores y tomar las medidas correctivas de forma inmediata.

Colocar señalética de precaución que este a la vista de todas las personas que entren en el gimnasio.

CAPÍTULO IV

ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

4.1 ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

4.1.1 Visión de la empresa.

La visión define y describe la situación futura que desea tener la empresa. El propósito de la visión es guiar, controlar y alentar a la organización en su conjunto para alcanzar el estado deseable de la organización. La visión de la empresa es la respuesta a la pregunta, ¿en qué queremos que se convierta la organización en los próximos años? (Asensio & Vázquez, 2009, pág. 26).

La visión para el gimnasio infantil “EMY & FER” es:

Ser una empresa reconocida tanto a nivel local como nacional, en la estimulación del desarrollo físico de los niños, a través de estrictas normas de ética y calidad del servicio complementado con una adecuada alimentación.

4.1.2 Misión de la empresa

Asensio & Vázquez (2009), afirman que:

La misión se considera como una expresión muy general de lo que quiere ser la empresa y será el primer punto de referencia para la actuación empresarial. La misión se define de una forma general, vaga y a menudo poética. Debe responder a la pregunta de: ¿para qué existe la empresa? (pág. 26).

La misión para el gimnasio infantil “EMY & FER” es:

La mejor empresa de cuidado personal, psicológico y social infantil, que fomenta la práctica deportiva con calidad para prevenir enfermedades y mantener una vida sana y feliz.

4.1.3 Análisis FODA.

“El análisis FODA es una herramienta sencilla pero poderosa para ponderar las fortalezas y debilidades de los recursos de una empresa sus oportunidades comerciales y las amenazas externas a su bienestar futuro” (Thompson, Gamble, Peteraf, & Strickland, 2012).

Fortalezas:

- La creación de la empresa está realizada bajo un riguroso estudio de mercado que permite conocer la manera adecuada de manejar a la misma y las decisiones a tomar en el camino.
- El personal seleccionado para realizar el trabajo es altamente capacitado y de larga trayectoria en el campo, así como el personal administrativo tiene el conocimiento necesario en temas organizacionales.
- Las herramientas que se utilizarán para la atención de nuestros clientes, están dentro de las que se puede conseguir en el mercado, por lo que no es difícil obtener las mismas.

Oportunidades:

- Por la forma en que la tecnología y la globalización se desarrollan en nuestra sociedad, es necesario que tanto el hombre como la mujer dediquen la mayor parte de su tiempo al trabajo; quedando un tiempo limitado para realizar ejercicio físico con los niños.
- Imagen clara y definida del servicio.
- Uso de tecnología moderna.
- Sedentarismo infantil.

Debilidades:

- Al ser una empresa nueva no se cuenta con la experticia que tiene la competencia para el manejo de los problemas que se presenten.
- No se cuenta con el suficiente capital propio por lo que es necesario recurrir a las entidades financieras.
- Falta de motivación hacia los colaboradores.

Amenazas:

- Inestabilidad económica del país.
- Incremento en los materiales debido a las políticas de importación dadas por el Gobierno.
- Limitación de créditos por parte de las instituciones financieras.
- El alto índice de desempleo.
- Servicios sustitutos.
- Resistencia al cambio por parte de los padres de familia.

A continuación se detalla la matriz FODA para el gimnasio infantil “EMY & FER” que se ubicará en el norte de la ciudad de Quito:

Tabla N° 36 Matriz FODA

FACTORES INTERNOS	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
1. Personal altamente capacitado y calificado para brindar el servicio.	1. Falta de recursos propios para el inicio de actividades.
2. Equipamiento necesario para cumplir con los requerimientos de los niños.	2. Empresa con nuevas propuestas para el desarrollo de los niños.
3. Variedad de actividades recreacionales y deportivas.	3. Presupuesto bajo para realizar publicidad.
4. Negocio innovador.	4. Falta de posicionamiento dentro del mercado.
5. Adecuada organización del negocio.	5. Fuga de capital humano
6. Optima ubicación del negocio.	
FACTORES EXTERNOS	
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
1. Exceso de comida chatarra en la alimentación de los niños.	1. Servicios sustitutos.
2. Sedentarismo infantil.	2. Inestabilidad económica.
3. Poca competencia.	3. Resistencia al cambio por parte de los padres de familia.
4. Falta de actividad física.	4. Restricción de créditos bancarios.

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

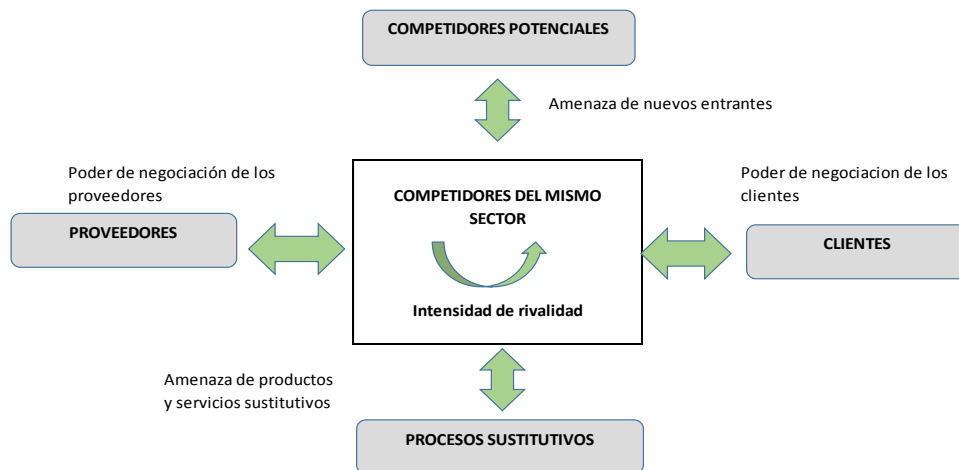
Gráfico N° 16 Matriz DOFA

	<p>Fortalezas</p> <p>Personal altamente capacitado y calificado para brindar el servicio.</p> <p>Equipamiento necesario para cumplir con los requerimientos de los niños.</p> <p>Variedad de actividades recreacionales y deportivas.</p> <p>Negocio innovador.</p> <p>Adecuada organización del negocio.</p> <p>Optima ubicación del negocio.</p>	<p>Debilidades</p> <p>Falta de recursos propios para el inicio de actividades.</p> <p>Empresa con nuevas propuestas para el desarrollo de los niños.</p> <p>Presupuesto bajo para realizar publicidad.</p> <p>Falta de posicionamiento dentro del mercado.</p>
<p>Oportunidades</p> <p>Exceso de comida chatarra en la alimentación de los niños.</p> <p>Sedentarismo infantil.</p> <p>Poca competencia.</p> <p>Falta de actividad física.</p>	<p>Estrategias FO</p> <p>Realizar rutinas de ejercicios adecuadas para los niños.</p> <p>Brindar un servicio personalizado de acuerdo a las necesidades de los diferentes niños.</p> <p>Ofrecer un servicio eficiente, adaptándose a las exigencias de los clientes.</p>	<p>Estrategias DO</p> <p>Diseñar estrategias de posicionamiento para potenciar el éxito del gimnasio.</p> <p>Contratar los servicios de los medios de comunicación para abarcar un mayor número de personas.</p> <p>Realizar campañas publicitarias, para un adecuado posicionamiento de la marca.</p>
<p>Amenazas</p> <p>Servicios sustitutos.</p> <p>Inestabilidad económica.</p> <p>Resistencia al cambio por parte de los padres de familia.</p> <p>Restricción de créditos bancarios.</p>	<p>Estrategias FA</p> <p>Contratar personal altamente calificado, con el fin de brindar un servicio eficiente.</p> <p>Establecer precios que estén acorde a la economía de las personas.</p> <p>Actualizar en conocimiento al personal tanto en técnicas de ejercicios como en controlar una alimentación adecuada.</p>	<p>Estrategias DA</p> <p>Repartir volantes que informen a las personas de los servicios que ofrece el gimnasio infantil.</p> <p>Mantener y mejorar constantemente la calidad de los servicios que ofrece la empresa.</p> <p>Introducir la empresa al mercado con precios que estén de acuerdo a la economía de los clientes.</p>

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Gráfico N° 17 Fuerzas competitivas



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

1. Rivalidad entre competidores establecidos.

Una gran competencia son los gimnasios infantiles que ya tienen experiencia en el mercado.

2. Posibilidad de entrada de nuevos competidores.

Es muy difícil establecer barreras de entrada para los competidores, ya que es un mercado fácil de acceder. Para que el gimnasio infantil pueda tener éxito, debería de competir con precios aún más bajos u ofreciendo servicios que marquen la diferencia.

3. La amenaza de productos sustitutivos.

Cualquier forma de hacer deporte, en instalaciones abiertas o cerradas, de titularidad pública o privada, supone un posible producto sustitutivo.

4. El poder de negociación de los clientes.

Normalmente en el sector deportivo los clientes tienen bastante poder de negociación, ya que pagarse un gimnasio no se considera un servicio de primera necesidad y se puede prescindir del fácilmente.

5. El poder de negociación de los proveedores.

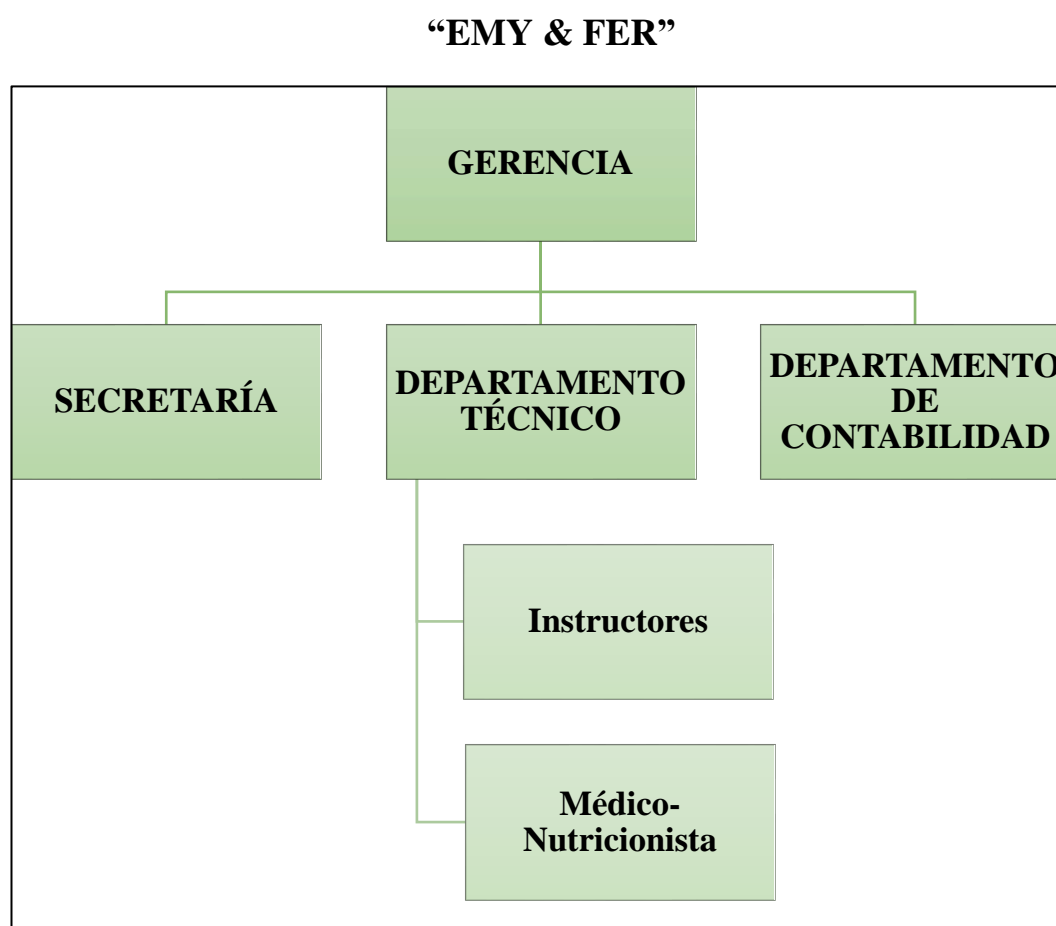
El poder de los proveedores no es alto ya que existe mucha competencia entre ellos, con la aparición de nuevos productos, así que esto beneficia al negocio.

4.2 ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

4.2.1 Organigrama.

El organigrama es la representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, en la que se muestra la composición de las unidades administrativas que la integran, sus relaciones, niveles jerárquicos, canales formales de comunicación, líneas de autoridad, supervisión y asesoría (Fincowsky, 2009, pág. 124).

Gráfico N° 18 .Organigrama Estructural



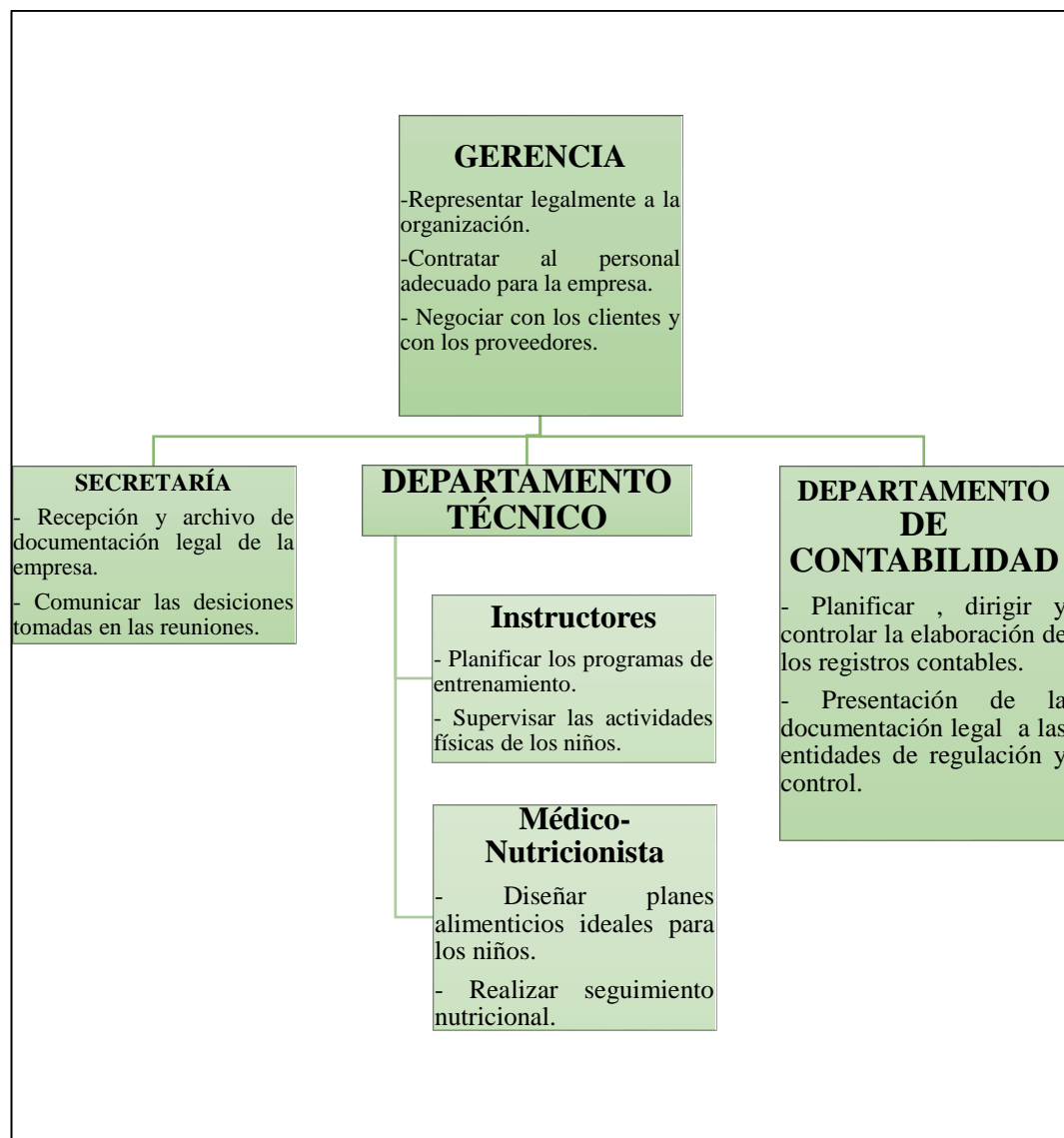
Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

El organigrama funcional “Incluyen las principales funciones que tienen asignadas, además de las unidades y sus interrelaciones. Este tipo de organigrama es de gran utilidad para capacitar al personal y presentar a la organización en forma general” (Fincowsky, 2009, pág. 126).

Gráfico N° 19 Organigrama Funcional

“EMY & FER”



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

4.2.2 Cargos del organigrama.

Es importante describir las funciones y responsabilidades de cada uno de los integrantes de la empresa.

Tabla N° 37 .Funciones Gerente General

EMY & FER	
Cargo	Gerente General
Requisitos del cargo	Educación formal: Estudios superiores, título universitario en Administración de Empresas o carreras afines.
	Experiencia: 5 años en cargos similares.
	Edad: De 30 a 45 años.
Conocimientos	Manejo de herramientas informáticas de Office.
	Manejo de paquetes contables.
	Conocimientos de las NIIFS.
	Conocimientos intermedios en inglés.
Personal a cargo	Reporta a: -
	Supervisa: Todo el personal.
Funciones y Responsabilidades	General:
	Es directamente responsable por la correcta dirección, organización y control de los bienes y recursos que posee la empresa. Propone alternativas de mejoramiento en todos los aspectos.
	Específica:
	Establecer planes de desarrollo organizacional.
	Conocer el mercado y tomar las medidas necesarias para que el negocio funcione adecuadamente.
	Solucionar conflictos internos.
	Elaborar indicadores de gestión que permitan mejorar las actividades empresariales.
	Seleccionar y reclutar el personal adecuado.
	Analizar y velar por el cumplimiento de los objetivos y políticas organizacionales.
	Buscar y analizar las nuevas oportunidades de negocio.
	Supervisar que no existan inconvenientes al momento del servicio.
	Verificar que las instalaciones se encuentren en óptimas condiciones.
	Revisar el estado de la maquinaria y equipo.
Promover la práctica de actividades deportivas.	
Disponibilidad laboral	Tiempo completo.
	De lunes a viernes.

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 38 .Funciones Secretaria-Recepcionista

EMY & FER	
Cargo	Secretaria-Recepcionista
Requisitos del cargo	Educación formal: Estudios en secretariado ejecutivo.
	Experiencia: 1 año en cargos similares.
	Edad: De 22 a 30 años
Conocimientos	Manejo intermedio del paquete Office.
	Conocimiento en archivos y documentación.
	Atención al cliente.
	Conocimientos intermedios en inglés.
Personal a cargo	Reporta a: Gerente General
	Supervisa: -
Funciones y Responsabilidades	Elaborar el reporte del estado de las instalaciones para los requerimientos a los proveedores para abastecimiento.
	Atención a los clientes y proveedores.
	Colaborar con el pago a proveedores.
	Archivar la documentación legal de la empresa.
	Comunicar las decisiones tomadas en las reuniones.
	Contestar llamadas telefónicas
	Dar información a los clientes y posibles clientes.
	Solicitar la información personal a los clientes.
	Indicar horarios y valores de los servicios.
Reportar cualquier tipo de daño en la maquinaria y equipo de la empresa.	
Disponibilidad laboral	Tiempo completo.
	De lunes a viernes.

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 39 Funciones Contadora

EMY & FER		
Cargo	Contadora	
Requisitos del cargo	Educación formal:	Estudios superiores, título universitario en Contabilidad y Auditoría CPA.
	Experiencia:	3 años en cargos similares.
	Edad:	De 25 a 35 años
Conocimientos	Tributación (IVA, retenciones, impuesto a la renta).	
	Sistemas contables.	
	Conocimiento actualizado de leyes tributarias.	
	Sólidos conocimientos de Excel.	
	Criterio analítico en Contabilidad.	
	Manejo de NIIF.	
Personal a cargo	Reporta:	Gerente General.
	Supervisa:	Secretaria - Recepcionista
Funciones y Responsabilidades	Elaborar los Estados Financieros solicitados por la Superintendencia de Compañías.	
	Planificar, organizar y controlar las actividades del proceso Financiero	
	Elaborar las declaraciones de los impuestos.	
	Cumplir con los requerimientos de información solicitados por los organismos de control.	
	Planear las inversiones generales de la organización.	
	Desarrollar e implementar nuevas estructuras contables y procedimientos de control que fortalezcan la actividad económica de la empresa.	
	Diseño e implementación de reportes gerenciales que faciliten la interpretación correcta de la información contable financiera.	
	Planear y controlar el presupuesto de la organización.	
Disponibilidad laboral	Tiempo completo	
	De lunes a viernes.	

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 40 Funciones Instructor

EMY & FER		
Cargo	Instructor	
Requisitos del cargo	Educación formal:	Profesional en Cultura Física
	Experiencia:	1 año.
	Edad:	De 25 a 35 años.
Conocimientos	Primeros auxilios.	
	Conocimientos pedagógicos para comprender y solucionar problemas dentro de los ejercicios físicos.	
	Conocimientos de técnicas para el desarrollo adecuado de las diferentes actividades para los niños.	
	Conocimiento en acondicionamiento físico para niños.	
Personal a cargo	Reporta:	Gerente General.
	Supervisa:	-
Funciones y Responsabilidades	Planificar programas adecuados de entrenamiento para niños.	
	Supervisar las actividades físicas de los niños.	
	Informar a los padres de familia la importancia de la actividad física en los niños.	
	Formar grupos de trabajo de acuerdo a la edad y destrezas de los niños.	
	Promover el desarrollo físico de los clientes.	
	Controlar que la rutina de ejercicios, cardio, estiramiento, entre otras actividades sean las adecuadas para los niños.	
Disponibilidad laboral	Tiempo completo	
	De lunes a viernes.	

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Tabla N° 41 Funciones Médico - Nutricionista

EMY & FER		
Cargo	Pediatra - Nutricionista	
Requisitos del cargo	Educación formal:	Estudios superiores, título universitario en Pediatría y Nutrición.
	Experiencia:	1 año en cargos similares
	Edad:	De 30 a 40 años
Conocimientos	Manejo de Microsoft Office: Word, Excel y Power Point.	
	Manejo de planes de alimentación y dieta.	
	Conocimiento en medicina deportiva.	
Personal a cargo	Reporta:	Gerente General.
	Supervisa:	Instructores.
Funciones y Responsabilidades	Revisión y diagnóstico general de los niños.	
	Recomendaciones a los padres de los tipos de ejercicios deben practicar sus hijos.	
	Llenar fichas médicas.	
	Coordinar con los instructores el tipo de ejercicios que deben hacerles practicar a los niños.	
	Verificar que las áreas de ejercicios estén completamente limpias.	
	Controlar el estado físico de los clientes.	
	Promover la correcta alimentación y dietas de acuerdo a las necesidades de cada niño.	
Disponibilidad laboral	Tiempo completo	
	De lunes a viernes.	

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

4.3 CONTROL DE GESTIÓN

4.3.1 Indicadores de gestión.

“Un indicador se define como la relación entre las variables cuantitativas o cualitativas, que permite observar la situación y las tendencias de cambio generadas en el objeto o fenómeno observado, respecto de objetivos y metas previstos e influencias esperadas” (Institución Universitaria de Envigado, 2016, pág. 1).

Tabla N° 42 .Indicadores de gestión

Áreas	Indicadores	FÓRMULA
Gerencia General	Capacitaciones.	Asistencia a capacitaciones / Total de capacitaciones dictadas
	Uso de capacidad instalada.	(Total servicios prestados /Capacidad instalada) * 100
Contabilidad	Rentabilidad sobre el patrimonio	(Utilidad neta / Patrimonio)*100
	Rentabilidad sobre los activos	(Utilidad neta / Activos)*100
	Rentabilidad neta de ventas	Utilidad neta / Ventas
Operaciones	Calidad de servicio.	Total de servicios prestados / # de reclamos
	Productividad por colaborador.	Total de clases impartidas / Total de clases programadas

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

4.4 NECESIDADES DE PERSONAL

4.4.1 Personal para tres años.

A continuación se presenta un cuadro donde se puede observar el personal que se requerirá para el inicio de actividades así como también el personal para un horizonte de tiempo de 3 años.

Tabla N° 43 Requerimientos de personal

Departamentos	Requerimiento de Personal	
	Inicio de Actividades	3 Años
Gerencia	1 Gerente General	1 Gerente General
	1 Secretaria	1 Secretaria
		1 Asistente de Gerencia
Contabilidad	1 Contador General (CPA)	1 Contador General (CPA)
		1 Asistente Contable
Técnico	3 Instructores	5 Instructores
	1 Pediatra-Nutricionista	2 Pediatra-Nutricionista
	1 Persona de limpieza	1 Persona de limpieza
TOTAL	8	13

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO V

ÁREA JURÍDICO LEGAL

5.1.1 Determinación de la forma jurídica.

Para el presente caso al gimnasio “EMY & FER” será constituido como una Compañía de Responsabilidad Limitada.

Art 92.- La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras 'Compañía Limitada' o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar (Congreso Nacional, 2014, pág. 23).

Adicional, un artículo importante que se menciona en la Ley de Compañías que dice: “Art. 94.- La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro” (Congreso Nacional, 2014).

Patentes y marcas.

A continuación se detalla los requisitos y licencias necesarias para realizar las actividades comerciales:

- Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos.
- Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.

- Copia del RUC.
- Copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del Representante Legal.
- Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).
- Copia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
- Lista de precios de los servicios ofertados (original y copia).
- Declaración juramentada de activos fijos.
- Patente Municipal.
- Permiso de Bomberos.
- RUC.

Plazo: Máximo 30 días después del inicio de la actividad

5.1.2 Licencias para funcionar y documentos legales.

De acuerdo con Jara (2013), en su artículo publicado para la constitución de compañías en el Ecuador; el proceso del trámite es el siguiente:

1. Reservar el nombre de la empresa en la Superintendencia de Compañías. Este nombre puede ser consecutivamente registrado en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI), con el fin de tener propiedad sobre el mismo.
2. Posteriormente se abre una cuenta de integración de la compañía, conforme a los capitales mínimos establecidos para cada tipo de empresa en la Ley de Compañías, para el caso de una Compañía de Responsabilidad Limitada es de 400,00 USD.
3. Minuta de constitución de compañía (firmada por un abogado); se debe adjuntar el estatuto de la compañía y el cuadro de integración del capital.
4. Carta de solicitud de aprobación dirigida al Superintendente de Compañías, suscrita por un abogado, en la que se pida la aprobación del contrato constitutivo y su registro; se deben adjuntar tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía. La Superintendencia de Compañías revisa la documentación y emite su resolución si no encuentra objeciones

(aproximadamente 3 días). En el caso de existir objeciones, emite un oficio de observaciones, las cuales deberán ser corregidas en la escritura pública o documentos que señale el oficio.

Con la resolución se debe:

- Solicitar a la Superintendencia de Compañías el extracto de la empresa para ser publicado en un diario de circulación nacional.
- Realizar la afiliación a la Cámara de Comercio de para obtener el certificado de afiliación definitiva.

Requisitos:

- Copia de la escritura de constitución o estatutos aprobados.
 - Copia del RUC.
 - Copia de la Resolución emitida por la Superintendencia de Compañías, y/o en el caso de Bancos y Financieras, la Resolución emitida por la Superintendencia de Bancos.
 - Sentencia del juez, acuerdo Ministerial o acta de aprobación si son sociedades colectivas o civiles.
 - Copia del Registro Mercantil.
 - Copia del Nombramiento de Representante Legal.
 - Copia de la cédula y papeleta de votación del Representante Legal, o a su vez, copia de la cédula o pasaporte y el censo del representante legal si es extranjero (Cámara de Comercio de Quito, 2016).
- Registrar el nombramiento del Representante Legal de la empresa en el Registro Mercantil.
 - Obtener la patente municipal.
5. Con estos documentos, se debe acudir nuevamente a la Superintendencia de Compañías, quien emitirá una hoja de datos de la compañía; con éste se procede a realizar la marginación de las Resoluciones y a realizar el respectivo registro en el Registro Mercantil, a partir de este momento tiene validez jurídica.

6. Se obtiene el RUC en el Servicio de Rentas Internas (SRI) para persona jurídica.
7. Se abre un número patronal de compañías en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

CAPÍTULO VI

ÁREA FINANCIERA

6.1 PLAN DE INVERSIONES

Tabla N° 44 Plan de inversiones

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
	Local		\$ 1.824,0
1	Arriendo mensual	\$ 1.824	
	Maquinaria y Equipo		\$ 45.114,4
2	Bicicleta estática	\$ 558	
2	Caminadora	\$ 1.205	
2	Saltarín	\$ 180	
2	Máquina para piernas	\$ 530	
2	Camilla portátil	\$ 320	
2	Colchonetas	\$ 35	
2	Steps	\$ 39	
2	Casillero con 15 espacios	\$ 480	
2	Parlante amplificado	\$ 650	
2	Micrófonos	\$ 55	
2	Extintor	\$ 60	
2	LED 50"	\$ 960	
	Muebles y Enseres		\$ 3.124,9
4	Escritorio	\$ 165	
1	Estantería	\$ 128	
1	Juego de sala	\$ 985	
8	Silla fija	\$ 50	
4	Silla giratoria	\$ 89	
4	Archivador	\$ 149	
	Equipos de Oficina		\$ 497,9
4	Teléfono fijo	\$ 37,0	
3	Dispensador de agua	\$ 29,9	
1	Cafetera electrónica	\$ 89,9	
1	Microondas	\$ 169,9	

Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Total
	Equipos de Computación		\$ 2.723,9
4	Computadora	\$ 510,9	
2	Impresora	\$ 340,0	
	Inventarios		\$ 606,8
4	Escobas	\$ 3,5	
4	Trapeadores	\$ 3,0	
12	Desinfectante galón	\$ 4,5	
12	Guantes	\$ 1,6	
12	Franelas	\$ 2,5	
4	Recogedor de basura	\$ 2,0	
100	Fundas de basura	\$ 1,0	
6	Basurero	\$ 4,0	
12	Jabón líquido galón	\$ 6,8	
12	Papel higiénico paca x 48	\$ 11,5	
12	Gel antiséptico galón	\$ 10,5	
	Costos de Constitución		\$ 4.442,1
1	Honorarios legales	\$ 1.200,0	
1	Depósito constitución	\$ 400,0	
1	Notaria	\$ 57,1	
1	Registro mercantil	\$ 45,0	
1	Municipio	\$ 50,0	
1	Afiliación cámara	\$ 600,0	
1	Permiso bomberos	\$ 290,0	
1	Varios (copias, móvil)	\$ 300,0	
1	Estudios del proyecto	\$ 1.500,0	
TOTAL			\$ 58.334,2

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

6.2 BALANCE GENERAL

ACTIVOS		PASIVO	
Corrientes		A corto Plazo	3.124,90
Efectivo	17.500,26	Proveedores	3.124,90
Inventarios	<u>606,80</u>		
	18.107,06	A largo plazo	40.833,93
Fijos		Préstamo Bancario	40.833,93
No Depreciables			
Terrenos	-		
Depreciables		PATRIMONIO	30.051,61
Maquinaria y Equipo	45.114,40	Capital social	30.051,61
Muebles y Enseres	3.124,96		
Equipos de Oficina	497,95		
Equipos de Computación	<u>2.723,96</u>		
	51.461,27		
Diferidos e Intangibles			
Amortizables			
Estudios de Factibilidad	1.500,00		
Gastos de Constitución	<u>2.942,12</u>		
	4.442,12		
TOTAL ACTIVOS	<u>74.010,45</u>	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	<u>74.010,45</u>

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

6.3 PLAN DE FINANCIAMIENTO

a) Capital de Trabajo.

(...) Desde el punto de diferencia vista práctico, está representado por el capital adicional (distinto de la inversión en circulante activo fijo y diferido) con que hay que contar para que empiece a funcionar una empresa; esto es, hay que financiar la primera producción antes de recibir ingresos; entonces, debe comprarse materia prima, pagar mano de obra directa que la transforme, otorgar crédito en las primeras ventas y contar con cierta cantidad en efectivo para sufragar los gastos diarios de la empresa (Baca, 2010, pág. 145).

El capital de trabajo se refiere a todos los recursos (materiales, humanos, tecnológicos) necesarios para poner en marcha el plan de negocios y constará de los rubros que se detallan a continuación:

Tabla N° 45 Capital de trabajo

Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
Costos Fijos Mensuales	4.061	4.061	4.061	4.061	4.061
Costo Total	4.061	4.061	4.061	4.061	4.061
Cantidad de producción mensual	1.082	1.082	1.082	1.082	1.082
Total Producción	1.082	1.082	1.082	1.082	1.082
Costo de producción por unidad	4	4	4	4	4
Costo total de producción	4.061	4.061	4.061	4.061	4.061
Detalle	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5
Ventas Mensuales	0	15.148	15.148	15.148	15.148
IVA 14%	0	2.121	2.121	2.121	2.121
Ventas - IVA 14%	0	13.027	13.027	13.027	13.027
Ventas - Costo Total de Producción	0	8.966	8.966	8.966	8.966
Retorno Mensual	0	8.966	8.966	8.966	8.966
Retorno Mensual Acumulado			8.966	17.933	26.899
Cuentas x Pagar Mes	0	6.182	6.182	6.182	6.182
Utilidad Mensual	0	(6.182)	2.785	11.751	20.717
Utilidad Acumulada	0	(6.182)	(3.397)	14.535	32.468

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

b) Forma de Financiamiento.

El cuadro de fuentes y usos muestra los recursos propios que serán utilizados para poner en marcha el presente plan de negocios al igual que el valor del crédito que se tiene que hacer con una determinada institución financiera.

En el cuadro de fuentes y usos se muestra tanto el porcentaje del crédito que se pretende realizar así como también el porcentaje de recursos propios con los que cuentan los inversionistas.

Tabla N° 46 Cuadro de fuentes y usos

Descripción	Total (USD)	Parcial (%)	Total (%)
Recursos propios			
Efectivo	\$ 17.500,3	30%	30%
Bienes	-	-	-
Recursos de terceros			
Préstamo privado	-	-	-
Préstamo bancario	\$ 40.833,9	70%	70%
Total	\$ 58.334,2	100%	100%

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

En el cuadro detallado anteriormente se puede observar que el porcentaje que se tiene en cuanto a los recursos propios es del 30% que corresponde a 17.500,26 USD; mientras que el valor del crédito que se pretende realizar con una institución financiera es del 70% que corresponde a 40.833,93 USD del total de la inversión.

El préstamo se va a realizar con el Banco Nacional de Fomento, a una tasa de interés anual de 11,20%. El crédito se lo realizará para un periodo de 5 años de forma mensual (Anexo 2).

Para el cálculo de la cuota fija se utiliza la siguiente fórmula, propuesta por el autor Miner (2005):

$$Cuota\ mensual = \frac{C}{\frac{(1 - (1 + i)^{-t})}{i}}$$

Dónde:

C= Capital o monto

i= interés

t= tiempo

$$Cuota\ mensual = \frac{40.833,93}{\frac{(1 - (1 + 0.0093)^{-60})}{0.0093}}$$

$$Cuota\ mensual = US\$ 891,91$$

El valor de los intereses (anuales) que se debe cancelar por el préstamo se detalla a continuación:

Tabla N° 47 Gastos financieros

AÑOS	CAPITAL	INTERÉS	CUOTA
1	6.454,13	4.248,76	10.702,88
2	7.215,28	3.487,61	10.702,88
3	8.066,19	2.636,70	10.702,88
4	9.017,45	1.685,43	10.702,88
5	10.080,89	621,99	10.702,88
TOTAL	40.833,93	12.680,48	53.514,42

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

6.4 CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

a) Detalle de Costos.

“Los costos representan erogaciones y cargos asociados clara y directamente con las adquisición o la producción de los bienes o la prestación de los servicios, de los cuales un ente económico obtuvo sus ingresos” (Briceños & Hoyos, 2012, pág. 169).

A continuación se enlistan y se da a conocer el valor de cada uno de los costos en los cuales se va a incurrir, relacionados a la actividad propia del negocio. Costos relacionados a la prestación de servicios, para el presente caso, ya que se trata de un gimnasio infantil, exclusivo para el bienestar de los niños.

Estos valores constan en la siguiente tabla:

Tabla N° 48 .Costos

Costos Fijos					
Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Sueldos	\$	1	3.124	3.124	37.488
Rol de provisiones	\$	1	938	938	11.255
Total Costos Fijos			4.062	4.062	48.743

Costos Variables					
Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Depreciación equipos	\$	1	376	376	4.511
Mantenimiento equipos	\$	1	11	11	135
Seguro equipos	\$	1	19	19	226
Total Costos Variables			406	406	4.872

TOTAL DE COSTOS				4.468	53.615
------------------------	--	--	--	--------------	---------------

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

b) Proyección de Costos.

A continuación se presenta una tabla en la cual se detalla la proyección de costos para un horizonte de tiempo de 5 años.

Tabla N° 49 Proyección de costos

Descripción	Costo mensual	Costos		2017	Costos		2018	Costos		2019	Costos		2020	Costos		2021
		Fijo	Var		Fijo	Var		Fijo	Var		Fijo	Var				
Sueldos y salarios	3.124,0	3.124,0	-	37.487,8	3.179,6	-	38.155,0	3.236,2	-	38.834,2	3.293,8	-	39.525,5	3.352,4	-	40.229,0
Rol de provisiones	937,9	937,9	-	11.255,2	954,6	-	11.455,5	971,6	-	11.659,4	988,9	-	11.866,9	1.006,5	-	12.078,2
Seguros	18,8	-	18,8	225,6	-	19,1	229,6	-	19,5	233,7	-	19,8	237,9		20,2	242,1
Mantenimiento	11,3	-	11,3	135,4	-	11,5	137,8	-	11,7	140,2	-	11,9	142,7		12,1	145,3
Depreciación	376,0	-	376,0	4.511,4	-	382,6	4.591,7	-	389,5	4.673,4	-	396,4	4.756,6		403,4	4.841,3
TOTALES				53.615,3			54.569,6			55.541,0			56.529,6			57.535,8

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

c) Detalle de Gastos.

Cuando se habla de gastos, se entiende por tales, aquellos desembolsos necesarios para producir, mantener y vender los productos/servicios materia del negocio, a estos, se los clasifica en administrativos, de venta y financieros, según el área de negocio. Un ejemplo de gastos administrativos constituyen los sueldos del personal que administra el negocio. Para el caso de gastos de venta, un ejemplo clásico es el relacionado a la publicidad; y los gastos financieros están relacionados a los costos que demandan la utilización del capital prestado, principalmente de las instituciones financieras. Estos gastos estarán determinados con nombre y valor en la siguiente tabla:

Tabla N° 50 Gastos

Gastos Administrativos					
Descripción del producto	Unidad de medida	Valor unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Gerente General	\$	1.448,8	1,0	1.448,8	17.385,6
Contadora General	\$	1.448,8	1,0	1.448,8	17.385,6
Limpieza	\$	434,6	1,0	434,6	5.215,7
Secretaria	\$	588,6	1,0	588,6	7.062,9
Suministros de oficina	\$	24,3	1,0	24,3	292,0
Insumos y materiales	\$	50,6	1,0	50,6	606,8
Arriendo	\$	1.824,0	1,0	1.824,0	21.888,0
Agua	\$	180,0	1,0	180,0	2.160,0
Luz	\$	120,0	1,0	120,0	1.440,0
Servicio telefónico	\$	90,0	1,0	90,0	1.080,0
Internet	\$	56,0	1,0	56,0	671,9
Rol de provisiones	\$	1.146,0	1,0	1.146,0	13.752,0
Depreciación	\$	-	1,0	105,8	1.270,2
Mantenimiento	\$	-	1,0	3,7	44,0
Seguros	\$	-	1,0	5,3	63,2
Total Gastos Administrativos				7.526,5	90.317,8
Gastos de Venta					
Descripción del producto	Unidad de medida	Valor unitario	Frecuencia del gasto	Valor mensual	Valor anual
Tarjetas de Presentación	\$	0,0	1,0	150,0	150,0
Publicidad	\$	192,0	1,0	192,0	2.304,0
Volantes	\$	0,0	1,0	13,0	156,0

Diseño y creación página web	\$	1.200,0	1,0	1.200,0	1.200,0
Mantenimiento página web	\$	350,0	2,0	350,0	700,0
Roll up	\$	49,0	2,0	49,0	98,0
Total Gastos de Venta				1.954,0	4.608,0
Gastos Financieros					
Descripción del producto	Unidad de medida	Valor unitario	Frecuencia mensual del gasto	Valor mensual	Valor anual
Intereses crédito	\$	354,1	1,0	354,1	4.248,8
Total Gastos Financieros				354,1	4.248,8
TOTAL DE GASTOS				9.834,55	99.174,56

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

d) Proyección de Gastos.

Al igual que con los costos, a continuación se presenta una tabla en la cual se detalla la proyección de costos para un horizonte de tiempo de 5 años.

Tabla N° 51 Proyección de gastos

Descripción	Gasto Mensual	Gastos		2017	Gastos		2018	Gastos		2019	Gastos		2020	Gastos		2021
		Fijo	Var		Fijo	Var		Fijo	Var		Fijo	Var		Fijo	Var	
Gerente General	1.448,8	1.448,8		17.385,6	1.474,6		17.695,1	1.500,8		18.010,0	1.527,6		18.330,6	1.554,7		18.656,9
Contadora General	1.448,8	1.448,8		17.385,6	1.474,6		17.695,1	1.500,8		18.010,0	1.527,6		18.330,6	1.554,7		18.656,9
Limpieza	434,6	434,6		5.215,7	442,4		5.308,5	450,3		5.403,0	458,3		5.499,2	466,4		5.597,1
Secretaria	588,6	588,6		7.062,9	599,1		7.188,6	609,7		7.316,6	620,6		7.446,8	631,6		7.579,4
Suministros de oficina	24,3	24,3		292,0	24,8		297,2	25,2		302,4	25,7		307,8	26,1		313,3
Insumos y materiales	50,6	50,6		606,8	51,5		617,6	52,4		628,6	53,3		639,8	54,3		651,2
Arriendo	1.824,0	1.824,0		21.888,0	1.856,5		22.277,6	1.889,5		22.674,1	1.923,1		23.077,7	1.957,4		23.488,5
Agua	180,0	180,0		2.160,0	183,2		2.198,4	186,5		2.237,6	189,8		2.277,4	193,2		2.317,9
Luz	120,0	120,0		1.440,0	122,1		1.465,6	124,3		1.491,7	126,5		1.518,3	128,8		1.545,3
Servicio telefónico	90,0	90,0		1.080,0	91,6		1.099,2	93,2		1.118,8	94,9		1.138,7	96,6		1.159,0
Internet	56,0	56,0		671,9	57,0		683,8	58,0		696,0	59,0		708,4	60,1		721,0
Rol de provisiones	1.146,0	1.146,0		13.752,0	1.166,4		13.996,8	1.187,2		14.245,9	1.208,3		14.499,5	1.229,8		14.757,6
Depreciacion	105,8	105,8		1.270,2	107,7		1.292,8	109,7		1.315,8	111,6		1.339,2	113,6		1.363,1
Mantenimiento	3,7	3,7		44,0	3,7		44,8	3,8		45,6	3,9		46,4	3,9		47,2
Seguros	5,3	5,3		63,2	5,4		64,3	5,5		65,4	5,5		66,6	5,6		67,8
Tarjetas de Presentación	150,0	150,0		1.800,0	152,7		1.832,0	155,4		1.864,7	158,2		1.897,8	161,0		1.931,6
Publicidad	192,0	192,0		2.304,0	195,4		2.345,0	198,9		2.386,8	202,4		2.429,2	206,0		2.472,5
Volantes	13,0	13,0		156,0	13,2		158,8	13,5		161,6	13,7		164,5	14,0		167,4
Diseño y creación página web	1.200,0	1.200,0		1.200,0	1.221,4		1.221,4	1.243,1		1.243,1	1.265,2		1.265,2	1.287,7		1.287,7
Mantenimiento página web	350,0	350,0		700,0	356,2		712,5	362,6		725,1	369,0		738,0	375,6		751,2
Roll up	49,0	49,0		98,0	49,9		99,7	50,8		101,5	51,7		103,3	52,6		105,2
Intereses crédito	354,1	354,1		4.248,7	360,4		4.324,3	366,8		4.401,3	373,3		4.479,7	380,0		4.559,4
TOTALES				100.824,5			102.619,2			104.445,8			106.305,0			108.197,2

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Mano de Obra

Para la mano de obra es necesario reflejar la nómina que se tendrá para el gimnasio infantil, en donde se detallan el sueldo, décimo tercero, décimo cuarto, aporte patronal y personal al IESS.

Tabla N° 52 .Nómina

ORD	Apellidos y Nombres	Cargo	Código	INGRESOS			DESCUENTOS			Valor a Pagar
				SBU	Otros	Total	Varios	9,45%	Total	
	María Fernanda Viteri	Gerente General	001	1.600,0	-	1.600,0	-	151,2	151,2	1.448,8
	Andrea Lizet Moncayo	Contadora General	002	1.600,0	-	1.600,0	-	151,2	151,2	1.448,8
	Verónica Salazar	Secretaria	003	650,0	-	650,0	-	61,4	61,4	588,6
	Karla Vallejo	Pediatra-Nutricionista	004	1.200,0	-	1.200,0	-	113,4	113,4	1.086,6
	Julia Andrade	Instructor	005	750,0	-	750,0	-	70,9	70,9	679,1
	Ambar Merizalde	Instructor	006	750,0	-	750,0	-	70,9	70,9	679,1
	Linda Burgos	Instructor	007	750,0	-	750,0	-	70,9	70,9	679,1
	Marco López	Limpieza	008	480,0	-	480,0	-	45,4	45,4	434,6

PROVISIONES

Patronal 11,15%	SECAP 0,50%	IECE 0,50%	XIII	XIV	Fondos de	Vacacione s	Total Provisiones	Costo MO
178,40	-	-	133,3	30,5	-	66,7	408,9	1.857,7
178,40	-	-	133,3	30,5	-	66,7	408,9	1.857,7
72,48	-	-	54,2	30,5	-	27,1	184,2	772,8
133,80	-	-	100,0	30,5	-	50,0	314,3	1.400,9
83,63	-	-	62,5	30,5	-	31,3	207,9	887,0
83,63	-	-	62,5	30,5	-	31,3	207,9	887,0
83,63	-	-	62,5	30,5	-	31,3	207,9	887,0
53,52	-	-	40,0	30,5	-	20,0	144,0	578,7

COSTO MENSUAL MANO DE OBRA	9.128,8
-----------------------------------	----------------

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Depreciación

“La depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, el desuso, insuficiencia técnica, obsolescencia u otros factores de carácter operativo, tecnológico, tributario, etc” (Faican, 2012, pág. 2).

Por tanto se presenta a continuación una tabla con el detalle de cada una de las depreciaciones de los activos necesarios para poner en marcha el gimnasio infantil.

Tabla N° 53 Depreciación

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Maquinaria y Equipos	10	45.114,4	10%	4.511,4
Muebles y Enseres	10	3.125,0	10%	312,5
Equipos de Oficina	10	498,0	10%	49,8
Equipos de Computación	3	2.724,0	33,33%	907,9
TOTAL		51.461,3		5.781,6

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Proyección de la depreciación.

La proyección de la depreciación se la realizó para un horizonte de tiempo de 5 años.

Tabla N° 54 .Proyección de la depreciación

Detalle del bien	2017	2018	2019	2020	2021
Maquinaria y Equipos	4.511,4	4.511,4	4.511,4	4.511,4	4.511,4
Muebles y Enseres	312,5	312,5	312,5	312,5	312,5
Equipos de Oficina	49,8	49,8	49,8	49,8	49,8
Equipos de Computación	907,9	907,9	907,9	-	-
TOTAL	5.781,6	5.781,6	5.781,6	4.873,7	4.873,7

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

6.5 CÁLCULO DE INGRESOS

En el ámbito de la economía, el concepto de ingresos es sin duda uno de los elementos más esenciales y relevantes con los que se puede trabajar. Entendemos por ingresos a todas las ganancias que ingresan al conjunto total del presupuesto de una entidad, ya sea pública o privada, individual o grupal. En términos más generales, los ingresos son los elementos tanto monetarios como no monetarios que se acumulan y que generan como consecuencia un círculo de consumo-ganancia (Definición ABC, 2016).

Los ingresos son los valores monetarios que se obtienen en un determinado periodo de actividades realizado por una organización mediante la oferta de un bien o servicio y dependiendo de la actividad a la que se dedique dicha organización.

Para el presente estudio, los ingresos representan el total de ventas, las cuales deben cumplir estrictamente con los estándares de calidad exigidos tanto por los niños como también por los padres de familia.

Tabla N° 55 Ingresos

Productos	Unidad de medida	Gasto mensual	Margen de utilidad		Ingresos mensuales	Servicio prestado	Precio de venta unitario
			%	\$			
Servicio diario	\$	330,6	0,26%	86,1	416,7	238,1	1,8
Servicio mensual	\$	5.785,2	1,03%	5.957,0	11.742,2	671,0	17,5
Servicio trimestral	\$	2.148,8	0,21%	448,6	2.597,4	173,2	45,0
TOTALES		8.264,5		6.491,7	14.756,3	1.082,2	64,3

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Proyección de ingresos.

Para poder determinar los ingresos proyectados del gimnasio infantil se tomó en cuenta la capacidad utilizada de la empresa, la misma que será en sus inicios del 10% de la capacidad máxima instalada siendo de 12.987 clientes en un año; los mismo que, de acuerdo al total de la demanda insatisfecha y el porcentaje de participación en cada uno de los segmentos (diario, mensual, trimestral); se pudo determinar que el 16,7% de los demandantes prefieren realizar pagos de manera diaria, es decir,

únicamente el día que dejan a los niños en el gimnasio, el 67,3% de los clientes prefieren realizar sus pagos de forma mensual, mientras que el 16% se acogen por realizar un pago de manera trimestral.

Adicionalmente de acuerdo a la encuesta realizada en cuanto a la preferencia de valores a cancelar y en base a los precios de la competencia se determinó los precios que serán de 1,75 USD para las personas que acuden espontáneamente, es decir realizan sus pagos por día, de 17,50 USD para los clientes que acuden a diario y realizan sus pagos de manera mensual y de 45,00 USD para los que acuden a diario pero sin embargo realizan sus pagos de forma trimestral; dando como resultado los ingresos anuales que se detallan a continuación:

Tabla N° 56 Proyección de ingresos

Productos	Cantida d	Precio unitario	Total 2017	Cantida d	Precio unitario	Total 2018	Cantida d	Precio unitario	Total 2019	Cantida d	Precio unitario	Total 2020	Cantida d	Precio unitario	Total 2021
Servicio diario	2.857	1,8	4.999,92	2.908	1,8	5.179,5	2.960	1,8	5.365,5	3.012	1,8	5.558,2	3.066	1,9	5.757,9
Servicio mensual	8.052	17,5	140.906,78	8.195	17,8	145.967,7	8.341	18,1	151.210,4	8.489	18,5	156.641,4	8.489	18,8	159.429,6
Servicio trimestral	2.078	45,0	31.168,32	2.115	45,8	32.287,8	2.153	46,6	33.447,5	2.191	47,4	34.648,8	2.191	48,3	35.265,5
TOTALES	12.987	64,3	177.075,02	13.218	65,4	183.435,0	13.453	66,6	190.023,4	13.693	67,7	196.848,4	13.746	68,9	200.453,0

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

6.6 FLUJO DE CAJA

El flujo de caja o también denominado como flujo de efectivo es uno de los elementos más importantes del proyecto, ya que la evaluación financiera se efectúa sobre los mismos. La estructura del flujo de caja busca medir la rentabilidad de la inversión y de los recursos propios, este se elabora para toda la vida útil del proyecto.

Tabla N° 57 Flujo de caja

Descripción	2016	2017	2018	2019	2020	2021
A. INGRESOS OPERACIONALES		177.075,0	183.435,0	190.023,4	196.848,4	200.453,0
Recuperación por ventas		177.075,0	183.435,0	190.023,4	196.848,4	200.453,0
B. EGRESOS OPERACIONALES		148.541,1	151.185,1	153.876,2	156.615,2	159.403,0
Costo de venta		53.615,3	54.569,6	55.541,0	56.529,6	57.535,8
Gastos de venta		4.608,0	4.690,0	4.773,5	4.858,5	4.945,0
Gastos administrativos		90.317,8	91.925,5	93.561,7	95.227,1	96.922,2
C. FLUJO OPERACIONAL (A-B)		28.533,9	32.249,9	36.147,2	40.233,2	41.050,1
D. INGRESOS NO OPERACIONALES	58.334,2	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Crédito	40.833,9					
Aporte de capital	17.500,3					
E. EGRESOS NO OPERACIONALES		14.638,2	16.908,2	19.359,2	22.008,1	23.705,2
Amortización de la deuda		6.454,1	7.215,3	8.066,2	9.017,4	10.080,9
Pago de participación de utilidades		3.642,8	4.314,3	5.026,6	5.782,2	6.064,2
Pago de impuestos		4.541,3	5.378,5	6.266,5	7.208,4	7.560,1
F. FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	58.334,2	-14.638,2	-16.908,2	-19.359,2	-22.008,1	-23.705,2
G. FLUJO NETO GENERADO (C-F)	-58.334,2	13.895,7	15.341,7	16.788,0	18.225,2	17.344,9
H. SALDO INICIAL DE CAJA						
I. SALDO FINAL DE CAJA (G+H)	-33.378,5	13.895,7	15.341,7	16.788,0	18.225,2	17.344,9

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

6.7 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio permite conocer cuál es el punto donde la organización no obtiene ganancia ni tampoco pérdida en la comercialización de un determinado producto o servicio. Dicho en otras palabras el punto de equilibrio es donde se igualan los ingresos totales con los costos totales.

Para ello es importante identificar claramente los costos fijos y los costos variables, para así obtener los costos totales de la empresa.

Tabla N° 58 Costos fijos y variables

Detalle	Costos Fijos	Costos Variables
Arriendo		
Sueldos y salarios	37.487,8	
Rol de provisiones	11.255,2	
Seguros		225,6
Mantenimiento		135,3
Depreciación		4.511,4
TOTAL	48.742,9	4.872,4

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

=	$\frac{\text{COSTO FIJO} \times \text{CANTIDAD}}{\text{INGRESOS} - \text{COSTO VARIABLE}}$		
=	48.742,92	x	12.897
	177.075,02	-	4.872,35
=	3.651		

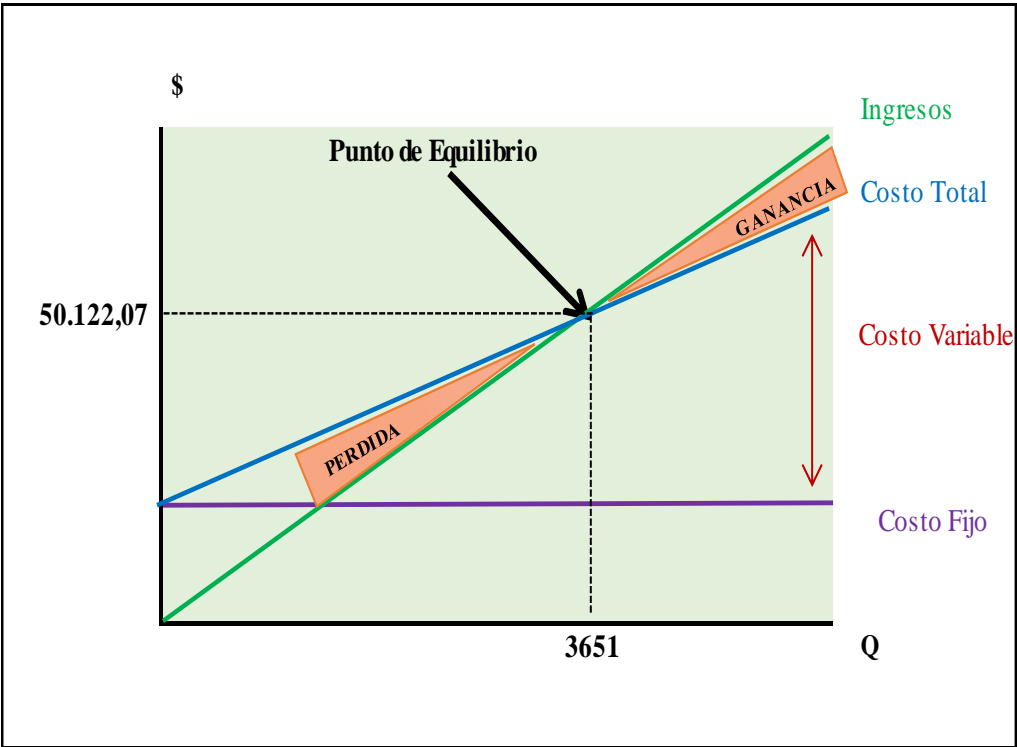
Este resultado refleja que la empresa para no ganar ni perder, debe atender a 3.651 niños.

=	$\frac{\text{COSTO FIJO}}{\text{INGRESOS} - \frac{\text{COSTO VARIABLE}}{\text{INGRESOS}}}$	
=	48.742,92	1 - $\frac{4.872,35}{177.075,02}$
=	50.122,07	

De igual manera la empresa para no ganar ni perder, debe atender a 3.651 niños, de los cuales se obtenga un ingreso de 50.122,07 dólares.

=	$\frac{\text{COSTO FIJO}}{\text{INGRESOS} - \text{COSTO VARIABLE}}$		x	100
=	48.742,92	-	4.872,35	x
	177.075,02			100
=	28 %			

Gráfico N° 20 Punto de equilibrio



Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

El Punto de Equilibrio es igual al número de servicios que permitirán recuperar la inversión fija.

6.8 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

El Estado de Resultados constituye un instrumento de evaluación, el cual refleja el beneficio o la pérdida real de la operación del proyecto al final de un periodo determinado generalmente un año.

Tabla N° 59 Estado de Resultados Proyectado

CONCEPTO	2017	2018	2019	2020	2021
(+) INGRESOS POR VENTAS	177.075,0	183.435,0	190.023,4	196.848,4	200.453,0
(-) COSTO DE VENTAS	53.615,3	54.569,6	55.541,0	56.529,6	57.535,8
= UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	123.459,7	128.865,4	134.482,4	140.318,8	142.917,2
(-) GASTOS DE VENTA	4.608,0	4.690,0	4.773,5	4.858,5	4.945,0
= UTILIDAD NETA EN VENTAS	118.851,7	124.175,3	129.708,9	135.460,4	137.972,3
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	90.317,8	91.925,5	93.561,7	95.227,1	96.922,2
= UTILIDAD OPERACIONAL	28.533,9	32.249,9	36.147,2	40.233,2	41.050,1
(-) GASTOS FINANCIEROS	4.248,8	3.487,6	2.636,7	1.685,4	622,0
= UTILIDAD ANTES DE ARTICIPACIONES	24.285,2	28.762,3	33.510,5	38.547,8	40.428,1
(-) 15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	3.642,8	4.314,3	5.026,6	5.782,2	6.064,2
= UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	20.642,4	24.447,9	28.483,9	32.765,6	34.363,9
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA	4.541,3	5.378,5	6.266,5	7.208,4	7.560,1
= UTILIDAD NETA	16.101,1	19.069,4	22.217,5	25.557,2	26.803,8

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Lo que se puede observar en el Estado de Resultados Proyectado es que en el primer año de actividades comerciales se tendrá utilidad; la misma que va incrementando para los próximos años

6.9 EVALUACIÓN FINANCIERA

a) Indicadores

a.1) Valor Actual Neto.

El Valor Actual Neto (VAN) es la sumatoria de los flujos de efectivo futuros de una inversión o de un proyecto, menos la inversión inicial.

Fórmula, Paredes (2005):

$$VAN = -INV + \left(\text{Flujo} * \frac{1}{(1+i)} \right) + \left(\text{Flujo} * \frac{1}{(1+i)^1} \right) + \left(\text{Flujo} * \frac{1}{(1+i)^2} \right) + \dots + \left(\text{Flujo} * \frac{1}{(1+i)^n} \right)$$

Criterios de decisión:

- VAN < 0, significa que los ingresos son menores que los egresos; por lo tanto se rechaza el proyecto.
- VAN > 0, significa que los ingresos son mayores que los egresos; por lo tanto se aprueba el proyecto.

- VAN = 0, significa que los ingresos y los egresos son iguales; por lo tanto la decisión es indiferente puede o no aprobar el proyecto.

Tabla N° 60 .Tasa de descuento

$$i = (T.P * \% R.P) + T.A * (1-t) * \% P + \text{Riesgo} + \text{Inflación}$$

Tasa pasiva	T.P =	5,47%
Recursos propios	R.P =	30,00%
Tasa activa	T.A =	8,89%
Tasa marginal de impue	t =	33,70%
Préstamo	P =	70,00%
	Riesgo =	3,00%
	Inflación =	3,10%

$$i = (0,0547 * 0,30) + 0,0889 * (1 - 0,3370) * 0,70 + 0,0938 + 0,0178$$

$$i = 11,87\%$$

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

El costo de oportunidad es el costo de inversión de los recursos disponibles de los inversionistas a costa de una mejor inversión.

Tabla N° 61 VAN

CÁLCULO DEL VALOR ACTUAL NETO				
AÑOS	FNC	SFNC	(1+i) ⁿ	FNC/(1+i) ⁿ
0	-17.500,3			-17.500,3
1	13.895,7	13.895,7	1,1	12.421,6
2	15.341,7	29.237,4	1,3	12.259,5
3	16.788,0	46.025,4	1,4	11.992,1
4	18.225,2	64.250,6	1,6	11.637,7
5	17.344,9	81.595,5	1,8	9.900,7
SUMAN	81.595,5			40.711,3

$$VAN = -I + S (FNC/(1+i)^n)$$

$$VAN = 40.711,27 \text{ PROYECTO VIABLE}$$

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

Para el proyecto luego de los cálculos realizados se ha obtenido el VAN por un monto de USD 40.711,3 y es positivo lo que significa que supera a 0, y representa una ganancia dentro del período de los cinco años, que de acuerdo a lo anterior significa que el proyecto es rentable.

a.2) Tasa Interna de Retorno.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) “es aquella tasa de actualización máxima que reduce a cero el valor actual neto (VAN) del proyecto” (Hamilton & Pezo, 2005, pág. 175).

Fórmula, Paredes (2005):

$$VAN=0= -INV+ \left(Flujo * \frac{1}{(1+i)} \right) + \left(Flujo * \frac{1}{(1+i)^1} \right) + \left(Flujo * \frac{1}{(1+i)^2} \right) + \dots + \left(Flujo * \frac{1}{(1+i)^n} \right)$$

Criterios de decisión:

- TIR < Tasa de Descuento, la rentabilidad del proyecto es menor que el costo de oportunidad de la inversión; por lo tanto se rechaza el proyecto.
- TIR > Tasa de Descuento, la rentabilidad del proyecto es mayor al costo de oportunidad; por lo tanto se aprueba el proyecto.
- TIR = Tasa de Descuento, la rentabilidad es igual a cero; por lo tanto la decisión es indiferente puede o no aprobar el proyecto.

Tabla N° 62 TIR

CÁLCULO DE LA	
AÑOS	FNC
0	-17.500,3
1	13.895,7
2	15.341,7
3	16.788,0
4	18.225,2
5	17.344,9
SUMAN	81.595,5
TIR =	0,8

TIR = 82,4%

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

La tasa de rendimiento es mayor a la tasa mínima esperada del 11,87%, indicando una rentabilidad atractiva para el proyecto.

a.3) Beneficio Costo.

La razón beneficio costo es “(...) la razón presente de los flujos netos a la inversión inicial. Este índice se usa como medio de clasificación de proyectos en orden descendente de productividad. Si la razón beneficio costo es mayor que 1, entonces acepte el proyecto” (Córdoba, 2011, pág. 240).

Fórmula, Córdoba (2011):

$$BC = \frac{\sum_{t=1}^n \frac{\text{Ingresos Totales}}{(1+i)^t}}{\sum_{t=1}^n \frac{\text{Egresos Totales}}{(1+i)^t}}$$

Tabla N° 63 Beneficio/Costo

AÑOS	BENEFICIOS (INGRESOS)	COSTOS (EGRESOS)	Coficiente (1+i) ⁿ	VALOR ACTUALIZADO DE BENEFICIOS	VALOR ACTUALIZADO DE COSTOS
			i = 16,93		
-			1,0	-	-
1,0	177.075,0	53.615,3	1,1	158.290,9	47.927,8
2,0	183.435,0	54.569,6	1,3	146.581,6	43.606,2
3,0	190.023,4	55.541,0	1,4	135.738,4	39.674,3
4,0	196.848,4	56.529,6	1,6	125.697,4	36.096,9
5,0	200.453,0	57.535,8	1,8	114.421,0	32.842,1
				680.729,3	200.147,3
B/C=	3,40				

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

El beneficio costo para el presente plan de negocios es de 3,40; entonces, por cada dólar que se invierte se obtiene una ganancia de 2,40 dólares.

a.4) Periodo de Recuperación.

El Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es el tiempo que se necesita para recuperar la inversión inicial.

Tabla N° 64 .Periodo de recuperación de la inversión

AÑO	FNC	FNCA	FNCAA
0	(17.500,3)	(17.500,3)	(17.500,3)
1	13.895,7	12.421,6	(5.078,6)
2	15.341,7	12.259,5	7.180,8
3	16.788,0	11.992,1	3.182,4
4	18.225,2	11.637,7	3.112,2
5	17.344,9	9.900,7	8.455,9

Fuente: Levantamiento de información

Elaborado por: La Autora

El período en que se recupera la inversión inicial del presente proyecto es el segundo año. A partir de este año, la empresa tiene beneficios durante la vida útil del proyecto.

Dónde:

FNC = Flujo Neto de Caja
 FNCA = Flujo Neto de Caja Actualizado
 FNCAA = Flujo Neto de Caja Actualizado Acumulado

b) Razones.

b.1) Liquidez.

La liquidez es la “capacidad de una empresa para cumplir con sus obligaciones de corto plazo a medida que estas llegan a su vencimiento” (Gitman & Zutter, 2012, pág. 65).

ÍNDICE DE LIQUIDEZ	=	$\frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$
--------------------	---	---

$$\text{ÍNDICE DE LIQUIDEZ} = \frac{18.107,06}{3.124,90}$$

ÍNDICE DE LIQUIDEZ	=	5,79
--------------------	---	------

El resultado que se obtiene refleja que por cada dólar que la empresa invierte, tiene 4,79 centavos para cubrir sus deudas

b.2) Rentabilidad.

“Existen muchas medidas de rentabilidad. En conjunto, estas medidas permiten a los analistas evaluar las utilidades de la empresa respecto a un nivel determinado de ventas, cierto nivel de activos o la inversión de los propietarios” (Gitman & Zutter, 2012, pág. 73).

RENTABILIDAD FINANCIERA	=	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo}}$	*	$\frac{\text{UAI}}{\text{Ventas}}$	*	$\frac{\text{Activo}}{\text{Patrimonio}}$	*	$\frac{\text{UAI}}{\text{UAI}}$	*	$\frac{\text{UN}}{\text{UAI}}$
----------------------------	---	---------------------------------------	---	------------------------------------	---	---	---	---------------------------------	---	--------------------------------

RENTABILIDAD FINANCIERA	=	$\frac{177.075,02}{74.010,45}$	*	$\frac{28.533,94}{177.075,02}$	*	$\frac{74.010,45}{30.051,61}$	*	$\frac{20.642,40}{28.533,94}$	*	$\frac{16.101,08}{20.642,40}$
----------------------------	---	--------------------------------	---	--------------------------------	---	-------------------------------	---	-------------------------------	---	-------------------------------

RENTABILIDAD FINANCIERA	=	53,58
----------------------------	---	-------

BIBLIOGRAFÍA

- Asamblea Nacional. (20 de Octubre de 2008). Constitución 2008. *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi, Manabí, Ecuador: Registro Oficial No. 449.
- Asensio, E., & Vázquez, B. (2009). *Empresa e Iniciativa Emprendedora*. Madrid: Paraninfo.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de proyectos*. México D.F.: McGraw-Hill.
- Banco Central del Ecuador. (Febrero de 2016). *Producto Interno Bruto por Industria*. Obtenido de BCE: <http://contenido.bce.fin.ec/home1/estadisticas/bolmensual/IEMensual.jsp>
- Briceños, M., & Hoyos, O. (2012). *Diccionario técnico contable*. Bogotá: Legis Editores S.A.
- Cámara de Comercio de Quito. (19 de Abril de 2016). *lacamaradequito*. Obtenido de Afiliate a la cámara: <http://www.lacamaradequito.com/la-camara/afiliate-a-la-camara/>
- Congreso Nacional. (20 de Mayo de 2014). Ley de Compañías. *Ley de Compañías*. Quito, Pichincha, Ecuador: Registro Oficial 312.
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Definición ABC. (16 de Octubre de 2016). *Ingresos*. Obtenido de Definición ABC: <http://www.definicionabc.com/economia/ingresos.php>
- Desarrollo Infantil. (29 de Abril de 2016). *Ejercicios de motricidad*. Obtenido de Desarrollo infantil: <http://www.desarrolloinfantil.net/desarrollo-psicologico/ejercicio-fisico-basico-para-aprendizaje-del-nino>
- Faican, P. (14 de Enero de 2012). *Depreciación*. Obtenido de SlideShare: <http://es.slideshare.net/paolafaican/depreciacin>

- Ferrell, O., & Hartline, M. (2012). *Estrategia de marketing*. México, D.F.: Cengage Learning.
- Fincowsky, E. (2009). *Organización de Empresas*. México, D.F.: McGraw-Hill.
- Fontalvo, T., & Vergara, J. (2010). *La Gestión de la Calidad en los Servicios: ISO 9001:2008*.
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de Administración Financiera*. México, D.F.: Pearson Educación.
- Hamilton, M., & Pezo, A. (2005). *Formulación y Evaluación de Proyectos Tecnológicos Empresariales Aplicados*. Bogotá: Convenio Andrés Bello.
- Institución Universitaria de Envigado. (28 de Abril de 2016). *Indicadores de gestión*. Obtenido de IUE: <http://www.iue.edu.co/documents/emp/comoGerenciar.pdf>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (29 de Abril de 2016). *Tasa de crecimiento*. Obtenido de INEC: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/resultados/>
- Jara, A. (3 de Abril de 2013). *Blogger*. Obtenido de Trámite para la constitución de compañías en el Ecuador: <http://alexjturismo.blogspot.com/2013/04/requisitos-para-aperturar-una-aavv-en.html>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. México, D.F.: Pearson Educación.
- Lamb, C., Hair, J., & McDaniel, C. (2011). *Marketing*. México, D.F.: Cengage Learning.
- Miner, J. (2005). *matemática financiera*. Madrid: McGraw-Hill.
- Miranda, F., Chamorro, A., & Rubio, S. (2007). *Introducción a la Gestión de la Calidad*. Madrid: Publicaciones Delta.

- Morales, A., & Morales, J. (2009). *Proyectos de Inversión: Evaluación y Formulación*. México, D.F.: McGraw-Hill.
- Paredes, A. (2005). *Formulación y evaluación de proyectos tecnológicos empresariales aplicados*. Bogotá: QuebecorWorld.
- Pindyck, R., & Rubinfeld, D. (2009). *Microeconomía*. Madrid: Pearson Educación, S.A.
- Población e indicadores del Distrito Metropolitano de Quito. (18 de Marzo de 2016). *Población e indicadores de la Administración Zonal La Delicia*. Obtenido de Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda (sthv): <http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/parroquia/Demografia.htm>
- Roberto, E., & Kotler, P. (1992). *Marketing social: Estrategias para cambiar la conducta pública*. Madrid: Díaz de Santos, S.A.
- Thompson, A., Gamble, J., Peteraf, M., & Strickland, L. (2012). *Administración Estratégica: Teoría y Casos*. México, D.F.: McGraw-Hill.

ANEXOS

Anexo N° 1 Encuesta.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMERICA

ENCUESTA

Saludos Cordiales, somos EMY & FER, nos encontramos haciendo un estudio de factibilidad de nuestra empresa con el objetivo de medir su es viable operar en la prestación del servicio de un gimnasio infantil, en el norte de la ciudad de Quito.

Preguntas:

1. De las siguientes opciones, ¿cuál o cuáles problemas se podrían presentar por la falta de ejercicio desde la niñez?

Sedentarismo

Falta de crecimiento

Poco desarrollo intelectual, social
y estético

2. La mala elección de una disciplina deportiva por parte de los padres, según su criterio, ¿qué efectos puede producir en los niños?

Frustración

Bajo rendimiento

Poco interés

Baja autoestima

3. Por favor, elija una de las siguientes actividades que los niños actualmente prefieren realizar, con mayor frecuencia en su tiempo libre.

Ver televisión

Videojuegos, computador,
celulares, tablets, entre otros

Deporte

Prefiere dormir

4. Actualmente los niños, ¿qué alimentos prefieren consumir durante el día?

Frutas y verduras

Leche sus derivados y cereales

Gaseosas y dulces

Comidas rápidas

5. Usted, ¿reconoce que es necesario la creación de un gimnasio especializado para la actividad física, intelectual y emocional de los niños?

Si

No

6. ¿Considera que es importante el asesoramiento de un nutricionista como complemento de la actividad física que los niños realizarán en el gimnasio infantil?

Si

No

7. Para que los niños asistan al gimnasio infantil, ¿de qué manera le gustaría contratar estos servicios?

Diario (pase a la pregunta 8)

Mensual (pase a la pregunta 9)

Trimestral (pase a la pregunta 10)

8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar diariamente por los servicios del gimnasio infantil?

De \$1,50 a \$2,00

De \$2,01 a \$2,50

De \$2,51 a \$3,00

9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por los servicios del gimnasio infantil?

De \$15 a \$20

De \$21 a \$25

De \$26 a \$30

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar trimestralmente por los servicios del gimnasio infantil?

De \$40 a \$50

De \$51 a \$60

De \$61 a \$70

GRACIAS.

Anexo N° 2 Tabla de amortización del crédito

VALORES INICIALES

Capital:	40.833,93	
Tiempo:	60	(mensual)
Interés:	0,93%	(mensual)

VALORES FINALES

Total pagado:	53.514,42
Interés total:	12.680,48
Cuota Mensual	891,91

Periodo	Interés	Cuota Fija	Amortización Capital	Saldo
0				40.833,93
1	381,12	891,91	510,79	40.323,14
2	376,35	891,91	515,56	39.807,59
3	371,54	891,91	520,37	39.287,22
4	366,68	891,91	525,23	38.761,99
5	361,78	891,91	530,13	38.231,86
6	356,83	891,91	535,08	37.696,78
7	351,84	891,91	540,07	37.156,71
8	346,80	891,91	545,11	36.611,60
9	341,71	891,91	550,20	36.061,41
10	336,57	891,91	555,33	35.506,07
11	331,39	891,91	560,52	34.945,55
12	326,16	891,91	565,75	34.379,81
13	320,88	891,91	571,03	33.808,78
14	315,55	891,91	576,36	33.232,42
15	310,17	891,91	581,74	32.650,68
16	304,74	891,91	587,17	32.063,51
17	299,26	891,91	592,65	31.470,87
18	293,73	891,91	598,18	30.872,69
19	288,15	891,91	603,76	30.268,93
20	282,51	891,91	609,40	29.659,53
21	276,82	891,91	615,08	29.044,44
22	271,08	891,91	620,83	28.423,62
23	265,29	891,91	626,62	27.797,00
24	259,44	891,91	632,47	27.164,53
25	253,54	891,91	638,37	26.526,16
26	247,58	891,91	644,33	25.881,83
27	241,56	891,91	650,34	25.231,49
28	235,49	891,91	656,41	24.575,07
29	229,37	891,91	662,54	23.912,53
30	223,18	891,91	668,72	23.243,81
31	216,94	891,91	674,96	22.568,85
32	210,64	891,91	681,26	21.887,58
33	204,28	891,91	687,62	21.199,96
34	197,87	891,91	694,04	20.505,92
35	191,39	891,91	700,52	19.805,40
36	184,85	891,91	707,06	19.098,34
37	178,25	891,91	713,66	18.384,69
38	171,59	891,91	720,32	17.664,37

39	164,87	891,91	727,04	16.937,33
40	158,08	891,91	733,83	16.203,51
41	151,23	891,91	740,67	15.462,83
42	144,32	891,91	747,59	14.715,25
43	137,34	891,91	754,56	13.960,68
44	130,30	891,91	761,61	13.199,07
45	123,19	891,91	768,72	12.430,36
46	116,02	891,91	775,89	11.654,47
47	108,78	891,91	783,13	10.871,34
48	101,47	891,91	790,44	10.080,89
49	94,09	891,91	797,82	9.283,08
50	86,64	891,91	805,26	8.477,81
51	79,13	891,91	812,78	7.665,03
52	71,54	891,91	820,37	6.844,66
53	63,88	891,91	828,02	6.016,64
54	56,16	891,91	835,75	5.180,89
55	48,35	891,91	843,55	4.337,34
56	40,48	891,91	851,43	3.485,91
57	32,54	891,91	859,37	2.626,54
58	24,51	891,91	867,39	1.759,15
59	16,42	891,91	875,49	883,66
60	8,25	891,91	883,66	0,00
TOTAL	12.680,48	53.514,42	40.833,93	