



**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
INDOAMÉRICA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y
ECONÓMICAS**

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
MULTISERVICIOS DEPORTIVOS EN EL DMQ**

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de Ingeniero en
Administración de Empresas y Negocios.

Autor:

Diego Mauricio Rueda Pazmiño

Tutor:

Econ. Mercedes Galarraga C, MBA

QUITO- ECUADOR

2020

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

Yo, Diego Mauricio Rueda Pazmiño, declaro ser autor del Trabajo de Titulación con el nombre “Plan de negocios para la creación de una empresa de multiservicios deportivos en el DMQ”, como requisito para optar al grado de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, autorizo al sistema de Biblioteca de la Universidad Tecnológica Indoamérica 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 las redes de información del país y del exterior, no se hace responsable por el plagio o copia del contenido parcial o total 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 Indoamérica, y que no tramitaré 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 deberá firmar convenios específicos adicionales, donde se acuerden los términos de adjudicación de dichos beneficios.

Para constancia de esta autorización, en la ciudad de Quito, a los 26 días del mes de Septiembre del 2020, firmo conforme:

Autor: Diego Rueda

Número de Cédula: 1719065664

Dirección: Calle Estados Unidos N1409 y Montevideo

Firma:



Provincia: Pichincha

Ciudad: Quito

Barrio América

Correo Electrónico: diegopower@hotmail.com

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MULTISERVICIOS DEPORTIVOS EN EL DMQ presentado por, Diego Mauricio Rueda Pazmiño para optar por el Título de Ingeniero 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, 26 de Septiembre del 2020.

Econ. Mercedes Galarraga Carvajal MBA

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 Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, son absolutamente originales, auténticos y personales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del Autor

Quito 26 de Septiembre del 2020

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Diego Rueda Pazmiño', written on a light-colored background.

Diego Mauricio Rueda Pazmiño
1719065664

APROBACIÓN TRIBUNAL

El trabajo de Titulación, ha sido revisado, aprobado y autorizada su impresión y empastado, sobre el Tema: **PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MULTISERVICIOS DEPORTIVOS EN EL DMQ**, previo a la obtención del Título de Ingeniero en Administración de Empresas y Negocios, reúne los requisitos de fondo y forma para que el estudiante pueda presentarse a la sustentación del trabajo de titulación.

Quito, 09 de Diciembre de 2020

.....

Ing. Marcelo Ríos

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

.....

Ing. Andrés Palacio

VOCAL 1

.....

Ing. Paulina Ponce

VOCAL 2

DEDICATORIA

Mi proyecto está dedicado primordialmente a nuestro Dios quién ha sido mi fuerza para culminar mis metas y sueños, a mi hermano que ha sido un aporte importante en mi vida personal, a mis padres que son mi fuente de inspiración gracias a ellos tengo la oportunidad de ser un profesional y una persona de bien.

AGRADECIMIENTO

Este proyecto de titulación está en agradecimiento a mi familia, que en todo momento me han brindado su apoyo incondicional para alcanzar mis metas, a mi tutora quien con su aporte guía el proyecto y pueda ser un aporte para la universidad.

ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA.....	i
AUTORIZACIÓN POR PARTE DEL AUTOR PARA LA CONSULTA, REPRODUCCIÓN PARCIAL O TOTAL, Y PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	iii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD.....	iv
APROBACIÓN TRIBUNAL	v
DEDICATORIA	vi
AGRADECIMIENTO	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xiv
ÍNDICE DE IMÁGENES	xv
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xvi
RESUMEN EJECUTIVO	xvii
ABSTRACT.....	xviii
INTRODUCCIÓN	19
CAPÍTULO I.....	1
1.-ÁREA DE MARKETING	1
1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO	1
1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	1
1.2.1. Especificación del Servicio o Producto.	1
1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.....	2
1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO	2
1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general.....	2
1.3.1.1. Categorización de sujetos.....	3
1.3.1.2. Estudio de Segmentación	3
1.3.1.3. Plan de muestreo	5
1.3.1.4. Instrumentos para recopilar información	6
1.4. DISEÑO Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN	7
1.4.1. Análisis e Interpretación	7
1.5 ANALISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE.....	25
1.5.1. Analisis Microambiente	25

1.5.2. Análisis Macroambiente	26
1.6. Matriz de Evaluación de Factores Externos	27
1.7. Matriz de Evaluación de Factores Internos	28
1.8. Matriz de Perfil Competitivo.....	29
1.9. Fuerzas de Porter	30
Poder de negociación de los clientes	30
Poder de negociación de los proveedores	30
Amenaza de nuevos competidores entrantes	30
Amenaza de nuevos productos sustitutivos	31
Rivalidad entre los competidores.....	31
1.10. Promoción y publicidad.....	32
1.10.1. Publicidad	32
1.10.2. Promoción.....	32
CAPÍTULO II	38
2. ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)	38
2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN	38
2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	38
2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.	38
2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.	43
2.2.3. Tecnología Aplicar	46
2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES.....	48
2.3.1. Ritmo de producción.....	48
2.3.2. Nivel de Inventario Promedio.....	48
2.3.3. Número de trabajadores	49
2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN	51
2.4.1. Capacidad de Producción Futura.	51
2.5. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA PRODUCCIÓN. 52	
2.5.1. Especificación de materias primas y grado de sustitución que pueden presentar.....	52
2.6. CALIDAD	52
2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.	63
2.7.1. Seguridad e Higiene Ocupacional.....	63
CAPÍTULO III	65

3.-ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	65
3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN	65
3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS	65
3.2.1. Visión de la Empresa.	65
3.2.2. Misión de la Empresa:	65
3.2.3. Objetivos y Estrategias	65
3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA	72
3.3.1 Organización Interna.....	72
3.3.2 Descripción de Puestos.	73
3.4. CONTROL DE GESTIÓN.....	77
3.4.1 Indicadores de gestión.	78
3.5. NECESIDADES DEL PERSONAL	79
CAPÍTULO IV	80
4. ÁREA JURÍDICO LEGAL	80
4.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL.....	80
4.2. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.....	80
4.3 LICENCIA PARA EL FUNCIONAMIENTO LUAE.....	84
CAPÍTULO V	87
ÁREA FINANCIERA.....	87
5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FINANCIERO	87
5.2. PLAN DE INVERSIONES	87
5.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	89
5.4. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS	90
5.5. CÁLCULO DE INGRESOS	102
5.6. FLUJO DE CAJA.....	104
5.7. PUNTO DE EQUILIBRIO	108
5.8. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS.....	111
5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	112
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	118
CONCLUSIONES	118
RECOMENDACIONES	119
BIBLIOGRAFÍA	120
Anexos	127

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Especificación del Servicio	1
Tabla 2. Categorización de sujetos.....	3
Tabla 3. Dimensión conductual.....	4
Tabla 4. Dimensión Geográfica	4
Tabla 5. Métodos de Recolección	6
Tabla 6. ¿Cómo conoció el centro físico?.....	11
Tabla 7. ¿Centro Fitness?.....	12
Tabla 8. Le gustaría formar parte del gimnasio	13
Tabla 9. Horarios para Entrenar	14
Tabla 10. ¿Considera que realiza suficiente actividad física?.....	15
Tabla 11. ¿Le gustaría hacer más Ejercicio?.....	16
Tabla 12. ¿Actividad Física?.....	17
Tabla 13. Actividad Física que realiza el cliente	18
Tabla 14. Asesoramiento Personalizado	19
Tabla 15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un gimnasio?.....	20
Tabla 16 Proyección de la demanda.....	21
Tabla 17. Oferta	22
Tabla 18 Proyección de la Oferta.....	23
Tabla 19. Demanda Insatisfecha	24
Tabla 20. Descripción De Equipos.....	43
Tabla 21. Tiempo Empleado que realizan los Clientes.....	46
Tabla 22. Actividad física que realizan los clientes	46
Tabla 23. Tecnología Aplicar en un Futuro	47
Tabla 24. Ritmo de Producción.....	48
Tabla 25. Nivel de Inventario del Negocio Iron Sport Gym.....	48

Tabla 26. Personal que labora en la Empresa	49
Tabla 27. Capacidad de Producción Futura	51
Tabla 28. Hoja de verificación de la Empresa Iron Sport Gym.....	55
Tabla 29 Calificación de la Hoja de Verificación	56
Tabla 30. Diagrama de Pareto	58
Tabla 31. Requerimientos necesarios para la prevención de riesgos laborales.....	63
Tabla 32. Cuadro de Análisis FODA al Negocio Iron Sport Gym	67
Tabla 33. Dimensión Conductual.....	68
Tabla 34. Descripción del Puesto de Gerente General.....	74
Tabla 35. Descripción del puesto de Asistente de Gerencia	74
Tabla 36. Descripción del Puesto de Instructor Técnico.....	75
Tabla 37. Descripción del puesto de Entrenador	76
Tabla 38. Descripción del puesto de Asesor Nutricionista	76
Tabla 39. Indicadores de Gestión.....	78
Tabla 40. Requisitos para la creación de una Compañía Limitada	80
Tabla 41. Obtención del RUC.....	81
Tabla 42. Proceso de Inscripción	82
Tabla 43. Requisitos Generales.....	83
Tabla 44. Requisitos para Inscripción de RUC.....	84
Tabla 45. Licencia de Funcionamiento LUAE	85
Tabla 46. Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud Pública	86
Tabla 47. Plan de Inversiones	87
Tabla 48. Plan de Financiamiento.....	90
Tabla 49. Tabla de Amortización Banco del Pacifico.....	90
Tabla 50. Detalle de Costos	91
Tabla 51. Proyección de Costos	93

Tabla 52. Detalle de Gastos	94
Tabla 53. Proyección de Gastos	96
Tabla 54. Mano de Obra.....	99
Tabla 55. Depreciación	101
Tabla 56. Proyección de la Depreciación.....	101
Tabla 57. Cálculo de Ingresos	102
Tabla 58. Proyección de Ingresos	103
Tabla 59. Flujo de Caja	105
Tabla 60. Punto de Equilibrio	108
Tabla 61. Punto de Equilibrio	110
Tabla 62. Estado de Resultado proyectado	112
Tabla 63. Tasa de descuento.	113
Tabla 64. Valor Actual Neto (VAN).....	114
Tabla 65. Tasa Interna de Retorno (TIR).....	115
Tabla 66. Periodo de Recuperación	116

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Grafico 1. ¿Cómo conoció el centro físico en el que está inscrito?	11
Grafico 2. ¿Por qué escogió su centro fitness?	12
Grafico 3. ¿Le gustaría formar parte del gimnasio?.....	13
Grafico 4. ¿En qué horario le gustaría asistir a sus entrenamientos?.....	14
Grafico 5. ¿Considera que realiza suficiente actividad física?	15
Grafico 6. ¿Le gustaría hacer más ejercicio?	16
Grafico 7. ¿Usted cree que la actividad física que realiza es la adecuada?	17
Grafico 8. ¿Cuántas horas al día realiza actividad física?.....	18
Grafico 9. ¿Le gustaría que exista un gimnasio asesoramiento personalizado? ..	19
Grafico 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un gimnasio?.....	20

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. Mapa de Procesos.....	43
Imagen 2. Diagrama de Flujo.....	41
Imagen 3. Diagrama Business Process Model and Natation.....	42
Imagen 4. Instalaciones	45
Imagen 5. Diagrama de Ishikawa.....	60
Imagen 6. Lluvia de Ideas	62
Imagen 7. Estrategias	71
Imagen 8. Organigrama Estructural	73

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Encuesta.....	127
Anexo 2. Evidencia Fotográfica.....	129

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

TEMA: PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE MULTISERVICIOS DEPORTIVOS EN EL D.M.QUITO.

AUTOR: Diego Mauricio Rueda Pazmiño

TUTOR. Econ. Mercedes Galarraga C, MBA

RESUMEN EJECUTIVO

El objetivo del estudio es determinar cómo los clientes pueden mejorar su estilo de vida en el rendimiento físico y alimenticio, obteniendo sus resultados a través de una encuesta objetiva la cual determinará cuántos posibles clientes optarán por realizar una actividad física. La misma que nos permitirá ofrecer un servicio de calidad acorde a las necesidades del futuro cliente con respecto al modelo a seguir hemos tomado como referencia la ubicación del sitio en el barrio residencial la Mariscal que permitirá facilitar la concurrencia al establecimiento. El espacio físico interno ha sido adecuado para las máquinas por áreas las mismas que estarán adecuadas correctamente para su uso físico. El negocio está compuesto por un equipo de 5 empleados los cuales estarán a cargo de cada área para ofrecer al cliente la mejor atención en nuestras áreas de servicio. El negocio estará constituido como una compañía limitada ya que cuenta con un número determinado de personas que se incluirán en la constitución legal de la misma, con los requisitos y documentación al día la cual permitirá el funcionamiento establecido en el art. 2 de la ley de compañías y en su efecto también contará con la licencia única de actividades económicas LUAE. Se contará con el permiso de bomberos del distrito metropolitano de Quito. La aplicación del estudio financiero del negocio, la empresa cuenta con capital, de fruto del ahorro para la inversión., los mismos que serán destinados para la adquisición de equipos, e implementos deportivos y nutrición. Se destinará el pago inicial de arriendo y garantía del local como el pago a empleados los primeros meses, mediante el estudio de competencias se ha determinado que a partir de los 3 primeros años se recuperará la inversión, y garantiza a largo plazo la permanencia fija de las actividades económicas.

Palabras claves: Compañía limitada, Estilo de vida, Inversión, Rendimiento físico, Servicio.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA INDOAMÉRICA FACULTAD DE
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS Y NEGOCIOS

THEME: BUSINESS PLAN FOR THE CREATION OF A SPORTS MULTI-SERVICE COMPANY IN THE DMQ.

Author: Diego Mauricio Rueda Pazmiño

Tutor: Econ. Mercedes Galarraga C, MBA

ABSTRACT

The objective of the study is to determine how customers can improve their lifestyle in physical and food performance, obtaining their results through an objective survey which will determine how many potential clients will choose to perform a physical activity. The same that will allow us to offer a quality service according to the needs of the future client with respect to the model to follow we have taken as reference the location of the site in the residential neighborhood la Mariscal that will facilitate the concurrence of the establishment. The internal physical space has been suitable for machines by areas the same that will be suitable correctly for physical use. The business consists of a team of 5 employees who will be in charge of each area to offer the customer the best service in our service areas. The business will be constituted as a limited company as it has a certain number of people that will be included in the legal constitution of the same, with the requirements and documentation up to date which will allow the operation established in Article 2 of the law of companies and to its effect will also have the unique license of economic activities LUAE. The fire department of the metropolitan district of Quito will be available. The application of the financial study of the business, the company has capital, as a result of the savings for investment., the same that will be intended for the acquisition of equipment, and sports implements and nutrition. The initial payment of lease and guarantee of the premises will be earmarked as payment to employees in the first months, through the study of competences it has been determined that from the first 3 years the investment will be recovered, and guarantees in the long term the fixed permanence of economic activities.

Keywords: Limited Company, Lifestyle, Investment, Physical Performance, Service.

Reviewed by:

MSc. Jhon Lara

INTRODUCCIÓN

El principal proyecto tiene como finalidad conocer el posicionamiento empresarial en el área de gimnasio, y tener una opinión de los clientes para mejorar su estilo de vida a través de la actividad física que se practica a diario.

Es importante que los clientes estén al tanto de las nuevas tendencias del negocio Iron Sport Gym, que ofrece a nuestros clientes que visitan nuestras instalaciones la asesoría personalizada que tiene el gimnasio, es importante ya que muchos clientes necesitan una guía para hacer su actividad física.

Objetivo General

Desarrollar un plan de mejora en el servicio para la Empresa Iron Sport Gym.

Objetivos Específicos

- Aplicar un estudio de mercado a través de un enfoque al rendimiento físico de las personas a un estilo de vida saludable.
- Encargarse de que el producto o servicio ofrecido por la empresa sea de interés para las personas, también se encarga de que el servicio sea de calidad.
- Desarrollar competencias que permitan coadyuvar en la generación de productos o servicios mediante la utilización apropiada de herramientas de gestión de calidad.
- Facilitar una correcta estructuración organizacional del negocio Iron Sport Gym CIA LTDA., obteniendo una información correcta que permita que las personas que van a estar al frente de la compañía puedan tener un documento que garantice el cumplimiento de las disposiciones del negocio.
- Determinar cuáles son los ingresos y egresos que tiene el negocio.

CAPÍTULO I

1.-ÁREA DE MARKETING

El marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes. (Philip Kotler, s.f.)

1.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL MERCADO

Aplicar un estudio de mercado a través de un enfoque al rendimiento físico de las personas a un estilo de vida saludable.

1.2. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO

- Determinar la factibilidad comercial.
- Diseñar estrategias de marketing.
- Formular técnicas de servicio.

1.2.1. Especificación del Servicio o Producto.

Tabla 1. Especificación del Servicio

Servicio	Características	Beneficios
Adolescentes	Ejercicios Acondicionamiento físico Rendimiento	Cuidado de las articulaciones Control de peso Aumento de masa muscular
Adultos	Pesas Equipos para ejercitarse Máquinas	Mejora la forma y Resistencia Rebaja la tensión y estrés Mejora la flexibilidad y movilidad de las articulaciones.

1.2.2. Aspectos innovadores (diferenciadores) que proporciona.

Ofertar un servicio de gimnasio para varios segmentos de la población, asesoría nutricional, bailo terapia, ejercicios con pesas, acondicionamiento físico.

Asesoría Nutricional.

Aplicar en el negocio Iron sport gym la asesoría nutricional para aquellas personas que desean consultar su condición física en cuanto a su forma de alimentación.

Bailo terapia.

Facilitar a las personas la bailo terapia en cuanto exista un número de personas dispuestas a realizar la actividad.

Ejercicios con Pesas.

Proporcionar el espacio necesario para que las personas realicen sus ejercicios con pesas.

Acondicionamiento Físico.

La condición física de las personas permitirá un mejor rendimiento al momento de ejecutar los ejercicios con máquinas.

1.3. DEFINICIÓN DEL MERCADO

El mercado es el conjunto de personas con inquietudes o necesidades semejantes que poseen recursos para adquirir productos y/o servicios.

1.3.1. Qué mercado se va a tocar en general.

El mundo del fitness es un factor importante ya que se logra establecer cada una de las funciones para mejorar la salud de las personas a través del ejercicio, lo cual se aplica de una manera específica al momento de manejar peso con máquinas, es importante cumplir con las guías que las personas necesitan para mejorar su estilo de vida.

1.3.1.1. Categorización de sujetos

Tabla 2. Categorización de Sujetos

CATEGORÍA	SUJETO
¿QUIEN COMPRA?	Hombres y mujeres de 10 años en adelante
¿QUIEN USA?	Hombres y mujeres
¿QUIEN DECIDE?	Hombres y mujeres que utilizan el servicio
¿QUIEN INFLUYE?	Hombres y mujeres.

Clientes que desean mejorar su estilo de vida, a través del ejercicio que se aplica a cada uno de ellos a través de rutinas de ejercicio, y un horario establecido por el cliente.

El entrenamiento personal es ante todo una herramienta de trabajo que el sector del fitness, la salud o el rellenes ha creado para hacer llegar al mercado una serie de valores y beneficios.

En este sentido, aceptando que existen diferentes tipologías de mercado en función de sus necesidades y la complejidad en la consecución de sus objetivos, y diferentes tipologías de profesionales en función de su capacitación. (Luis Perea , 2013).

1.3.1.2. Estudio de Segmentación

Se enfoca en las necesidades que el cliente requiere para mejorar su estilo de vida a través del ejercicio, las personas que acceden al servicio se realiza un estudio para ver en que condición se encuentra, y realizarles un plan de ejercicios.

Es importante que el cliente cuente con sus implementos como guantes cinturón de pesas y muñequeras para realizar los ejercicios de tal manera que al momento de ejecutar los ejercicios no exista ninguna lesión.

Las necesidades que los clientes requieren para mejorar su estilo de vida es de gran importancia, la calidad del servicio que aplica en la empresa ha dado pie a un proceso de fragmentación de un mercado homogéneo en segmentos con diferentes necesidades, diferentes estilos de vida y que buscan diferentes beneficios para mejorar su salud.

Tabla 3. Dimensión conductual

Variable	Descripción
Tipo de Necesidad	Social, salud
Tipo de Servicio	Asesoría deportiva
Relación con la marca	Si
Actitud frente al Servicio	Positiva

Fuente: RUEDA, Diego

Elaborado por: RUEDA, Diego

Tabla 4. Dimensión Geográfica

VARIABLE	DESCRIPCIÓN	N° DE HABITANTES
PAÍS	ECUADOR	17.533.604
REGIÓN	SIERRA	7.733.725
CIUDAD URBANA Y RURAL	QUITO	2.644.145
PARROQUIA URBANA DE QUITO	LA MARISCAL	15.841

Fuente: Municipio de Quito

Elaborado por: RUEDA, Diego

Tabla 5. Segmentación Demográfica

Edad	Todas
Sexo	Todas
Etnia	Todas
Status social	Clase media-alta
Religión	Todas
Nacionalidad	Todas

Fuente: Municipio de Quito

Elaborado por: RUEDA, Diego

1.3.1.3. Plan de muestreo

El plan de muestreo permite un mejor manejo en cuanto a la información que se requiere para el implemento de una encuesta y también entrevistas de negocios para determinar las personas que desean adquirir el producto/servicio.

Cálculo de la muestra

$$n = \frac{Z^2 * P * Q * N}{Z^2 * P * Q + Ne^2}$$

Datos de cálculo

N= Tamaño de la población 15.841 población

Z2= Nivel de confianza (95%) 1,96

P= Proporción real estimada de éxito 50%

Q= Proporción real estimada de fracaso 50%

e=Margen de error 5%

Desarrollo de la fórmula de la muestra

$$n = \frac{(1,96)^2(0,50)(0,50)(15.841)}{(1,96)^2(0,50)(0,50) + (15.841)(0,05)^2}$$

$$= \frac{15.213,70}{40,5604}$$

$$n=375//$$

1.3.1.4. Instrumentos para recopilar información

Tabla 5. Métodos de Recolección

Necesidades de la información	Tipo de Información	Fuente	Instrumentos
Cuáles son las habilidades que puede desarrollar	Primaria	Personal Trainer	Entrevista
A partir de qué edad pueden ejercitarse	Primaria	Personal Trainer	Entrevista
Cuando se puede utilizar las máquinas de ejercicio	Primaria	Personal Trainer	Entrevista
Costos para empezar una rutina de ejercicios	Primaria	Administración	Entrevista
Mantenimiento de máquinas de ejercicio	Primaria	Administración	Entrevista
Capacitación para empezar a ejercitarse	Primaria	Administración	Entrevista

Fuente: Método de Recolección de información

Elaborado por: RUEDA, Diego

Objetivo Específico

Buscar las mejoras para el cuidado de la salud de las personas que acceden a un programa de ejercicios durante el periodo de un mes.

Objetivo Estratégico:

Necesidades de Información	Tipo de Información	Fuentes	Instrumentos
Determinar el mercado potencial	Secundaria	INEC	SERVICIO
Aplicación de la Encuesta	Secundaria	ENCUESTA	CLIENTES
Factores críticos para el sector	Secundaria	WEB, LIBROS	MATERIAL DE APRENDIZAJE
Gustos y preferencias de los Clientes	Secundaria	PREGUNTAS FRECUENTES	CLIENTES

Elaborado por: RUEDA, Diego

1.4. DISEÑO Y RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN

Información Primaria

Encuesta

La encuesta se utiliza con el objetivo de recolectar información sobre las personas que asisten a los gimnasios y personas que desean mejorar su estilo de vida, logrando la atracción de clientes y crear estrategias de mejora en el servicio para mantener a los suscriptores en el gimnasio.

Ventaja al momento de realizar una encuesta a un gimnasio

- Mejorar el servicio de las instalaciones y la experiencia del cliente.
- Conocer los hábitos de los consumidores al momento de acceder al servicio y las estrategias de mercado.
- Tener un personal capacitado para atender a los clientes.
- Ofrecer a los clientes un servicio personalizado en el gimnasio.

Se realizó la debida encuesta para el negocio Iron Sport Gym la cual se identificó las necesidades que los clientes requieren para mantener una vida saludable con el ejercicio que diariamente lo practican.

Logramos respuestas favorables que permitieron un mejoramiento para el servicio que se va ofrecer en asesoría personal del gimnasio, sus horarios de atención.

1.4.1. Análisis e Interpretación

Se realizó la debida encuesta para el negocio Iron Sport Gym la cual se identificó las necesidades que los clientes requieren para mantener una vida saludable con el ejercicio que diariamente practican.

Logramos respuestas favorables que permitieron un mejoramiento en el servicio para los clientes que visitan nuestras instalaciones.

Desarrollo de Instrumentos

Información Secundaria

Los factores que permiten un mejoramiento en el servicio ha sido de gran importancia ya que los clientes buscan mejorar su estilo de vida a través del ejercicio que se ofrece y a su vez puedan informar a sus familiares, amigos del servicio que tienen a su disposición.

Bancos de Datos de otras Organizaciones

Es importante conocer el negocio que se va a ingresar en el mercado competitivo, de tal manera que se genere información adecuada para el negocio, es importante que las empresas y negocios apliquen estrategias organizacionales como la atención a los clientes ofreciendoles un servicio de calidad, lo cual permitirá un crecimiento a futuro del negocio en la generación de apertura de nuevos negocios dentro de un tiempo determinado, con la base de datos de otras organizaciones permite un desarrollo de mejora a futuro y lo que se quiere implementar en ello.

Servicios Agrupados

Necesidad 1

Estrategia de negocio

La propuesta de valor no tiene por qué ser económica, sino que pueden ser todos aquellos beneficios que reciban nuestros usuarios para mejorar su experiencia y que difícilmente puedan encontrar en otros centros deportivo de la zona.

Necesidad 2

Propuesta Digital

Actualizarse es imprescindible en cualquier sector, pero especialmente en el mundo del fitness, donde la competencia es brutal, hablamos de una digitalización tanto desde el punto de vista del marketing y la conectividad como del equipamiento del gimnasio.

Sistema de Información

Consultoría de Fitness

Las consultas que los clientes realizan al instructor son de vital importancia ya que se puede asesorar de mejor manera a cada uno de ellos para que tengan un plan nutricional y encontrar las mejores soluciones para mejorar su estilo de vida.

Necesidad del Cliente

Los clientes se sienten motivados por el servicio que ofrece el gimnasio de tal manera que con el tiempo se pueda mejorar equipos y máquinas para ejercicio que es un factor fundamental para que los clientes se sientan bien.

Página web del servicio

Las empresas deben aportar con un valor agregado a los clientes en este caso es útil una página web donde las personas puedan observar el servicio que se oferta, de tal manera se pueda atraer más personas y visitas, a la página web del gimnasio, así como aportar contenido, escribir artículos originales y creativos en la página web, esto permitirá que más personas visiten el gimnasio.

Encuesta IRON SPORT GYM

Indicaciones:

Seleccione una respuesta para la encuesta que le presentamos a continuación agradecemos su opinión.

Preguntas

1.- ¿Cómo conoció el centro físico en el que está inscrito?

- a) Por amigos
- b) Medios Convencionales
- c) Redes sociales

2.- ¿Por qué escogió su centro Fitness?

- a) Cercanía con mi domicilio
- b) Sus instalaciones
- c) Recomendación de un cliente

3.- ¿Le gustaría formar parte del gimnasio?

- a) Si
- b) No
- c) Me gustaría serlo

4.- ¿En qué horario le gustaría asistir a sus entrenamientos?

- a) Mañana
- b) Tarde
- c) Noche

5.- ¿Usted considera que realiza suficiente actividad física?

- a) Si
- b) No

6.- ¿Le gustaría hacer más ejercicio?

- a) Si
- b) No

7.- ¿Usted considera que la actividad física que realiza es la adecuada?

- a) Si
- b) No

8.- ¿Cuántas horas al día realiza actividad física?

- a) 1 hora
- b) 2 horas
- c) más horas

9.- ¿Le gustaría que exista un gimnasio de asesoramiento personalizado?

- a) Si
- b) No

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un gimnasio?

- a) valor de 25 dólares
- b) valor de 30 dólares
- c) valor de 35 dólares
- d) valor de 40 dólares

Resultados de las encuestas realizada al negocio IRON SPORT GYM

Pregunta 1.

1.- ¿Cómo conoció el centro físico en el que está inscrito

Tabla 6. ¿Cómo conoció el centro físico?

Información	Resultados	%
Por amigos	22	39%
Medios convencionales	11	19%
Redes Sociales	24	42%

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

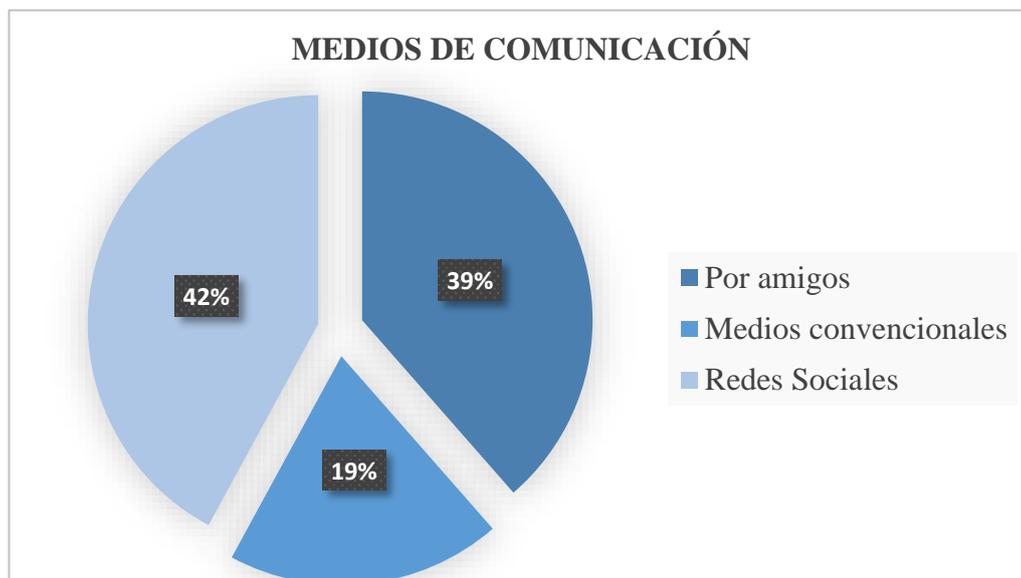


Gráfico 1. ¿Cómo conoció el centro físico en el que está inscrito?

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

Análisis de la Encuesta:

El 42% de los encuestados afirma que conoció el gimnasio por medio de las redes sociales, mientras que el 39% conoce por amigos, el 19% de las personas a través de medios convencionales como propaganda.

2.- ¿Por qué escogió su centro fitness?

Tabla 7. ¿Centro Fitness?

Información	Resultados	%
Cercanía con el domicilio	12	23%
Sus Instalaciones	25	47%
Recomendación de un cliente	16	30%

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

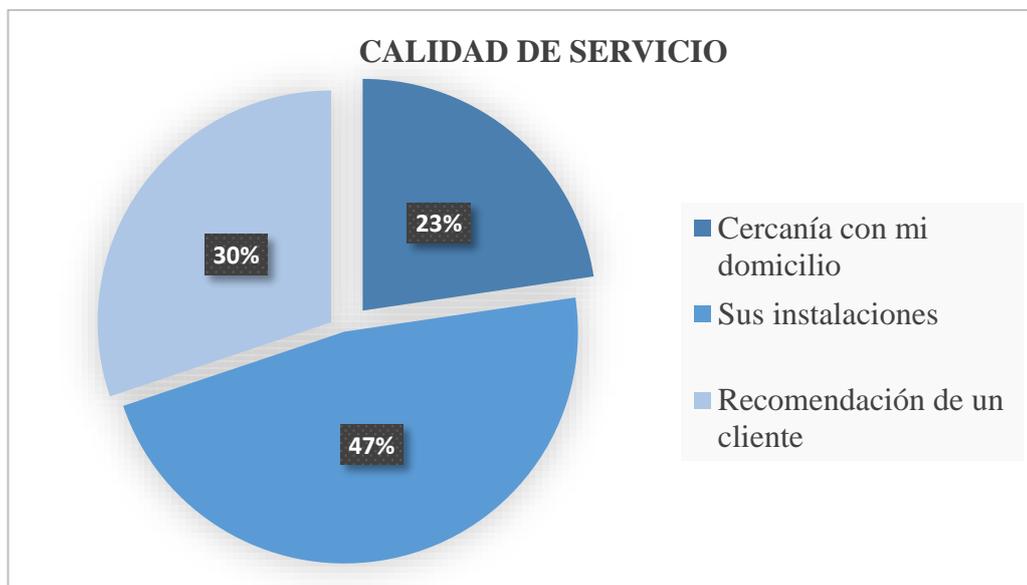


Gráfico 2. ¿Por qué escogió su centro fitness?

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

Análisis de la Encuesta:

El 47% de los encuestados escogió el gimnasio por sus instalaciones, mientras que el 30% de las personas por medio de recomendación de un cliente, por lo cual el 23% cercanía a su domicilio.

3.- ¿Le gustaría formar parte del gimnasio?

Tabla 8. Le gustaría formar parte del gimnasio

Información	Resultados	%
Si	42	86%
No	7	14%

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

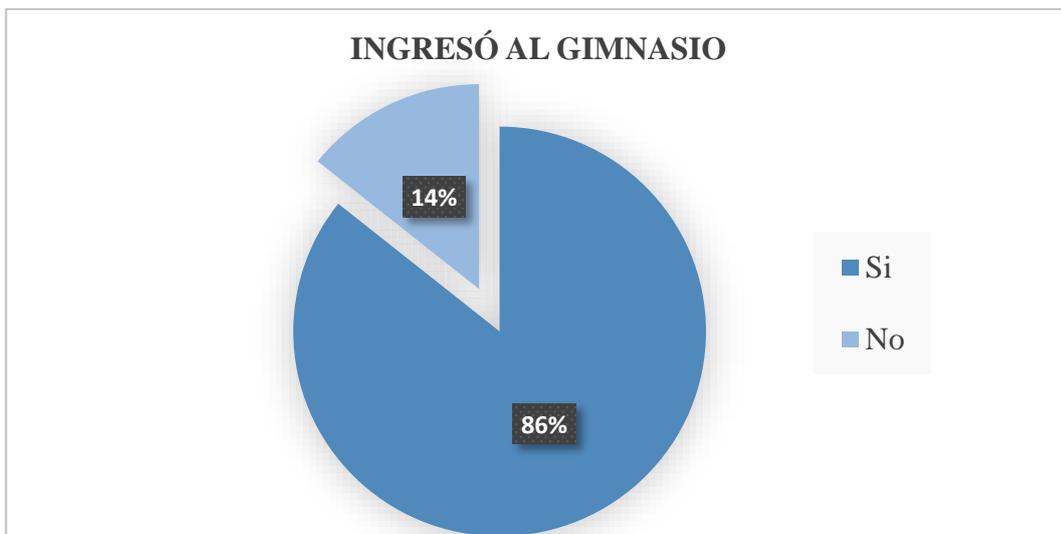


Gráfico 3. ¿Le gustaría formar parte del gimnasio?

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

Análisis de la Encuesta:

El 86% de los encuestados les gustaría pertenecer al gimnasio, mientras que el 14% de los encuestados no les interesa registrarse.

4.- ¿En qué horario le gustaría asistir a sus entrenamientos?

Tabla 9. Horarios para Entrenar

Información	Resultados	%
Mañana	11	22%
Tarde	16	32%
Noche	16	32%
Ninguno	7	14%

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

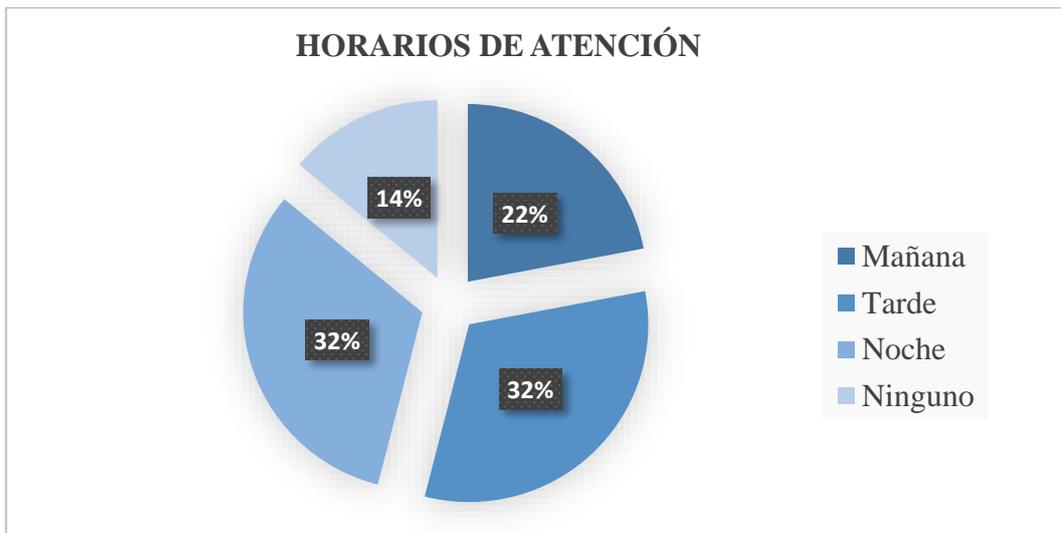


Gráfico 4. ¿En qué horario le gustaría asistir a sus entrenamientos?

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

Análisis de la Encuesta

El 32% de los clientes les gustaría asistir a sus entrenamientos, mientras que el 22% de los clientes en la mañana, por lo tanto el 32% les gustaría asistir en la noche, el 14% de las personas no están interesados en asistir.

5. - ¿Considera que realiza suficiente actividad física?

Tabla 10. ¿Considera que realiza suficiente actividad física?

Información	Resultados	%
Si	35	67%
No	17	33%

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

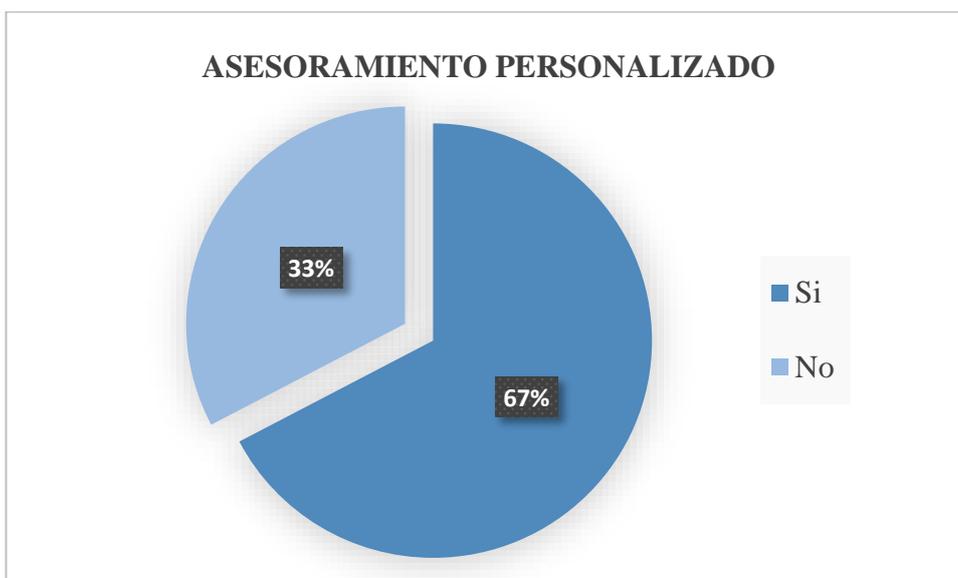


Gráfico 5. ¿Considera que realiza suficiente actividad física?

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

Análisis de la Encuesta:

El 67% de los clientes, afirma que realiza suficiente actividad física, mientras que el 33% de las personas no se ejercitan.

6.- ¿Le gustaría hacer más ejercicio?

Tabla 11. ¿Le gustaría hacer más Ejercicio?

Información	Resultados	%
Si	40	80%
No	10	20%

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

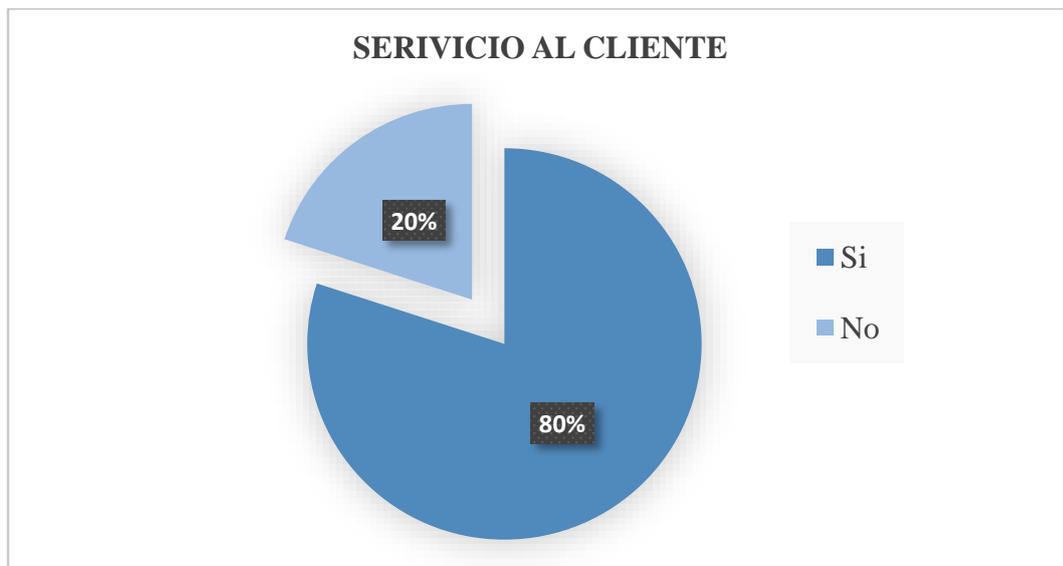


Gráfico 6. ¿Le gustaría hacer más ejercicio?

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

Análisis de la Encuesta

El 80% de los clientes afirman que el servicio que ofrece el gimnasio es bueno, mientras que el 20% de los clientes no están conformes con el servicio.

7.- ¿Usted cree que la actividad física que realiza es la adecuada?

Tabla 12. ¿Actividad Física?

Información	Resultados	%
Si	37	70%
No	16	30%

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

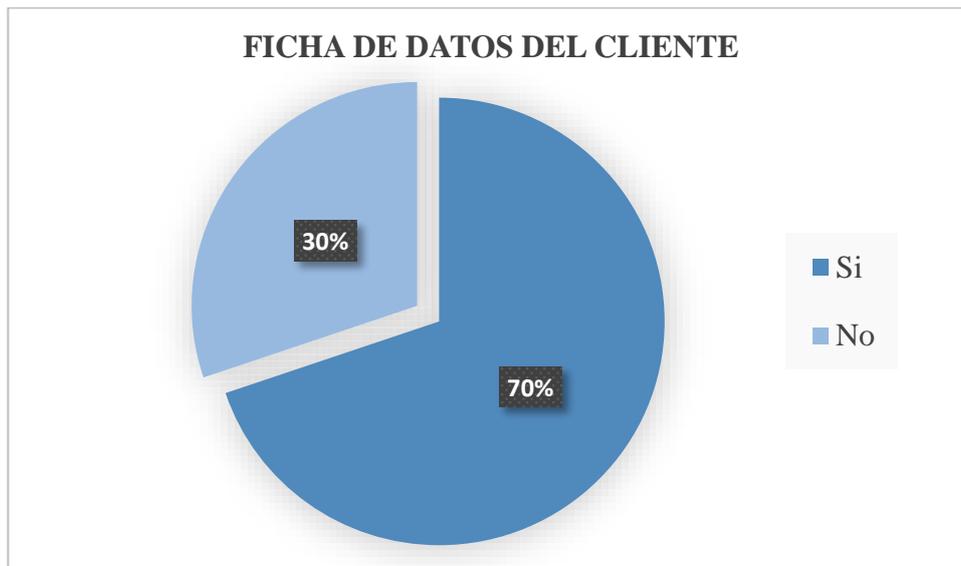


Gráfico 7. ¿Usted cree que la actividad física que realiza es la adecuada?

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego.

Análisis de la Encuesta:

El 70% de los encuestados, afirma que realiza suficiente actividad física, mientras que el 30% necesita ejercitarse y mantener una buena salud.

8. - ¿Cuántas horas al día realiza actividad física?

Tabla 13. Actividad Física que realiza el cliente

Información	Resultados	%
1 hora al día	24	48%
2 horas al día	16	32%
más horas	3	6%
Ninguna de las anteriores	7	14%

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

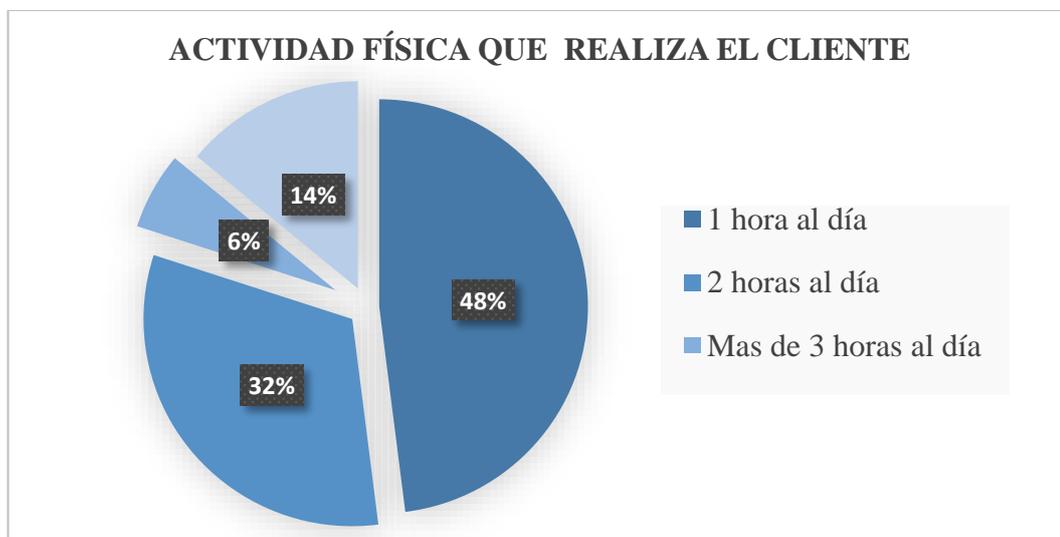


Gráfico 8. ¿Cuántas horas al día realiza actividad física?

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

Análisis de la Encuesta

El 48% de los clientes afirma que realiza 1 hora al día de actividad física, mientras que el 32% de los clientes realizan 2 horas al día en el ejercicio, el 6% de clientes se ejercitan 3 horas, por lo cual el 14% no realizan ninguna actividad física.

9.- ¿Le gustaría que exista un gimnasio de asesoramiento personalizado

Tabla 14. Asesoramiento Personalizado

Información	Resultados	%
Si	44	88%
No	6	12%

Fuente: Tabulación de Encuesta

Elaborado por: RUEDA, Diego

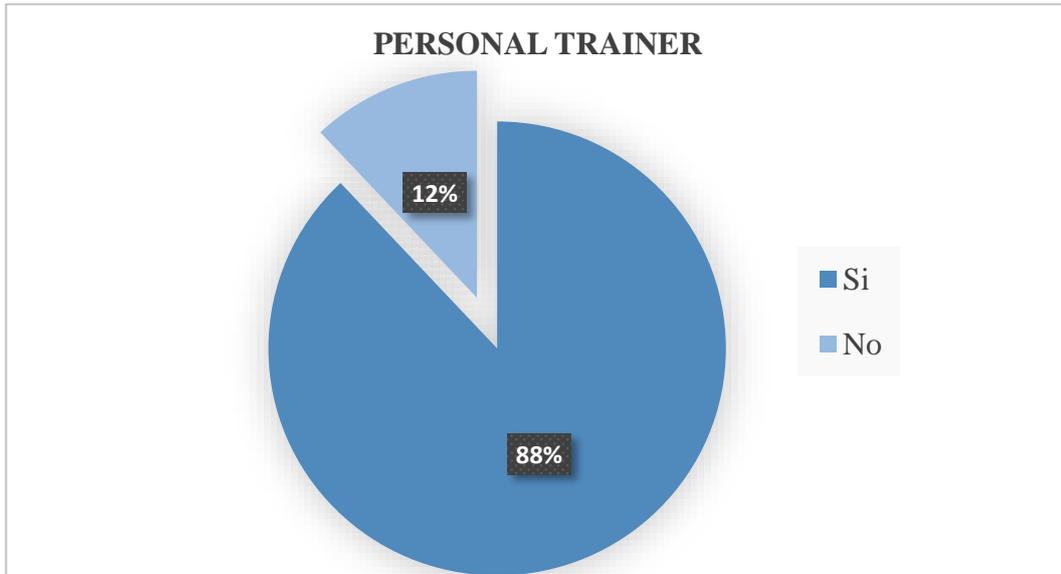


Gráfico 9. ¿Le gustaría que exista un gimnasio de asesoramiento personalizado?

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

Análisis de la Encuesta

El 88% de las personas les gustaría tener un asesoramiento personalizado, mientras el 12% no desea una asesoría personalizada.

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un gimnasio

Tabla 15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un gimnasio?

Información	Resultados	%
Un mes de 25 dólares	34	62%
3 meses 60 dólares	13	24%
12 meses 180 dólares	8	14%

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

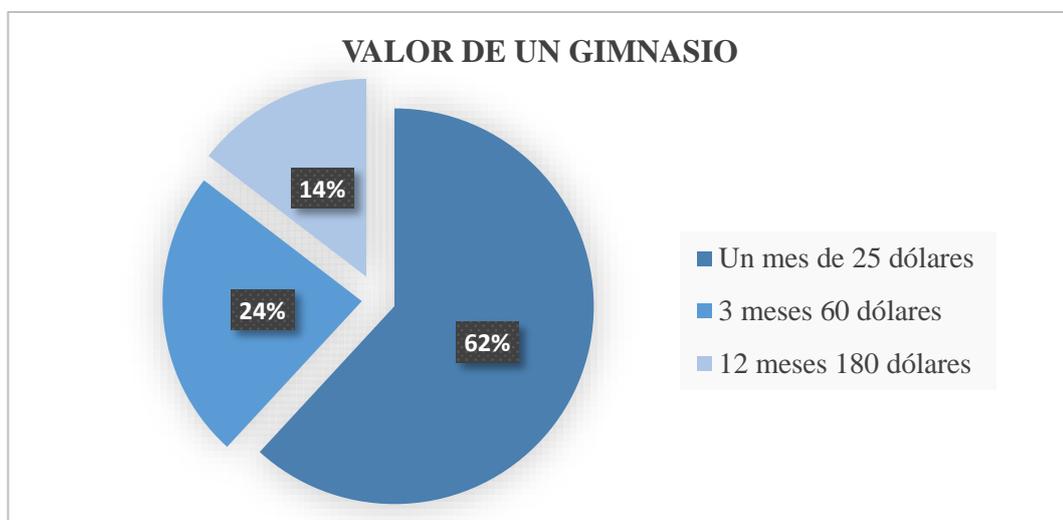


Gráfico 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en un gimnasio?

Fuente: Encuesta (2019)

Elaborado por: RUEDA, Diego

Análisis de la Encuesta

El 62% de los encuestados afirma que les gustaría acceder a un plan de 25 dólares por el gimnasio, mientras que el 24% de los clientes accedería a un plan de entrenamiento de 3 meses por un valor de 60 dólares, por lo tanto el 14% de los encuestados accedería a una suscripción por un valor de 180 dólares.

1.4.2. Demanda Potencial

Para el cálculo de la demanda, se toma en cuenta el mercado objetivo, que corresponde a la parroquia La Mariscal, que equivale a una población de 15.841, por la pregunta de la encuesta N° 9 ¿Le gustaría que exista un gimnasio de asesoramiento personalizado?, en la que se determina que el 88% da conocer que sí, de esta manera se define la demanda del mercado objetivo, como se refleja en el siguiente cálculo.

$$\text{Demanda} = 15.841 * 0,88$$

$$\text{Demanda} = 13.940 //$$

De esta manera se determina la demanda en número de personas atendidas que corresponde a 13.940.

Proyección de la Demanda

Una vez definida la demanda en número de personas atendidas que corresponde a 13.940, se realiza la proyección tomando en cuenta el crecimiento poblacional de la ciudad de Quito, la cual corresponde al 2,9%, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC, cifras que se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 16 Proyección de la demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA	
AÑO	NÚMERO DE PERSONAS QUE DESEAN EL SERVICIO DE FORMA ANUAL
2020	13.940
2021	14.344
2022	15.188
2023	16.548
2024	18.553

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: RUEDA, Diego



Figura 1. Proyección de la Demanda

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: RUEDA, Diego

Oferta

La oferta se define en relación a la competencia directa que existe en el sector que presta un servicio de multiservicios deportivos en la parroquia La Mariscal, datos que se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 17. Oferta

EMPRESAS COMPETIDORAS	NÚMERO DE PERSONAS ATENDIDAS DE FORMA ANUAL
IRON SPORT GYM	2.100
GIMNASIO MANANTIAL	1.500
CAPITAL GYMS	1.400
FITNESS POINT GYM	1.300
TOTAL	6.300

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: RUEDA, Diego

Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta se toma en cuenta el número de personas atendidas de forma anual que corresponde a 6.300, por la tasa de crecimiento del sector del servicios que corresponde al 2,2% de acuerdo al (Banco Central del Ecuador, 2020), valores que se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 18 Proyección de la Oferta

PROYECCIÓN	
AÑO	NÚMERO DE PERSONAS ATENDIDAS DE FORMA ANUAL
2020	6.300
2021	6.439
2022	6.725
2023	7.179
2024	7.832

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: RUEDA, Diego

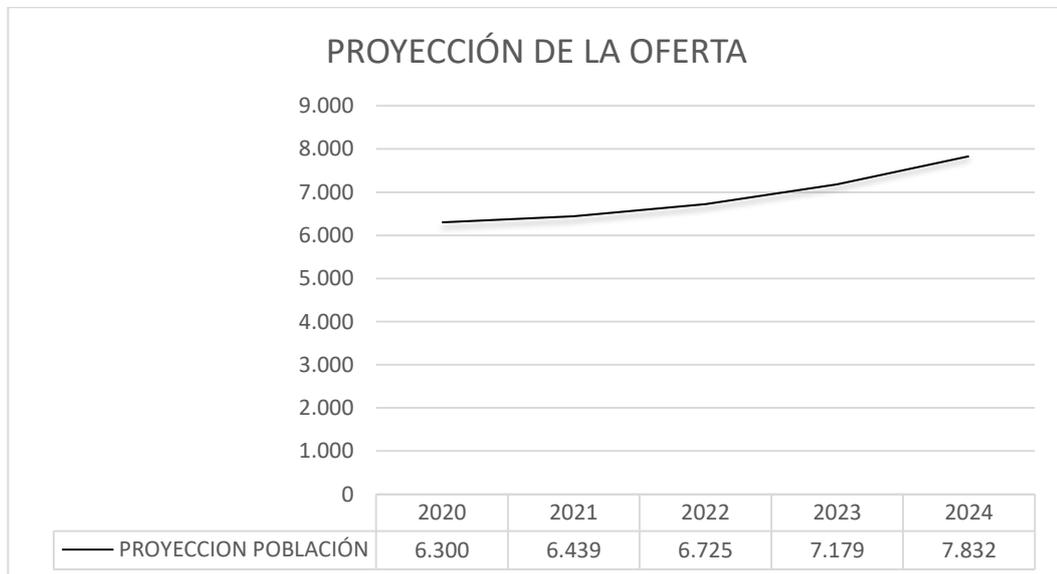


Figura 2. Proyección de la Oferta

Fuente: Investigación de campo.

Elaborado por: RUEDA, Diego

Demanda Insatisfecha

Definida la proyección de la demanda y oferta se puede definir la demanda insatisfecha, de la cuál cubrirá un porcentaje la nueva empresa, que brindará un servicio de multiservicios deportivos, valores que se refleja en la siguiente tabla.

Tabla 19. Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA NÚMERO DE PERSONAS QUE DESEAN EL SERVICIO	OFERTA NÚMERO DE PERSONAS ATENDIDAS DE FORMA ANUAL	DEMANDA INSATISFECHA NÚMERO DE PERSONAS
2020	13.940	6300	7.640
2021	14.344	6439	7.906
2022	15.188	6725	8.463
2023	16.548	7179	9.370
2024	18.553	7832	10.722

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: RUEDA, Diego

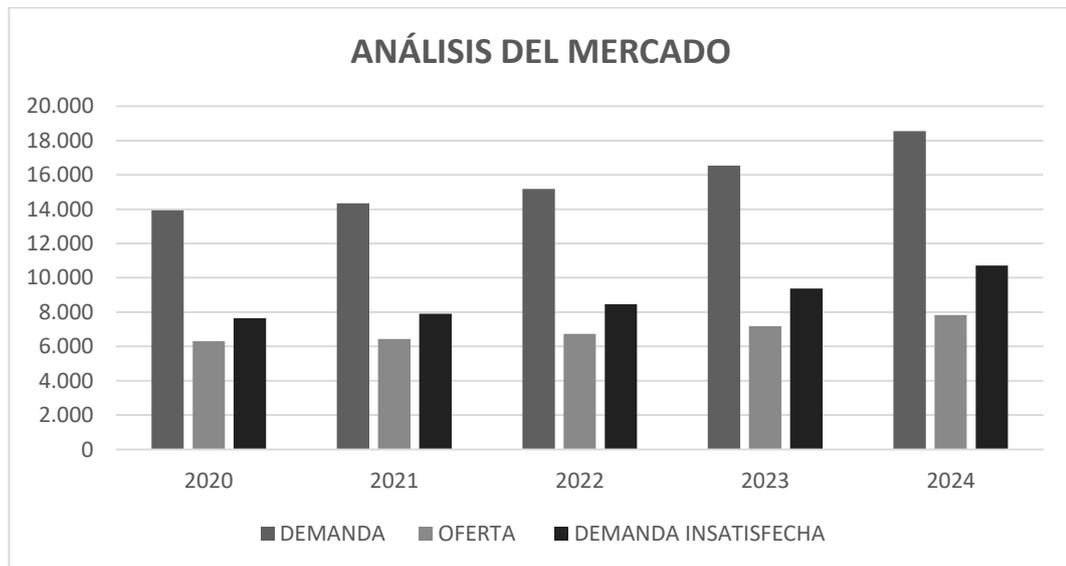


Figura 3. Análisis de mercado

Fuente: Investigación de campo

Elaborado por: RUEDA, Diego

Perspectiva Global a las Necesidades del Cliente

Know-what: Que conocer.

Es necesario saber todo del perfil de cliente al que nos vamos a dirigir, cuáles son sus necesidades de salud, cuál es el profesional médico que debe asesorarnos.

Know-why: Conocer el por qué.

Conocer por qué nuestro cliente prioriza en aspectos como la belleza o la estética por encima de otros más importantes como la salud.

En definitiva, conocer por qué el cliente otorga más importancia a unos objetivos que a otros, nos permite establecer puntos de partida claros.

Know-how: Saber cómo hacerlo.

El entrenador quien se encarga de orientar a las personas que realizan actividad física en el gimnasio con la guía necesaria para los clientes.

Know-who: Saber quién.

Es importante que las organizaciones cuenten con estrategias para la guía de las personas como la contratación de personal calificado orientado a las necesidades de las personas en cuanto a lo que se requiere una mejora constante en el servicio que se va ofrecer.

1.5 ANALISIS DEL MACRO Y MICRO AMBIENTE

1.5.1. Analisis Microambiente

Se refiere a todos los micro factores que afectan la estrategia, la toma de decisiones y el rendimiento empresarial. Es vital para el éxito de una empresa y para el crecimiento a futuro de la nueva organización.

Factor microambiente

Dentro de una organización existe factores importantes para el negocio ya que con ello determina las operaciones y el manejo de la nueva empresa como es importante saber la magnitud de las actividades dentro de una organización.

Empleados en una Organización

Es importante que sus empleados cuenten con la seguridad necesaria para iniciar sus actividades dentro del mismo, al igual que cuenten con un guía para el trabajo continuo, además tengan un correcto manejo de las aplicaciones.

Competencia

La competencia empresarial es importante llevarlo de una manera en que se logre especificar cada uno de sus factores para la mejora día a día, teniendo en cuenta las herramientas de superación empresarial.

Dinero

Si se está al día con el efectivo, se tiene mucha más flexibilidad para expandir el negocio o soportar una recesión económica.

Cultura de la Empresa

La nueva organización quienes van a conformar el negocio es de vital importancia que tenga un ambiente de planificación en el que las personas que van a estar frente se sientan a gusto.

1.5.2. Análisis Macroambiente

Es importante que las nuevas empresas que ingresan en el mercado tengan los recursos necesarios para el cumplimiento de los actividades dentro de una organización.

Factores Económicos

Son factores importantes dentro de una organización, ya que si no se cuenta con dinero para solventar los pagos a personal no se cumple con los requerimientos necesarios para el funcionamiento, se debe contar con capital para el inicio de actividades.

Factores Sociales

EL negocio debe mantenerse informado de las nuevas tendencias que existe dentro de la actividad social y empresarial como es la innovación en sus servicios en constante cambio para las nuevas generaciones.

1.6. Matriz de Evaluación de Factores Externos

Es un factor importante ya que se puede evaluar los factores externos con los que la empresa tiene realizando un estudio de campo a las necesidades que se tienen en el momento de abrir nuevas sucursales dentro del país.

El negocio debe contar con estrategias de innovación y mejora en sus servicios teniendo en cuenta las necesidades que los clientes necesitan para obtener un servicio de calidad.

Recursos básicos para realizar este análisis

- Analizar los factores de amenaza en la empresa para el inicio de sus actividades.
- Agilizar los procesos de investigación en cuanto a las necesidades de los clientes requieren.
- Aplicar Estrategias de servicio al cliente que permita una mejor atención.
- Incentivar a los clientes al crecimiento y progreso con la actividad física.

Tabla 20. Matriz de Evaluación de Factores Externos

Factores Determinantes del Éxito	Peso	Calificación	Peso Ponderado
Pagos Accesibles	0.20	4	0.8
Ubicación Estrategica	0.25	4	1
Buena Implementación de Equipos para Ejercicios	0.25	3	0.75
Entrenamiento personalizado al cliente	0.25	4	1
Difusión de alcance Formativo	0.25	4	1

Amenazas			
Gran cantidad de Gimnasios	0.20	4	0.8
Salida de Socios	0.25	3	0.75
Falta de implementación de Máquinas	0.20	3	0.6
Deserción de clientes	0.20	4	0.8
Reducción de Equipos	0.25	3	0.75

Fuente: Matriz de Evaluación de Factores Externos

Elaborado por: RUEDA, Diego

1.7. Matriz de Evaluación de Factores Internos

Las fortalezas que va tener el gimnasio frente a los nuevos competidores que buscan una mejora en el servicio, aplicando estrategias de servicio al cliente la empresa obtendrá resultados positivos frente a competidores.

Es necesario contar con un equipo de trabajo altamente calificado para la guía de rutinas de ejercicio de tal manera que los clientes se sientan a gusto de contar con una guía personalizada.

Importancia de la Matriz EFI

Aplicar estrategias de mejora continua en cuanto al servicio de gimnasio que se ofrece a nuestros clientes para visitar nuestras instalaciones obteniendo resultados positivos para un crecimiento a futuro.

Tabla 21. Matriz de Factores Internos

Factores Claves Internos	Peso	Calificación	Valor Ponderado
Buen Servicio	0.05	4	0.2
Asesoramiento personalizado	0.3	3	0.9
Promociones alternativas para los clientes	0.04	3	0.12

Plan nutricional	0.05	4	0.2
Adecuación de maquinaria	0.04	4	0.16
Personal calificado	0.05	3	0.15
Horarios Accesibles	0.05	3	0.15
Debilidades			
Falta de comunicación en Administración	0.3	2	0.6
Rotación de Horarios	0.05	1	0.05
No cuenta con un plan de contingencia	0.02	2	0.04
Total	1		2.57

Fuente: Evaluación de factores Internos

Elaborado por: RUEDA, Diego

1.8. Matriz de Perfil Competitivo

La matriz de perfil competitivo permite conocer cuales son los factores importantes para el crecimiento del negocio, además de identificar cuales son sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, se debe contar con estrategias que permitan en un futuro un crecimiento empresarial.

Los Factores Claves del éxito en una organización

Es una herramienta que permite la mejora de un negocio a futuro con las estrategias mas importantes dentro del mismo obteniendo resultados alcanzables dentro del mismo verificando la información que requiere de tal manera que se logre establecer estrategias de mejora continua dentro del negocio con es la atención al cliente y el servicio que son factores que destacan de una empresa.

Tabla 22. Matriz Perfil Competitivo

		Iron Sport Gym		Gimnasio Manantial		Capital Gym	
Factores Clave	Peso	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje	Rating	Puntaje
Administración	0.15	4	0.40	3	0.30	3	0.40
Publicidad	0.1	3	0.40	3	0.40	2	0.45
Tecnología	0.15	3	0.45	3	0.40	3	0.50
Innovación	0.15	4	0.75	4	0.50	4	0.60

Marca	0.2	4	0.80	3	0.60	4	0.75
Total	1		2.80		2.20		2.70

Fuente: Matriz de Perfil Competitivo

Elaborado por: RUEDA, Diego

1.9. Fuerzas de Porter

Se comienza desarrollando la visión de la empresa. Después se establece la estrategia necesaria para cumplir la visión de la empresa. Hay que tener en cuenta desde los factores cuantitativos y cualitativos hasta el poder y la jerarquía dentro de una empresa.

Obtener resultados alcanzables frente al servicio que se va a tener en cuanto a sus funciones de tal manera que la empresa cuente con estrategias de crecimiento en el negocio y sus espacios de recreación para los clientes.

Poder de negociación de los clientes

El negocio contará con estrategias de negociación con los clientes en cuanto al servicio que se va a ofrecer en función a las necesidades para lograr las actividades que los clientes necesitan.

Poder de negociación de los proveedores

La negociación con los proveedores es de vital importancia ya que con ello se puede obtener grandes aportes en cuanto a lo que el negocio necesita para iniciar sus actividades, la negociación de precios y los equipos que se va a necesitar para el inicio de sus actividades.

Amenaza de nuevos competidores entrantes

El ingreso de nuevos competidores al mercado del fitness con estrategias que pueden afectar al negocio en futuro para ello se debe tener en cuenta a que mercado está dirigido y que servicio ofrece.

- Recursos que se va a necesitar en la empresa
- Calidad del servicio
- Capital que va a necesitar el negocio
- Publicidad y distribución

Amenaza de nuevos productos sustitutos

Ofrecer un servicio de calidad para los clientes es de vital importancia ya que podemos tener en cuenta las necesidades para el mejoramiento de la salud del cliente, con la innovación constante.

Tenemos que estar siempre a la vanguardia en cada momento ya que la empresa tendrá que dar a conocer sus servicios para el crecimiento empresarial.

Rivalidad entre los competidores

El posicionamiento de mercado con el que la empresa va a contar para el crecimiento del servicio de gimnasio con la innovación en sus equipos y maquinas para el ejercicio.

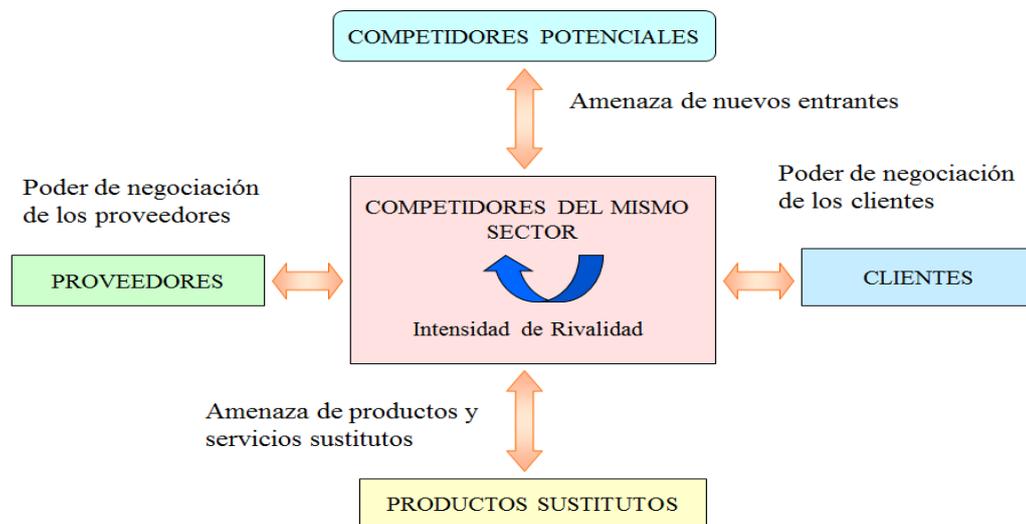


Grafico 11. fuerzas de porter del negocio Iron Sport Gym

Fuente: Fuerzas de Porter

Elaborado por: RUEDA, Diego

1.10. Promoción y publicidad

Para realiza las estrategias de publicidad debemos de utilizar elementos que sean persuasivos y seductores que nos ayuden a convencer a los clientes potenciales de los servicios que ofrecen.

1.10.1. Publicidad

Dentro de una organización es importante que exista la publicidad de tal manera que se aplique estrategias de mejora en su producto/servicio que se tiene para los clientes.

Es importante que el negocio cuente con mejoras ya que los clientes buscan servicio de calidad y la publicidad para un negocio es el impacto principal en una organización que requiere normas necesarias para el crecimiento en una organización.

1.10.2. Promoción

Son las acciones que tiene una empresa para impulsarse en el mercado competitivo con las ventas de tal manera que se logra establecer promociones que impulsan el crecimiento del producto/servicio que se ofrece a las personas al igual que las necesidades que tiene el cliente para adquirirlo y sentirse a gusto.

Descripción:

- Mejoramiento del Logotipo
- Crear anuncios atractivos
- Diseño de afiches, trípticos, hojas volantes
- Boceto de valla publicitaria
- Creación de pagina web

Estrategia Creativa

Nombre de la Estrategia: Conozca nuestro GYM

Definición: Los Afiches, trípticos, hojas volantes son medios publicitarios mediante los cuales se da a conocer los productos y servicios que se están ofertando. Es un documento diseñado para ser entregado a mano por correo

Objetivo: Informar de los servicios que ofertara el GYM

Importancia: Es una herramienta importante de marketing y un excelente medio para promover uno o varios productos que se ofrecen de manera atractiva para los posibles clientes potenciales.

Alcance: Ciudadanía en general del sector y poblaciones cercanas.

Estrategia:

La información que necesita la empresa para con el servicio teniendo en cuenta como se va a proyectar el negocio y su imagen dentro del mismo

Se requiere que el negocio tenga un impulso como es ofrecer el servicio de calidad para las personas a través de guías nutricionales dentro del gimnasio.

La satisfacción del cliente es importante ya que a su vez pueden recomendar el servicio a familiares y amigos, además tener en cuenta el servicio que el negocio va brindar a los nuevos clientes.

Afiches

Los negocios necesitan de afiches ya que es una herramienta importante ya que se puede colocar en ella el lugar en donde se encuentra ubicado el negocio y la información que se requiere en cuanto a los servicios que se ofrece, es importante que el nuevo negocio tenga la herramienta para su crecer en el mercado del fitness.



Trípticos

Es un documento informativo doblado en varias partes que de esta forma se obtiene una pieza grafica, contiene la información del Gym y de los servicios que oferta de una manera sencilla y apropiada para un mejor entendimiento del consumidor. Un tríptico es ideal para enumerar las ventajas, beneficios y detalles técnicos de los servicios del gimnasio.



Hoja Volante

La empresa necesita vender su servicio y sea de calidad de tal manera que se logre cumplir con las necesidades que se requiera para que el servicio llegue a las personas y pueda darse a conocer de los servicio que ofrece el negocio a sus clientes.

Con el asesoramiento de profesionales cualificados,
Disponemos de gran variedad de actividades para
que elijas las que más te gustan y las combines como
tú quieras.

- Sala fitness
- Ciclo indoor
- Pilates
- Aerosalsa
- Aerobic
- Liftraining
- Cardiobox
- Fitball
- GAP

Presentando esta publicidad
Descuento valido uno por persona.

Con Horarios que se adaptan a ti desde las 10 Hrs. hasta las 21 Hrs.
VISITANOS Y TE ASESORAMOS PERSONALMENTE

ESTRATEGIAS ALTERNATIVAS

En relación con el estudio de mercado se ha identificado que el Gimnasio debería utilizar lo siguiente:

- a) Pagina Web
- b) Vallas Publicitarias
- c) Publicidad Móvil

Pagina web

Estrategia Alternativa

Nombre de la Estrategia: Web gym

Definición: Red de ordenadores a nivel mundial, como el envío y recepción de correos electrónicos la posibilidad de ver información en la Pagina web.

Objetivo: Crear la página Web

Importancia: Con el internet podemos impulsar nuestro negocio a través de promociones que se realicen en su campaña.

Alcance: las personas pueden acceder al internet para la consulta de precios y promociones que el gimnasio ofrece.

Tácticas:

- Crear una pagina web del servicio que se ofrece
- Hacer énfasis en la publicidad del negocio
- Contratar los servicios de un profesional en el área para que se encargue periódicamente de las actualizaciones necesarias para la página Web.

Seguimiento a los clientes

Con el cual se pretende armar una base de datos para manejar de mejor manera y dar seguimiento a los clientes con lo cual se busca fidelizar y conservar la cartera de clientes y mejorar el control de los mismos, por lo cual se planea realizar envío de email a nuestros clientes ,para de esta manera promocionar los nuevos servicios.

Nuevos mercados alternativos

Y de esta manera abarcar nuevos mercados objetivos , que con el crecimiento del gimnasio se podrá ir abriendo nuevos campos, y nuevos servicios, así como la compra de nueva maquinaria e infraestructura acorde a los cambios actuales.

CAPÍTULO II

2. ÁREA DE PRODUCCIÓN (OPERACIONES)

Encargarse de que el producto o servicio ofrecido por la empresa sea de interés para las personas, también se encarga de que los productos lleguen a la mano de los clientes.

2.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE PRODUCCIÓN

Aplicar un proceso de captación de clientes al negocio, ofreciendo un servicio de calidad a los clientes, es importante que el negocio cuente con la herramienta ya que se puede establecer estrategias de mejora en el servicio, además de tener maquinas que ayuden a las personas a su condicion física y bajar el ritmo de ansiedad de las personas, teniendo una rutina de ejercicios.

Conseguir estos aspectos hace que sea necesaria en el negocio y se pueda tener un crecimiento a futuro con el servicio que se ofrece a los clientes.

2.2. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

2.2.1. Descripción de proceso de transformación del bien o servicio.

La actividad física incluye el ejercicio, así como otras actividades que involucran el movimiento corporal y se realizan como parte del ejercicio, el trabajo, el transporte activo, las labores domésticas y las actividades recreativas.

Realizar actividad física que ayude a las personas a mantener una buena salud y también mejorar su manera de alimentación de tal manera que se obtenga resultados positivos.

Mapa de Procesos

Se define gráficamente en lo que se conoce cómo diagrama de valor, en él se combina cada una de las estrategias que va tener el negocio para aplicarlos a diario.

Procesos Clave:

Tener en cuenta que el negocio va estar enfocado al mejoramiento de calidad de vida de las personas al momento de realizar los ejercicios y también cumpliendo con lo que el cliente necesita para su vida a diario.

Procesos Complementarios

El negocio debe contar con equipo informatico actualizado ya que se va a requerir ingresar información del cliente, control de peso y ficha de información para el cumplimiento de normas en el negocio.

Los Procesos Estratégicos

Aplicar estregias de planeación de actividades con los clientes en cuanto a sus rutinas de ejercicio de tal manera que se logre cumplir las necesidades que requiere, esto a futuro puede verser como un éxito en las actividades que vayan a implementarse en un futuro.

Mapa de Procesos

Es el conjunto de actividades y recursos interrelacionados que transforman los elementos de entrada en elementos de salida aportando valor para el usuario. Por ejemplo: un proceso productivo. (Conexión Esan, 2016)

Diagrama de Flujo

Es una representación grafica que tiene el negocio para el cumplimiento de actividades en cuanto a lo que se requiere en un futuro, frente a las necesidades de los clientes.

Diagrama Busisness Process Model and Natation

El diagrama BPMN nos permite una mejor organización empresarial en sus funciones con las actividades que se plantean dentro del negocio.

Mapa de Procesos

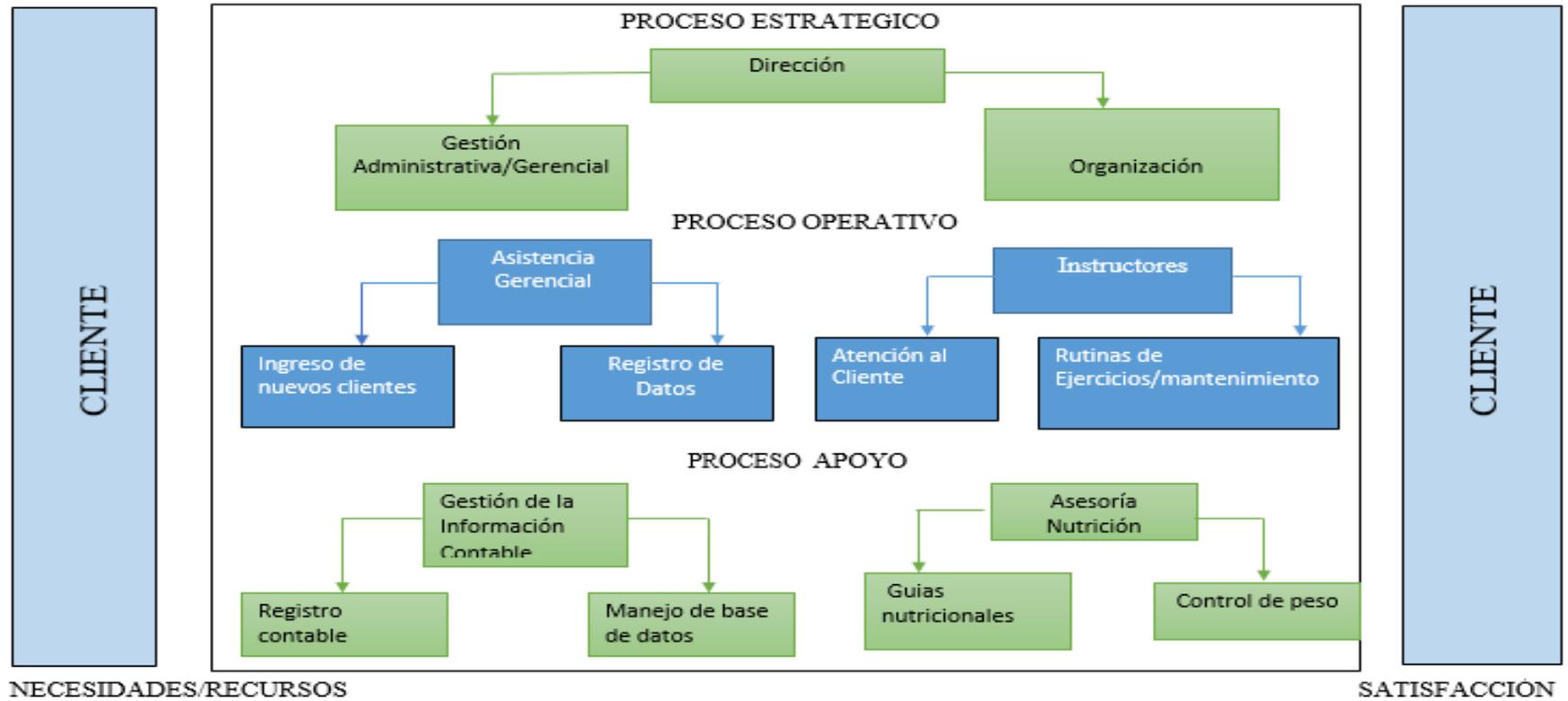


Imagen 1. Mapa de Procesos
Elaborado por: RUEDA, Diego

Diagrama de Flujo

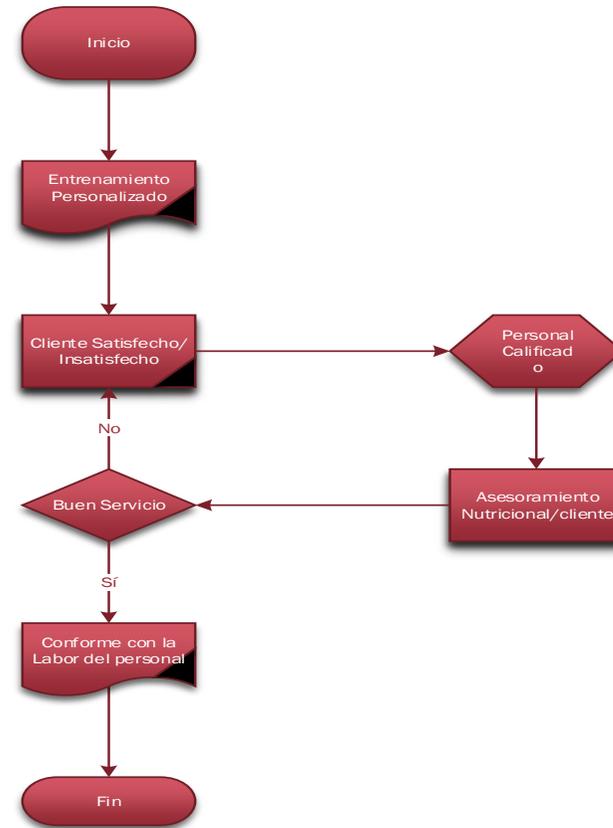
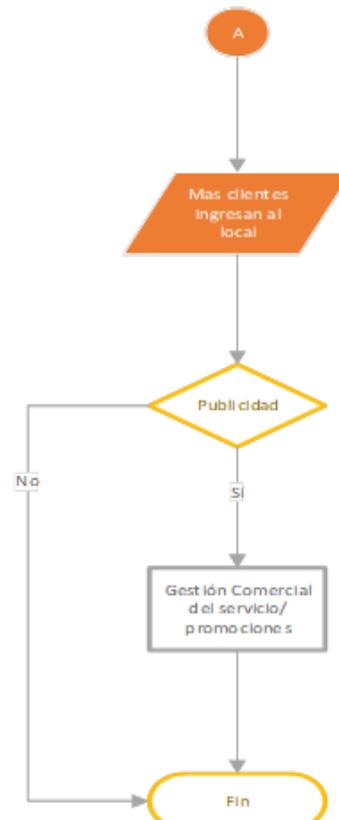
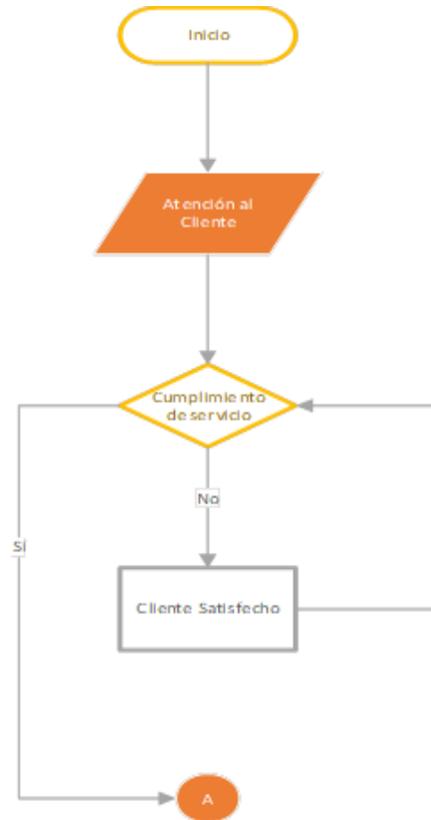


Imagen 2. Diagrama de Flujo
Elaborado por: RUEDA, Diego

Diagrama Business Process Model and Notation

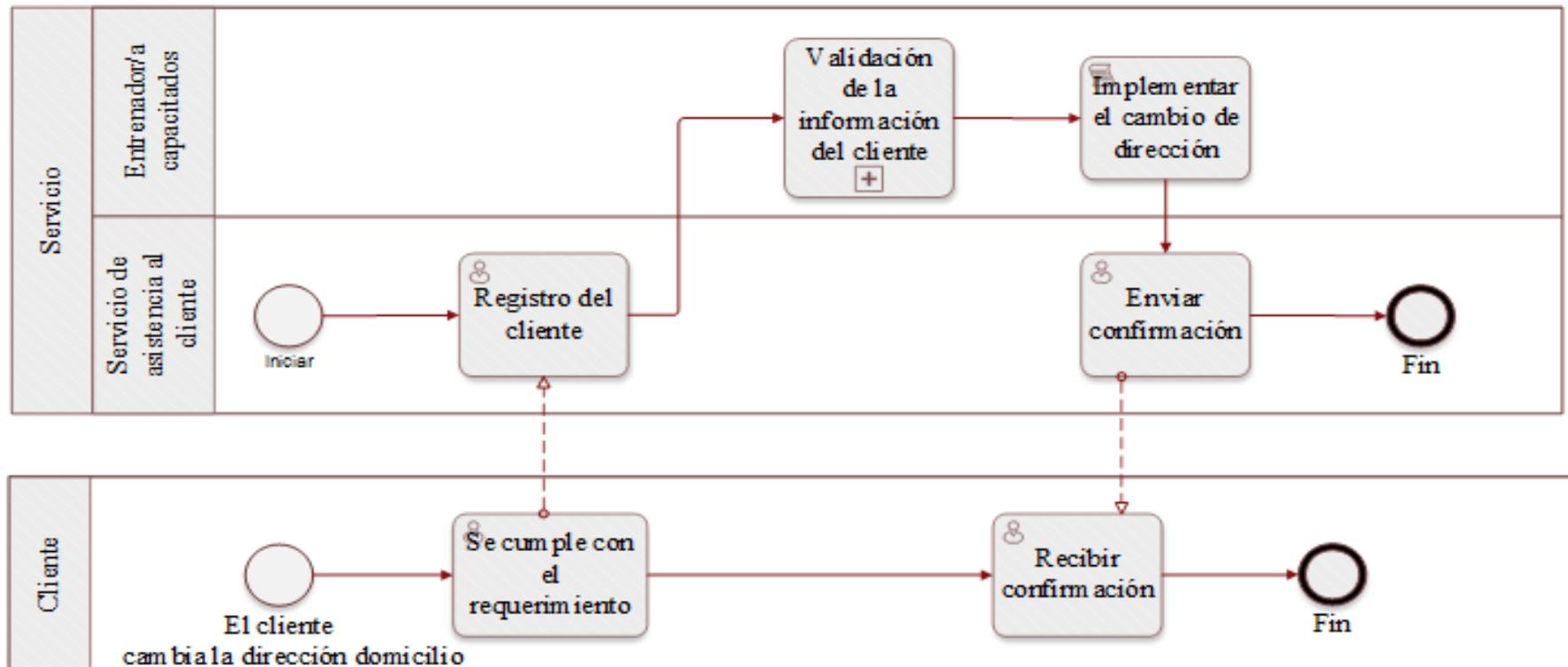


Imagen 3. Diagrama Business Process Model and Natation

Elaborado por: RUEDA, Diego

2.2.2. Descripción de instalaciones, equipos y personas.

La empresa Iron Sport Gym cuenta con maquinaria para ejercitarse y está a disposición de los clientes que visiten nuestras instalaciones a continuación detallaremos los equipos con los que cuenta la Empresa Iron Sport Gym.

Tabla 20. Descripción De Equipos

Actividad	Equipo	Especificaciones	Costo
Pesa con Barra		La barra estándar suele tener un grosor de 1 pulgada en la zona de carga de los discos, pesando entre 8 kg y 20 kg dependiendo de la longitud.	\$600.00
Remo T para Espalda		Ejercicio multiarticular de la parte superior del cuerpo para desarrollar la espalda	\$700.00
Escaladores		Capacidad de carga máxima 220.5 Ibs, altura de escalada 80 -85 pulgadas,	\$450.00
Abdominalera		Utiliza el propio peso para trabajar en abdomen	\$500.00
Bicicletas Estáticas		Monitor LCD, sensor de frecuencia cardiaca, regulador de resistencia, volante de inercia, ruedas de soporte, pedales con calapiés	\$400.00

<p>Prensa para Piernas</p>		<p>Seat y ajuste relleno con espuma de polietileno con tipo de cuero cubierto, 4 cargadores laterales de discos longitud alto</p>	<p>\$700.00</p>
----------------------------	---	---	-----------------

Elaborado por: RUEDA, Diego

DESCRIPCIÓN DE EQUIPOS

El negocio Iron Sport Gym, contara con sus equipos y maquinaria, en donde las personas realizan sus actividades físicas, de tal manera que se detalla cuántas máquinas el local tendrá para brindar un servicio de calidad a las personas que visiten las instalaciones, es de vital importancia que los clientes se sientan seguros con las normas de bioseguridad que se va a implementar al mismo tiempo satisfechos con el tipo de entrenamiento requerido, brindando la comodidad en un lugar seguro el cuál dispone de los implementos necesarios para la realización de cada entrenamiento y también con la asesoría de un plan nutricional necesario para un mejor estado de salud, logrando así que los clientes tengan una buena imagen del establecimiento y los mismos los promuevan con futuros nuevos clientes ya que es la base de un trabajo honesto, el cual permitirá ganar un prestigio dentro de la competencia habitual local.

Los factores de impacto del negocio es la cordialidad alumno – instructor y nutricionista los mismos que van de la mano para un servicio de óptima calidad y obteniendo respuestas favorables en el campo deportivo, llegando así a cumplir con las expectativas que los clientes necesitan, para garantizar la calidad del servicio.

Gráfica de las Instalaciones del Gimnasio

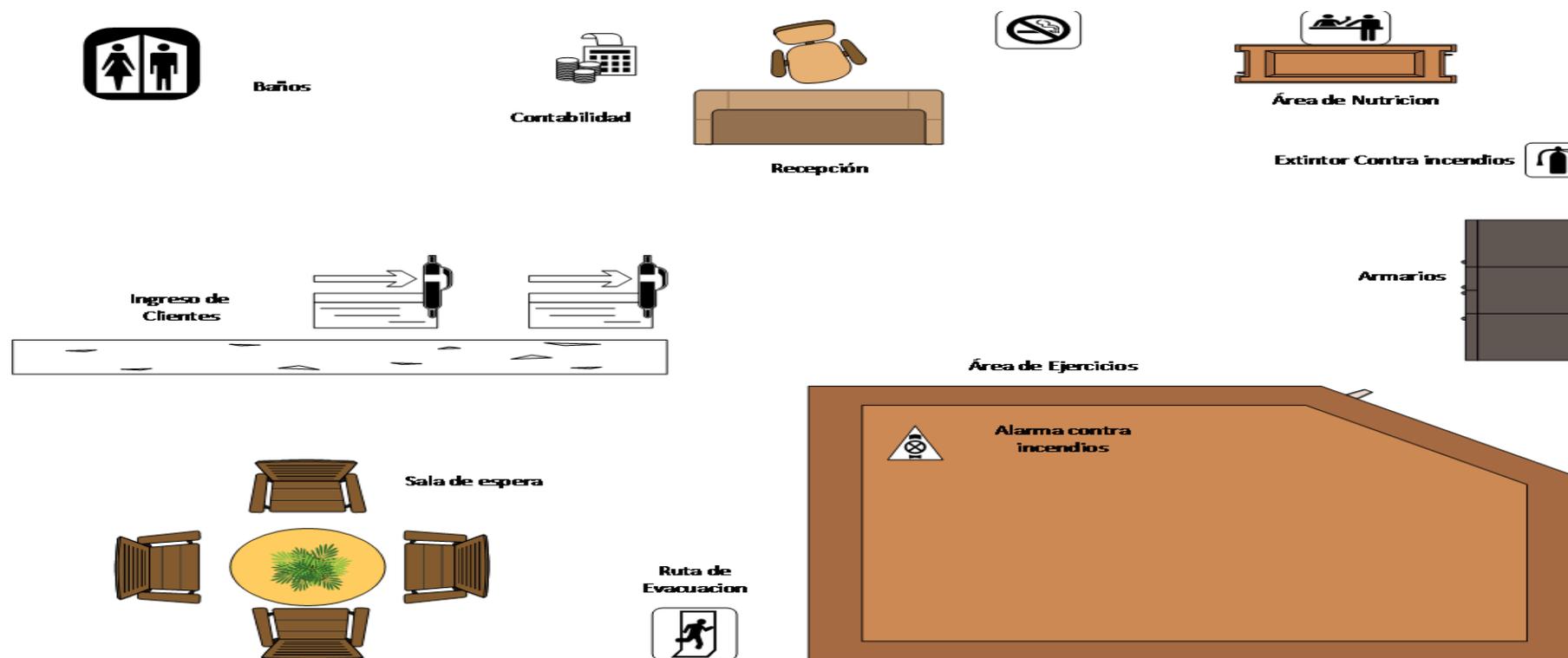


Imagen 4. Instalaciones
Elaborado por: RUEDA, Diego

Tabla 21. Tiempo Empleado que realizan los Clientes

Actividad	Tiempo	No. de personas	Horas -hombre
Preparación Física	15 min	6	90
Acondicionamiento físico	15 min	10	150
Ejercicio con pesas	45 min	10	450
Rutina de abdominales	30.min	8	240

Fuente: Iron Sport Gym

Elaborado por: RUEDA, Diego

Tabla 22. Actividad física que realizan los clientes

Actividad	Tiempo	No. de personas	Horas -hombre
Preparación Física	15.min	6	90
Ejercicio con Cardio	30.min	10	300
Spinning	30.min	10	300

Fuente: Iron Sport Gym

Elaborado por: RUEDA, Diego

2.2.3. Tecnología Aplicar

Uno de los objetivos de cualquier empresa es ahorrar en todo lo posible, pero muchas veces es necesario invertir para minimizar los costos por ineficiencias, ver resultados reales y entender el verdadero valor de una tecnología.

Tabla 23. Tecnología Aplicar en un Futuro

EQUIPAMIENTO	CARACTERÍSTICAS	IMAGEN
ESCRITORIO	Es necesario contar con un escritorio para el local ya que registros asistencia de los clientes	
SILLA	Disponer de una silla adecuada es fundamental para prevenir futuras lesiones que perjudican no solo al propio trabajador sino también al empresario.	
COMPUTADOR	Permite realizar una gran variedad de tareas, esto la convierte en una máquina de propósitos generales a diferencia en el proceso	
BARRAS OLÍMPICAS	Desarrollan apropiadamente los músculos sinergistas y estabilizadores, permiten copiar mejor las características de los gestos deportivos, son más económicas que las máquinas.	
MÁQUINAS (Caminadoras)	Ayudará a fortalecer las piernas si la usamos en intensidad medio-alta y tonificar el tronco superior debido a los movimientos implícitos al correr.	
POLEAS	Las poleas se basan en un mecanismo mediante el cual se facilita el movimiento de grandes cantidades de peso con poco esfuerzo.	
COLCHONETAS	Las colchonetas de yoga pueden emplearse, así mismo, en otra clase de ejercicios físicos. En cualquier momento que realices ejercicios en el suelo.	
LOKERS PARA GIMNASIO	Permite almacenar su ropa y accesorios de las personas que ingresan al gimnasio	

Fuente: Información Iron Sport Gym

Elaborado por: RUEDA .Diego

2.3. FACTORES QUE AFECTAN EL PLAN DE OPERACIONES

2.3.1. Ritmo de producción.

La empresa no cuenta con un plan de producción, únicamente va ofrecer el servicio de gimnasio, y asesoría nutricional para los clientes que requieran acceder a los beneficios.

Tabla 24. Ritmo de Producción

Actividad	N° de personas	Tiempo Promedio	Tiempo Nominal	Ritmo de trabajo
Gimnasio	10	1.30 min	13	8
Bailo Terapia	8	1.00 hora	8	5
Yoga	5	30 min	150	4
Pilates	7	15 min	105	3
Asesoría Nutricional	9	25 min	225	6

Fuente: Iron Sport Gym

Elaborado por: RUEDA, Diego

2.3.2. Nivel de Inventario Promedio.

Tabla 25. Nivel de Inventario del Negocio Iron Sport Gym

Detalle	Cantidad
Colchonetas	20
Pesas	100
Soga	2
Mancuernas	10
Guantes	6
Muñequeras	10
Total	148

Fuente: Iron Sport Gym

Elaborado por: RUEDA, Diego

2.3.3. Número de trabajadores

En el negocio Iron Sport Gym cuenta con un total de 5 empleados los cuales dirigen al negocio, es de vital importancia que tengan sus horarios establecidos y cumplan los requerimientos que necesita el negocio.

Tabla 26. Personal que labora en la Empresa

Trabajadores	Cantidad	Especificación
Gerente General	1	Fijo
Asistente Poli funcional	1	Fijo
Instructor Técnico	1	Fijo
Entrenador	1	Servicios
Asesor Nutricionista	1	Servicios Profesionales

Nota: En la empresa existe un aproximado de 3 personas que trabajan con un salario fijo lo cual es importante que se aplique un adecuado orden en cuanto a la cantidad de empleados que se vayan a contar. Se espera en un futuro incrementar su planta de trabajadores ofreciendo diferentes actividades para que los clientes que ingresan al gimnasio puedan ejercitarse de una mejor forma.

Fuente: Iron Sport Gym

Elaborado por: RUEDA, Diego

El nuevo negocio esta conformado por un equipo que ayuda a la mejora del servicio, brindando la atención necesaria para que los clientes encuentren una satisfacción en el servicio que el gimnasio ofrece a sus clientes, teniendo en cuenta las necesidades de las personas en mejorar su estilo de vida.

Actividades que van a realizar los trabajadores

Gerente

Estará encargado de dirigir el negocio, que sus empleados cumplan con su trabajo y aplicar estrategias de mejora en cuento al servicio que se ofrece como gimnasio, además tendrá la obligación de capacitar a los empleados en técnicas de servicio al cliente

Asistente Polifuncional

Su principal función es mantener un adecuado orden en sus actividades de registro de documentación, clientes, contabilidad, horario de ingreso de los preparadores físicos.

Instructor técnico

Estará a cargo del acondicionamiento físico, además tendrá a cargo una planificación en horarios para los alumnos.

Entrenador Físico

Esta engargado de realizar las actividades físicas con los alumnos de tal manera que puedan llevar un orden en sus ejercicios diarios, que se aplica constantemente en el gimnasio.

Asesor Nutricional

Un asesor especializado en nutrición es un experto en la planificación de dietas enfocadas a objetivos concretos para los clientes que se realizan el chequeo.

2.4. CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

2.4.1. Capacidad de Producción Futura.

Al ser una empresa de servicios no va a existir un producto en transformación, ya que nuestra empresa va a servir a la localidad de una manera oportuna con el servicio de gimnasia.

Únicamente se ofrecerá los servicios de gimnasio para lo cual se tendrá que tener en cuenta el tiempo en el que las personas realizan su actividad física.

Se busca en un futuro expandirnos de tal manera que se pueda ofrecer más servicios en beneficio de las personas para la mejora de su estilo de vida.

Aplicar estrategias de marketing, para que las personas que asistan a las instalaciones se sientan a gusto con el desempeño que el equipo de trabajo les brinda para lo cual a cada una de las personas se las va a realizar un cuestionario de satisfacción que permita a la empresa crecer con las observaciones que tengan las personas, para la implementación de un local más amplio.

Esto hará que marques la diferencia frente a tu competencia y que los clientes estén satisfechos tanto con tus entrenamientos, como con la marca en general.

La fidelización puede generar diferentes resultados de acuerdo con los objetivos que te has propuesto, sin lugar a duda, esta estrategia lleva al éxito de un negocio piensa que entre más clientes felices tengas tanto antiguo, como nuevas personas habrá más oportunidades.

Tabla 27. Capacidad de Producción Futura

Año	Cantidad de Producción Futura
1	\$25 dólares
2	\$35 dólares
3	\$45 dólares
4	\$60 dólares
5	\$120 dólares

Fuente: Iron Sport Gym

Elaborado por: RUEDA, Diego

2.5. DEFINICIÓN DE RECURSOS NECESARIOS PARA LA PRODUCCIÓN

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

En la empresa de servicio de gimnasia ofrecerá ejercicios personalizados para las personas que buscan una mejoría en su salud, obteniendo información de los clientes que visitan nuestras instalaciones.

La empresa no cuenta con materia prima que se fabrique, únicamente se ofrece el servicio de gimnasio al público en general.

2.6. CALIDAD

El principal factor de calidad es el servicio al cliente que ofrece el gimnasio para los clientes que necesitan mejorar su estilo de vida a través del ejercicio y su alimentación.

Imagen profesional en la atención al cliente

Es importante que el gimnasio cuente con un personal calificado que organice a los alumnos a realizar sus ejercicios de la mejor manera y puedan tener un panorama de cómo se encuentra su progreso con el ejercicio.

Confiabilidad.- Nuestros clientes se sientan a gusto con el servicio que se ofrece.

Accesibilidad.- precios cómodos para nuestros clientes.

Respuesta.- tener una respuesta a las inquietudes que tengan los clientes.

Seguridad.- Brindar la seguridad adecuada a cada uno de los clientes que visitan las instalaciones.

Empatía.- ser empáticos con los clientes que visitan las instalaciones, brindándoles seguridad en todo momento.

Método de Control de Calidad

En la empresa vamos a medir la calidad a través de un análisis de encuesta a cada una de las personas que están ocupando nuestro servicio de gimnasio, es importante

que se realice la encuesta ya que para nosotros la opinión del cliente es de vital importancia.

Esto se va a realizar a través de un período determinado el cual permitirá obtener resultados favorables en cuanto a los requerimientos que se necesite para el control de la calidad de servicio.

Al menos dos tendrá que ser dos herramientas como Hojas de verificación y Gráficos de Control, Pareto por esta razón, la calidad de la gestión está íntimamente ligada con el capital humano de una organización. No puede haber calidad, si no hay calidad valga redundancia, en las personas una organización con un recurso humano competente, y con un propósito de calidad, puede destacarse como poseedora de una muy significativa e importante ventaja competitiva.

Adicionalmente, todas aquellas actividades internas conducen a la producción de bienes de consumo son en esencia servicios internos que involucran la transferencia de datos e información de una persona a otra, de un área a otra.

La toma de conciencia en relación con la forma en cómo afecta y contribuye lo que hace, en el logro de los objetivos y metas de la organización.

Hoja de Verificación

La hoja de verificación permite un control en las actividades que se realizan en el negocio para brindar un servicio de calidad de tal manera que se cumpla con las necesidades primordiales que los clientes tengan para el cumplimiento de las actividades y que el negocio busque la mejora continua en el servicio que va ofrecer.

Es importante que la hoja de verificación se detalle cada una de las actividades para el cumplimiento de verificación de la información que se tiene y control de sus funciones.

Hoja de Verificación Empresa Iron Sport Gym

Tabla 28. Hoja de verificación de la Empresa Iron Sport Gym

N°	Nombre del Indicador	Fuente de Información	Recolección de información del cliente	Responsable
1	Aumento de los clientes	Clientes	Encuestas de Satisfacción	Administrador/Gerente
2	Satisfacción laboral	Clientes	Encuestas de Satisfacción	Administrador/Gerente
3	Disminución de quejas y reclamos	Clientes	Encuestas de Satisfacción	Administrador/Gerente
4	Aumento de felicitaciones y aspectos destacados	Clientes	Encuestas de Satisfacción	Administrador/Gerente
5	Ejecución de capacitación de conocimientos técnicos	Clientes	Encuestas de Satisfacción	Administrador/Gerente
6	Asistencia a la capacitación de conocimientos técnicos	Clientes	Encuestas de Satisfacción	Administrador/Gerente
7	Ejecución de capacitación de servicio al cliente	Clientes	Encuestas de Satisfacción	Administrador/Gerente
8	Entrega de informe mensual de calificación de colaboradores	Clientes	Encuestas de Satisfacción	Administrador/Gerente
9	Clientes que otorgaron calificación	Clientes	Encuestas de Satisfacción	Administrador/Gerente
10	Nivel de satisfacción	Clientes	Encuestas de Satisfacción	Administrador/Gerente

Fuente: Información de cliente

Elaborado por: RUEDA, Diego

Calificación de la Hoja de Verificación

Tabla 29 Calificación de la Hoja de Verificación

N°	Nombre del Indicador	Bueno	Excelente	Malo
1	Aumento de los clientes	X		
2	Satisfacción laboral		X	
3	Disminución de quejas y reclamos			X
4	Aumento de felicitaciones y aspectos destacados	X		
5	Ejecución de capacitación de conocimientos técnicos		X	
6	Asistencia a la capacitación de conocimientos técnicos		X	
7	Ejecución de capacitación de servicio al cliente	X		
8	Entrega de informe mensual de calificación de colaboradores			X
9	Clientes que otorgaron calificación	X		
10	Nivel de satisfacción		X	

Bueno	4
Excelente	4
Malo	2
Total	10

Fuente: Información de cliente

Elaborado por: RUEDA, Diego

Diagrama de Pareto

El diagrama de Pareto también conocido como la distribución A-B-C, es una representación grafica para determinar como se encuentra la empresa en cuanto a las necesidades que tiene el negocio y que puedan se rsolventadas de la mejor manera, esto quiere decir que se analiza las causas y los efectos que tiene el negocio para el inicio de sus actividades.

Es importante ya que se puede evaluar factores importantes como el crecimiento del negocio y también para la toma de desiciones dentro de una organización, evaluación de factores que afectan a el crecimiento del negocio y la adecuada estructuración de la organización para el crecimiento corporativo.

Un diagrama de Pareto es una técnica que permite clasificar gráficamente la información de mayor a menor relevancia, con el objetivo de reconocer los problemas más importantes en los que deberías enfocarte y solucionarlos.

Las características más importantes del diagrama de Pareto son:

- Es una técnica de cálculos simples.
- Analiza las características de un grupo y reconoce los puntos más importantes dentro de él para darles prioridad.
- Permite tomar decisiones objetivas que se basen en los datos y no en opiniones personales. (QuestionPro, 2020).

Diagrama de Pareto

Tabla 30. Diagrama de Pareto

Cod.	Causas / averías	N° Incidencias	% del Total	% acumulado
1	Falta de Cuidado en máquinas	564	40,8%	40,8%
2	Mantenimiento inadecuado	373	27,0%	67,8%
3	Falta de información Operativo	175	12,7%	80,4%
4	Problema de materiales utilizados	131	9,5%	89,9%
5	Inconvenientes con red de Energía Eléctrica en local	76	5,5%	95,4%
6	Replanificación de instructivos y plan de Ejercicios	36	2,6%	98,0%
7	Otros	28	2,0%	100,0%
	Total de causas	1383	100,0%	

Fuente: Información de Clientes

Elaborado por: RUEDA, Diego

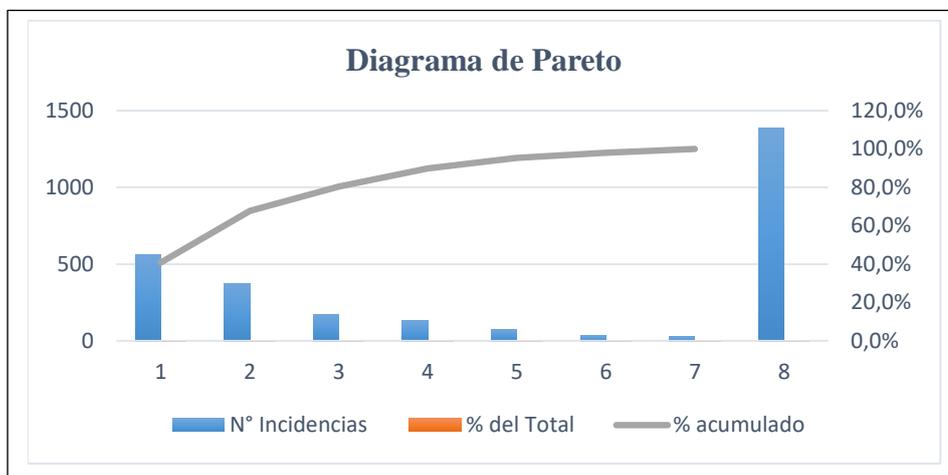


Diagrama de Ishikawa

El diagrama causa y efecto permite evaluar las necesidades que tiene la empresa al momento de realizar su estudio para la dterminación de sus factores importantes los cuales se los resalta en un diagrama de pescado para identificar en donde se encuentra sus principales factores para determinar el crecimiento empresarial.

Kaoru Ishikawa

Es un científico japonés que se enfoco a crear el diagrama de pescado mas importante ya que con ello se lograron establecer factores determinantes del éxito en la gestion de calidad, para poder determinar los factores de causa y efecto que tienen las empresas.

Identificación en problemática

Los elementos de las causas y efectos que intervienen en el desarrollo de la empresa Iron Sport Gym en el mejoramiento estratégico empresarial se detalla a continuación en un diagrama Ishikawa.

Diagrama de Ishikawa

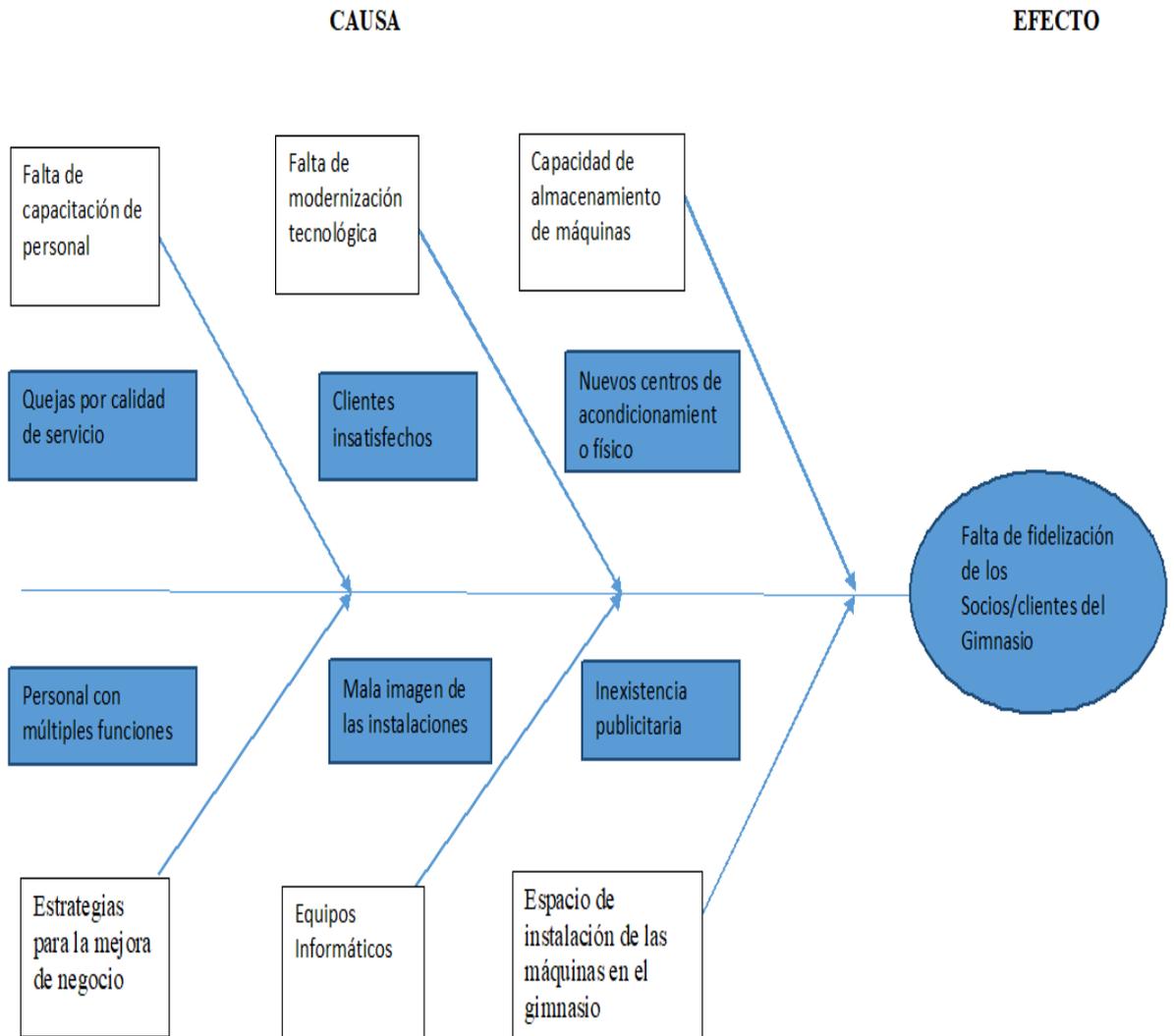


Imagen 5. Diagrama de Ishikawa
Elaborado por: RUEDA, Diego

Lluvia de Ideas

La lluvia de ideas puede resolver desde problemas operativos hasta impulsar grandes estrategias al más alto nivel gerencial, por lo tanto vale la pena ensayarla, algunas reglas conceptuales de la lluvia de ideas son las siguientes.

La lluvia de ideas ayuda a que las empresas encuentren estrategias de impulsar un negocio, ya que con ello se van a ver mas comprometido con los clientes que visitan el negocio, ayuda a impulsar su marca y también se consolida a las personas para permanecer en el negocio.

Las empresas están en constante evolución ya que buscan el crecimiento empresarial, además es importante que los clientes se sientan a gusto con el producto/servicio que ofrece, la lluvia de ideas ayuda a ser mas creativos con el publico y también es una herramienta de crecimiento para aplicarlo dentro del mismo.

Lluvia de Ideas

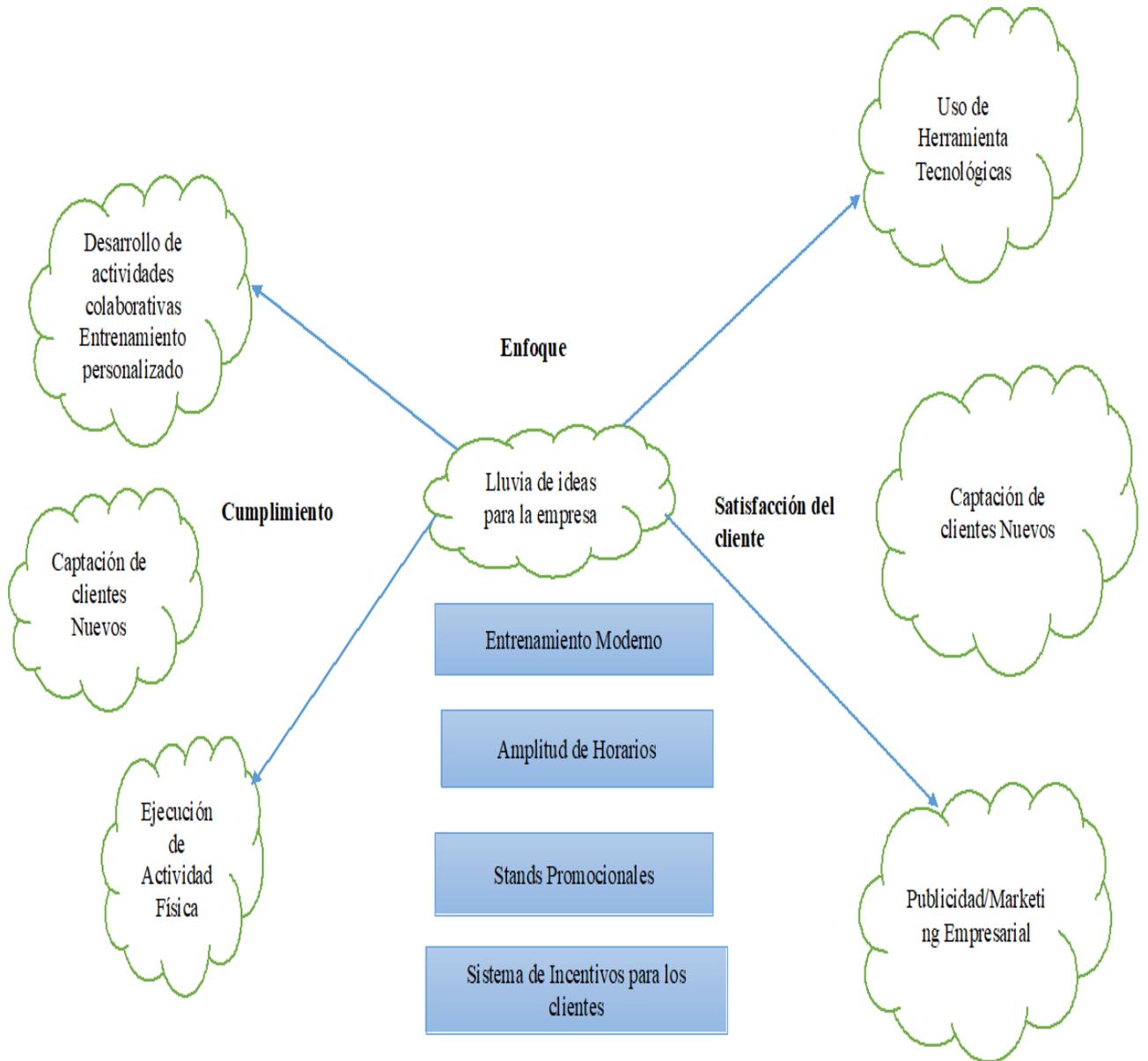


Imagen 6. Lluvia de Ideas
Elaborado por: RUEDA, Diego

2.7. NORMATIVAS Y PERMISOS QUE AFECTAN SU INSTALACIÓN.

2.7.1. Seguridad e Higiene Ocupacional

La seguridad e higiene laboral en una empresa es importante ya que con ello se puede establecer de mejor manera los factores que tienen las empresas en seguridad de la salud y bienestar de los empleados, se determina cada una de sus funciones de acuerdo al tipo de establecimiento que cuenta el negocio y la actividad que se dedica.

De tal manera que el empleado cuente con las debidas normas de seguridad en el lugar de trabajo y su estabilidad dentro del mismo.

Es importante que el empleado tenga los equipos necesarios para el cumplimiento de su trabajo y el espacio adecuado para realizar sus actividades físicas-deportivas.

Tabla 31. Requerimientos necesarios para la prevención de riesgos laborales

SEGURIDAD Y SALUD OCUPACIONAL IRON SPORT GYM	
Seguridad y Salud Ocupacional	Acciones preventivas para mejorar la seguridad
La organización cuenta con un plan de aseguramiento del trabajador las cuáles pueden ser afectadas por los riesgos laborales que ocurren en todo momento, además la empresa protege los intereses de los trabajadores brindando las debidas normas de seguridad laboral.	<p>Comprar máquinas y herramientas seguras</p> <p>Cumplir las normas de seguridad indicadas por el fabricante.</p> <p>Mantener las distancias adecuadas entre los equipos; el usuario debe ser capaz de pasar entre los aparatos sin golpearse con ellos o con algún otro usuario.</p> <p>Utilizar si es posibles equipos sin partes sobresalientes.</p>
Iron Sport Gym cuenta con las debidas normas de seguridad para el empleado de tal	<p>Señalizar el lugar en donde va a realizar su trabajo.</p> <p>Tener un espacio adecuado para la realización de sus actividades dentro del trabajo.</p>

<p>manera que no exista inconformidad por la otra parte.</p> <p>Iron Sport Gym cuenta con las herramientas de trabajo para precautelar la seguridad del trabajador.</p>	<p>Mantener el orden de su lugar de trabajo. Disponer de botiquín medico para las personas que acuden al gimacio.</p> <p>Cumplir con los protocolos de bioseguridad.</p>
---	--

Fuente: Riesgos Laborales Iron Sport Gym
Elaborado por: RUEDA, Diego

CAPÍTULO III

3.-ÁREA DE ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

La empresa Iron Sport Gym contribuye a utilizar mejor los medios que tiene a su disposición también facilita la comprensión y comunicación entre los distintos componentes de una organización, y aporta las medidas para que se puedan realizar actividades que la empresa de manera eficiente aplique estrategias de mejora.

La organización de un negocio se basa a la función que desempeña la empresa para el cumplimiento de actividades, gracias a ellas seremos capaces de entender con más claridad el concepto de organización empresarial.

3.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DEL ORGANIZACIÓN Y GESTIÓN

Desarrollar competencias que permitan coadyuvar en la generación de productos o servicios mediante la utilización apropiada de herramientas de gestión de calidad.

3.2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO Y DEFINICIÓN DE OBJETIVOS

3.2.1. Visión de la Empresa.

Ser una empresa líder en el mercado para los próximos cinco años con el más alto nivel de profesionalismo e innovación en sus servicios para la salud de las personas y mejor estilo de vida cumpliendo con los requerimientos de bioseguridad y también una expansión del negocio.

3.2.2. Misión de la Empresa:

Ofrecer a la comunidad del sector la Mariscal norte de Quito, un servicio de calidad con el más alto nivel de profesionalismo para la ejecución de actividades físicas y de nutrición a las personas que visiten nuestras instalaciones.

3.2.3. Objetivos y Estrategias

Identificar cada una de las necesidades que tienen las personas para mejorar su estilo de vida a través de la nutrición y el deporte obteniendo así resultados positivos.

- Obtener información precisa de los clientes al momento de requerir el servicio.
- Aplicar una guía nutricional para las personas que visitan nuestras instalaciones.
- Asesorar al cliente para que realice una buena ejecución en sus ejercicios diarios.

Análisis FODA

Es un estudio importante en la planificación de una empresa/negocio el cual permite destacar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas con las que cuenta el negocio de tal manera que se establece que es importante cumplir con cada una de las actividades que se requiere para el mejoramiento en las actividades, tanto en forma de generación y crecimiento.

Permite analizar de forma objetiva cada una de las actividades con las que cuenta la empresa para el cumplimiento de las actividades dentro de la organización.

El análisis FODA nos permite aplicar estrategias de mejora en el negocio para nuestros competidores, es importante ya que se establecen estrategias de cumplimiento con el servicio que el negocio ofrece para las personas.

Es importante tener en cuenta que los negocios están en constante evolución e innovación de sus servicios para el crecimiento.

Las empresas manejan su trabajo constantemente para mejorar la calidad en los productos y servicios que se ofrecen a los clientes.

Análisis FODA de la Empresa Iron Sport Gym

Tabla 32. Cuadro de Análisis FODA al Negocio Iron Sport Gym

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • BUEN SERVICIO 	<ul style="list-style-type: none"> • AMPLIACIÓN A MAS LOCALES
<ul style="list-style-type: none"> • PAGOS ACCESIBLES 	<ul style="list-style-type: none"> • IMPACTOS SOCIALES
<ul style="list-style-type: none"> • PERSONAL CAPACITADO 	<ul style="list-style-type: none"> • CONVERTIRSE EN UNA MARCA RECONOCIDA
<ul style="list-style-type: none"> • UBICACIÓN ESTRATÉGICA 	<ul style="list-style-type: none"> • ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO AL CLIENTE
<ul style="list-style-type: none"> • BUENA IMPLEMENTACIÓN DE EQUIPOS PARA EJERCICIOS 	<ul style="list-style-type: none"> • DIFUSIÓN Y ALTERNATIVAS PRÁCTICAS DE RÁPIDO ALCANCE FORMATIVO
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • FALTA DE COMUNICACIÓN EN ADMINISTRACIÓN 	<ul style="list-style-type: none"> • GRAN CANTIDAD DE GIMNASIOS
<ul style="list-style-type: none"> • ROTACIÓN DE HORARIOS 	<ul style="list-style-type: none"> • SALIDA DE SOCIOS
<ul style="list-style-type: none"> • NO CUENTA CON PLAN CONTINGENCIA 	<ul style="list-style-type: none"> • FALTA DE IMPLEMENTACIÓN DE MÁQUINAS

Fuente: Análisis FODA Iron Sport Gym

Elaborado por: RUEDA, Diego

Especificaciones del Producto/Servicio

Aspectos innovadores/diferenciadores que proporciona.

Ofertar un multiservicios deportivos para varios segmentos de la población, asesoría nutricional, bailo terapia, ejercicios con pesas, yoga, acondicionamiento físico.

Qué mercado se va a tocar en general.

Las empresas/negocios generan oportunidades de crecimiento con el avance del fitness y los diferentes aspectos como la mejora en la salud de las personas con una guía de trabajo de los instructores quienes estaran a frente para mantener un adecuado orden al momento de realizar los ejercicios y las personas tengan un mejor habito de vida.

DIMENSIÓN CONDUCTUAL

Tabla 33. Dimensión Conductual

VARIABLE	DESCRIPCIÓN
Tipo de necesidad	Social, Salud
Tipo de servicio	Asesoría Deportiva
Relación con la marca	Si
Actitud frente al servicio	Positiva

Fuente: Información Iron Sport Gym

Elaborado por: RUEDA, Diego

Aspectos Innovadores

Evaluación Inicial

Las personas que incician su preparación física se tienen que tener en cuenta una evaluación de su actividad física, lo cual permitirá al entrenador a tener un mejor panorama de cuantas personas necesitan un plan de ejercicios y mejorar su salud.

Permanente Motivación

Las personas que visitan el gimnasio van a encontrar motivación constante por parte del entrenador para que realicen sus ejercicios de la mejor manera, lo cual la actividad física es de gran importancia para un cuidado de la salud, las personas buscan sentirse bien y el ejercicio es la mejor forma de encontrar la estabilidad emocional.

Sistema de Incentivos

Que el cliente se sienta satisfecho por el precio es importante, los incentivos como descuentos en la mensualidad de un gimnasio por aportaciones significativas, son una forma eficaz de aliviar el bolsillo de los clientes. Es una fórmula ideal para hacer al cliente protagonista del gimnasio, recomendando a su círculo más cercano.

Entrenamiento Moderno

El entrenamiento funcional tiene como principal objetivo utilizar el movimiento del cuerpo en todos sus ejes y en sus rangos de movimiento natural, y no solo la musculatura en forma localizada.

Como consecuencia generar un mejor rendimiento físico, mayor coordinación, agilidad y también un mayor gasto de calorías por minuto que cualquier otra actividad. (Sanatorio Argentino, 2014).

Música Adecuada

No necesariamente es una innovación para gimnasios, pero sí es una parte importante que sirve para que el cliente se motive, sienta la fuerza de la canción y se guíe por el ritmo que escucha. (10 ideas innovadoras para mejorar tu negocio de gimnasio, 2014)

Standings Promocionales

La publicidad es importante en todo negocio, así como el marketing y ahora más que nunca es importante estar presente en internet y mejor en las redes sociales, sin olvidar los métodos tradicionales, procurando se mantenga con la eficacia de siempre. (Repositorio de página web, 2014)

Aspectos clave que deben formar parte de un gimnasio innovador

- Cuentas con las últimas tecnologías del sector, las aplicas en el día a día de la gestión de tu club y en las estrategias de fidelización y captación.
- Dispones de máquinas de gimnasio profesionales innovadoras y de calidades capaces de brindar al usuario un entrenamiento personalizado y adaptado a sus características.
- Sigues las tendencias en fitness y has implementado alguna de ellas en tu centro. En definitiva, ofreces una mejor experiencia de cliente.

El modo de trabajo, la gestión del equipo y la administración del club también deben responder a criterios que se relacionan con la idea, de nada sirve contar con las últimas tecnologías, si estas no se implementan de la forma correcta, por ejemplo, ¿para qué quieres un software que mida entradas y salidas, si después no las revisas y no utilizas la información en tus estrategias de fidelización? O, ¿por qué ofrece la posibilidad de reservar clases a través de una app si esta no funciona o si después tampoco extrapolas la información a tu trabajo diario? (CONSEJOS FITNESS PARA GIMNASIOS Y PROFESIONALES, 2020).

ESTRATEGIA DE LA EMPRESA IRON SPORT GYM

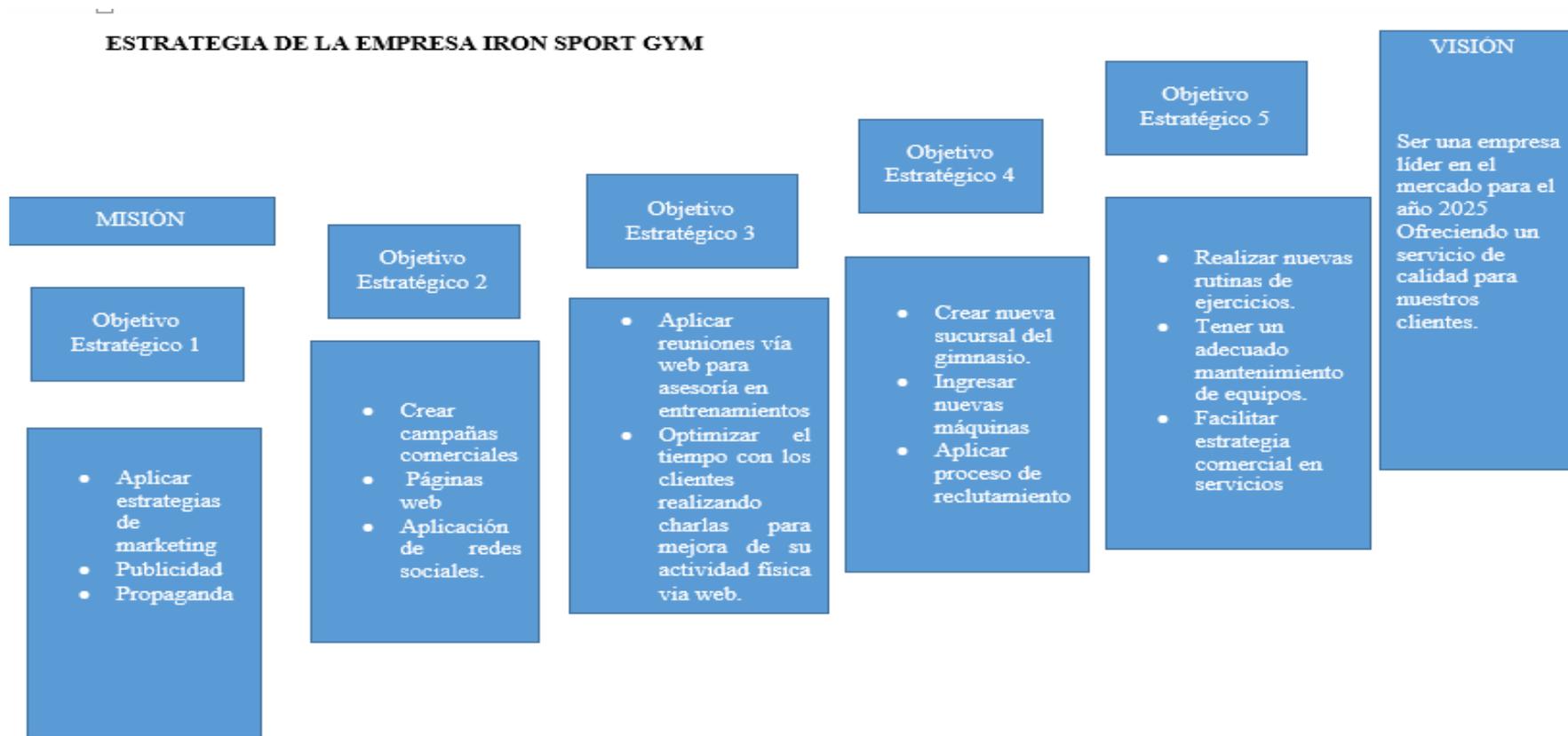


Imagen 7. Estrategias
Elaborado por: RUEDA, Diego

3.3. ORGANIZACIÓN FUNCIONAL DE LA EMPRESA

La organización por funciones de una empresa reúne las áreas, a todos los que se dedican a una actividad es el tipo de estructura organizacional, que aplica el principio funcional o principio de la especialización para cada tarea que se realice en el gimnasio Iron Sport Gym es probable que la organización emplean esencialmente las pequeñas empresas que ofrecen una línea limitada de productos/servicios por que facilita la atención y también posibilita a generar de mejor manera cada uno de los recursos que se emplea con eficiencia para obtener mejores resultados.

3.3.1 Organización Interna

El negocio debe contar con una estructura organizacional para determinar como se encuentra su organización es de vital importancia ya que con ello se logra tener en cuenta el numero de personas con las que el negocio va a necesitar para un crecimiento a futuro.

El negocio Iron Sport Gym, contara con planes de trabajo para los clientes y una guía de ejercicios para que puedan aplicarlos de la mejora manera.

El objetivo principal de un analisis FODA es determinar sus factores de oportunidad para el crecimiento empresarial y el servicio que tiene para las peronas que accedena un plan de ejercicios.

ORGANIGRAMA IRON SPORT GYM

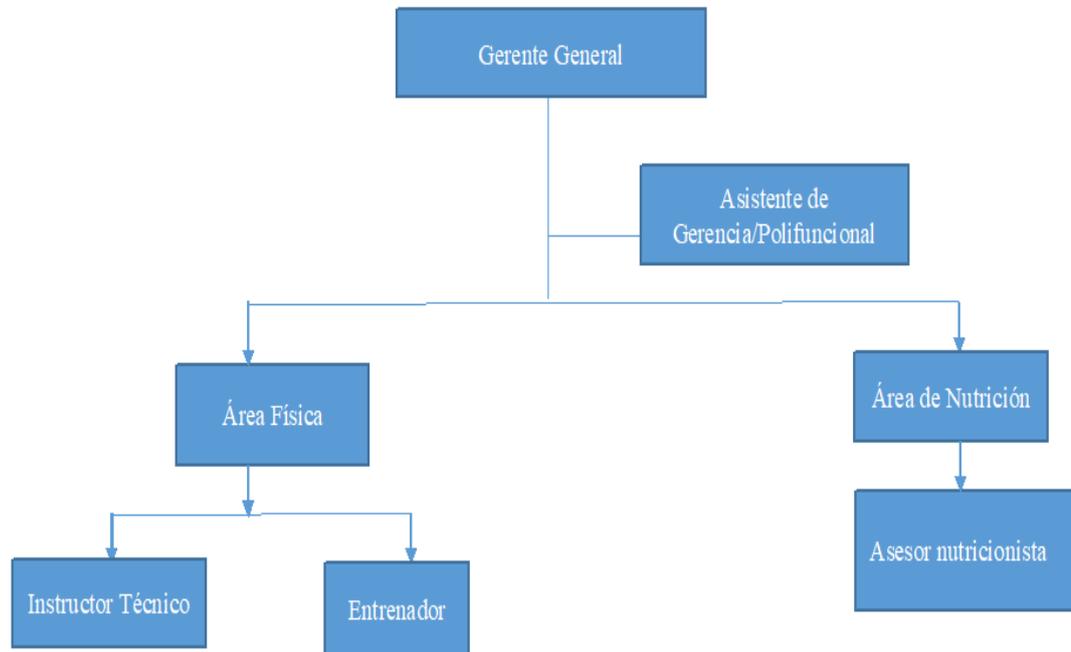


Imagen 8. Organigrama Estructural

Fuente: Iron Sport Gym

Elaborado por: RUEDA, Diego

3.3.2 Descripción de Puestos.

Es importante que se cumple con cada uno de los procesos de reclutamiento realizando pruebas psicométricas que permitan un mejor proceso de contratación para las personas que aplican a un puesto de trabajo que requiere de compromiso con las personas que realizan el proceso de selección.

Descripción Genérica

Aplicar pruebas psicométricas al personal que labora dentro para determinar de mejor manera lo que la empresa necesita y si es el caso ingresar personal que requiera la organización.

Se debe tener en cuenta cada uno de los aspectos para la selección del personal que va a conformar la empresa y las funciones a desempeñar.

Información Básica

Tabla 34. Descripción del Puesto de Gerente General

Información Básica	
Puesto:	Gerente General
Supervisa:	Empleados del Gimnasio
Naturaleza del puesto	
Implementar para el área del deporte un gerente con experiencia en negociación, gestión de equipos, y asesoramiento técnico, quien estará a cargo de controlar los procesos administrativos del gimnasio.	
Funciones	
Facilidad de palabra	
-Habilidad para liderar equipos de trabajo	
-Resolución ante problemas o situaciones inesperadas	
-Capacidad para toma de decisiones	
-Coordinar en cada una de las áreas	
-Responsable	
-Disponibilidad de horario	
Requisitos Mínimos para el puesto	
Título Profesional:	Ingeniero en Administración de Empresas
Experiencia:	5 años - 8 años
Habilidades:	Liderazgo – Trabajo en Equipo
Formación:	Tercer Nivel

Fuente: Descripción de Funciones

Elaborado por: RUEDA, Diego

Descripción de Puesto Asistente de Gerencia

Tabla 35. Descripción del puesto de Asistente de Gerencia

Información Básica	
Puesto:	Asistente de Gerencia
Jefe Inmediato:	Gerente General
Supervisa:	
Naturaleza del puesto	
Brindar asistencia, gestión administrativa y apoyo logístico a la Gerencia General para el cumplimiento de normas que se requiera en la administración.	

Funciones	
Organizar y distribuir las actividades del personal con el objeto de llevar un orden interno de las actividades diarias. Reportar la gestión administrativa Atender las consultas de los usuarios internos y externos Elaborar documentación de personal	
Trabajo en equipo Orientación a los resultados Tolerancia a la presión	
Requisitos Mínimos para el puesto	
Título Profesional:	Tecnóloga/o en Asistente de Gerencia
Experiencia:	3 años - 5 años
Habilidades:	Liderazgo – Trabajo bajo Presión
Formación:	Tercer Nivel

Fuente: Descripción de Funciones

Elaborado por: RUEDA, Diego

Descripción del Puesto de Instructor

Tabla 36. Descripción del Puesto de Instructor Técnico

Información Básica	
Puesto:	Instructor Técnico
Jefe Inmediato:	Gerente General
Supervisa:	Entrenador
Naturaleza del puesto	
Aplicar el entrenamiento con las personas que ingresan al gimnasio realizando una evaluación de su condición física. Responsable de la orientación de los clientes para la mejora la en la actividad física.	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Habilidad de enseñanza para el deporte • Elaboración de plan de trabajo Asesoramiento personalizado al cliente <ul style="list-style-type: none"> • Aptitud para dirigir. • Aptitud para el liderazgo. • Aptitud para la planificación. 	
Requisitos Mínimos para el puesto	
Título Profesional:	Licenciado en Cultura Física
Experiencia:	4 años - 7 años

Habilidades:	Comunicación – Trabajo en Equipo
Formación:	Tercer Nivel

Fuente: Descripción de Funciones

Elaborado por: RUEDA, Diego

Descripción del Puesto de Entrenador

Tabla 37. Descripción del puesto de Entrenador

Información Básica	
Puesto:	Entrenador
Jefe Inmediato:	Instructor Técnico
Supervisa:	Gerencia
Naturaleza del puesto	
Proporcionar a los clientes una guía de trabajo para sus rutinas de ejercicio diario. Mantener un adecuado cumplimiento en la aplicación de normas de seguridad con los clientes.	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Asumir responsabilidad para el entrenamiento de los clientes • Dirigir clases grupales de acondicionamiento físico • Proporcionar a los clientes ejercicios seguros y razonables. 	
<ul style="list-style-type: none"> • Pensamiento creativo • Habilidades sociales • Visión estratégica 	
Requisitos Mínimos para el puesto	
Título Profesional:	Técnico Superior en Deportes
Experiencia:	2 años - 5 años
Habilidades:	Pensamiento Creativo – Habilidad Social

Fuente: Descripción de Funciones

Elaborado por: RUEDA, Diego

Descripción del perfil de Asesor Nutricionista

Tabla 38. Descripción del puesto de Asesor Nutricionista

Información Básica	
Puesto:	Asesor Nutricionista
Jefe Inmediato:	Instructor Técnico
Supervisa:	Gerencia
Naturaleza del puesto	

Aplicar una guía de nutrición para el cliente obteniendo resultados que favorezca la correcta alimentación, de tal manera que el cliente se sienta a gusto con los resultados al final de sus actividades físicas.	
Funciones	
<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar una guía nutricional para el cliente. • Ayudar a mantener un peso adecuado. • Recomendar una buena alimentación. 	
Pensamiento creativo Habilidades sociales Tolerancia a la presión Visión estratégica	
Requisitos Mínimos para el puesto	
Título Profesional:	Nutricionista
Experiencia:	3 años - 7 años
Habilidades:	Pensamiento Creativo – Comunicación
Formación:	Tercer Nivel

Fuente: Descripción de Funciones

Elaborado por: RUEDA, Diego

3.4. CONTROL DE GESTIÓN

Es un proceso administrativo que requiere de actividades importantes para la elaboración de informes que contara la empresa y también para la revisión de los diferentes aspectos de gestión de control administrativo, aplicación de funciones a los diferentes sistemas de trabajo y de cumplimiento con las normas.

Manejar la cultura organizacional de la empresa es importante ya que fortalecemos el compromiso de crecimiento y la innovación de los servicios que va tener el negocio.

La responsabilidad social con las personas y el planeta ya que es de suma importancia para el crecimiento organizacional.

3.4.1 Indicadores de gestión.

Grado de satisfacción del cliente

La satisfacción del cliente es uno de los factores fundamentales si queremos triunfar en el mundo de las ventas, nuestros pilares serán conseguir nuevos clientes y fidelizar a los mismos. (Pablo Teijeria, 2017)

Tabla 39. Indicadores de Gestión

Área	Indicador de gestión	Porcentaje	Fórmula
Servicio al cliente	Nivel de satisfacción del cliente	% de crecimiento de clientes	# de clientes satisfechos/ # de clientes Insatisfechos
Área comercial	Número de clientes que asisten al gimnasio	% incremento en ventas	# de clientes que asisten al gimnasio/ #clientes que no asisten al gimnasio
Eficiencia	Numero de resultados y recursos utilizados	% de personas eficientes	Resultado alcanzado/costo Real
Efectividad	Numero de resultados Esperados y resultados obtenidos	% de Resultados alcanzados	Puntaje de eficiencia + puntaje de eficacia/2
Rentabilidad	Número total de inversión dividido para el beneficio total	% de rentabilidad del negocio	Valor actual de la inversión – valor inicial de la inversión +dividendos /valor inicial de la inversión
Competitividad	Numero de competidores/cantidad de competidores	% de incremento de negocios	Calculo de un promedio simple del valor de las variables
Rotación de clientes	Numero de clientes que no adquieren el servicio	% de clientes que dejan de usar el servicio	# (De clientes perdidos/ clientes Iniciales) x 100

Calidad	Numero de clientes satisfechos/números de clientes Insatisfechos	% de calidad del servicio	Producción real – Unidades defectuosas/ producción total
---------	--	---------------------------	--

Fuente: Indicadores de Gestión

Elaborado por: RUEDA, Diego

3.5. NECESIDADES DEL PERSONAL

En el momento de apertura del gimnasio quienes estarán al frente de las operaciones y conformaran el equipo de 5 colaboradores son; Gerente General, la asistente de gerencia, Instructor técnico tendrán un contrato fijo, entrenador y asesor nutricionista por servicios prestados, el número de colaboradores estará estipulado con un contrato renovable si la misma lo requiere.

CAPÍTULO IV

4. ÁREA JURÍDICO LEGAL

Al ser un proyecto de creación de empresa se afirma que la opción más acertada aplica la figura jurídica de compañía limitada.

4.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO JURÍDICO LEGAL

Facilitar una correcta estructuración organizacional del negocio Iron Sport Gym CIA LTDA., obteniendo una información correcta que permita que las personas que van a estar al frente de la compañía puedan tener un documento que garantice el cumplimiento de las disposiciones del negocio.

4.2. DETERMINACIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

La persona Jurídica con la que se constituirá la organización es de Responsabilidad Limitada de conformidad con lo previsto en el Art. 2 de la Ley de Compañías (Compañías, 2018), cómo se lo detalla a continuación.

Tabla 40. Requisitos para la creación de una Compañía Limitada

Requisitos para la Creación de una Compañía Limitada	
Acuerdo de voluntades	Según la Ley de Compañías, una compañía de Responsabilidad Limitada debe constituirse con un mínimo de 2 y un máximo 15 personas, por su propia voluntad y bajo su entera satisfacción.
Estatutos	Para cumplir con el trámite de legalización de los estatutos, los socios se reúnen en una notaría para la firma y legitimación de los mismos,
Razón Social	Esta deberá ser por decisión unánime
Socios	Cada socio responderá por sus obligaciones hasta el valor de la aportación individual de acuerdo a lo que dicta la Ley de Compañías.
Capital	Para la constitución de la empresa se estipula como capital suscrito el valor de \$ 400,00 cuatrocientos dólares americanos y el capital pagado del mismo valor.

Fuente: Superintendencia de Compañías

Elaborado por: RUEDA, Diego

Obtención del Ruc

Requisitos generales para identificación del contribuyente persona natural o representante legal. (Servicio de Rentas Internas, 2020)

Tabla 41. Obtención del RUC

Nombre del Requisito	Detalle del Requisito	Características Específicas del Ciudadano	Forma de presentación
Documento de identificación	Cédula de Identidad	Ecuatoriano/ Extranjero Residente	Original
	Pasaporte Ecuatoriano	Ecuatoriano/ Extranjero Residente	Original y copia para inscripción y solo original para actualización
	Pasaporte + Visa	Extranjero no residente	Original y copia para inscripción y solo original para actualización
	Credencial o certificado de refugio	Extranjero no residente	Original y copia para inscripción y solo original para actualización
Documento migratorio	Documento que acredite la condición migratoria regular en el territorio insular	Ecuatoriano/ Extranjero no residente	Original y copia del documento vigente que acredite la condición migratoria regular
Certificado de votación.	Certificado de votación, certificado de exención; o certificado de pago de multa por no sufragar	Ecuatoriano	Original

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: RUEDA, Diego

Tabla 42. Proceso de Inscripción

Detalle del Requisito	Forma de Presentación	Características del Requisito
Código CUEN	Informar el código	Este código consta de 10 dígitos se encuentra registrado en la factura de servicio.
Código Único Electrónico Nacional		
Factura, planilla, comprobante de pago	Presentación del original	Se representa únicamente el original de las facturas planillas o comprobante de pago de agua o teléfono.
Factura o estados de cuenta	Copia simple	Facturas o estados de cuenta correspondiente a telefonía fija o móvil
Comprobante de pago de impuesto predial	Copia simple	
Cualquier documento emitido por una entidad p	Original	Certificaciones de cualquier entidad pública, contrato de servicios básicos, orden de instalación de cualquier medidor o línea telefónica.
Contrato o factura de arrendamiento, contrato	Copia simple	Contrato de arrendamiento cuyo canon de arrendamiento supere una RBU
Contrato de concesión comercial	Copia simple	
certificado de la junta parroquial más cercana	Original	Se acepta este requisito únicamente para aquellos casos en que el predio no se encuentre catastrado.
Escritura de compra y venta del inmueble	Copia Simple	La escritura de compra venta del inmueble deberá encontrarse inscrita en el registro de la propiedad. (Servicio de Rentas Internas , 2020)

Fuente: Servicio de Rentas Internas**Elaborado por:** RUEDA, Diego

PATENTES

La Patente Municipal es un impuesto que pagan las personas que tienen una actividad económica en el Distrito Metropolitano de Quito (Municipio de Quito, 2019).

Para la atención de la misma se requieren los siguientes requisitos.

Requisitos para la Inscripción en el Registro de actividades Económicas Patente

Tabla 43. Requisitos Generales

Requisitos Generales
Formulario de inscripción firmado por el representante legal o apoderado en caso de que firme otra persona a su nombre será necesario presentar un poder especial.
Original y copia simple o copia notariada de la cédula de identidad y certificado de votación vigente última elección del representante legal o apoderado.
Original y copia simple o copia notariada del nombramiento vigente del representante legal inscrito en el Registro mercantil o en la entidad de control respectiva. En el caso de sociedades civiles, de hecho, patrimonios independientes o autónomos con o sin persona jurídica, contrato de cuentas de participación, consorcio de empresas, se requiere presentar original y copia simple o copia notariada del nombramiento del representante legal con el reconocimiento de firmas o protocolizado.
Copia simple del RUC
Copia simple de la factura o planilla de los servicios básicos donde ejecuta la actividad económica de uno de los tres últimos meses
Acuerdo de Responsabilidad y uso de medios electrónicos firmado por el representante legal
Copia simple del RUC del contador para personas jurídicas o sociedades obligadas a llevar contabilidad
En el caso de que la inscripción la realice una tercera persona, original y copia simple o copia notariada de la cédula de identidad de la persona autorizada y que consta como tal en el formulario de inscripción.

Fuente: Municipio de Quito

Elaborado por: RUEDA, Diego

Requisitos para Inscripción de Ruc

Tabla 44. Requisitos para Inscripción de RUC

Requisitos Adicionales	
Información	Documento que sustente la creación de la sociedad de acuerdo a cada tipo:
Requisitos necesarios para la apertura del RUC	Documentos que certifique que la compañía se encuentra regulada por la organización.
Organizaciones sin fines de lucro y bajo control de la Superintendencia de Economía social y Solidaria	Original y copia simple o copia notariada del acuerdo ministerial o copia simple del Registro oficial donde se encuentra publicado.
Civiles y comerciales o civiles y Mercantiles	Original y copia simple o copia notariada de la escritura pública de constitución inscrita en el Registro Mercantil.
Sector público y Empresas Públicas	Original y copia simple o copia notariada de la ley, decreto ordenanza o Resolución de creación de la entidad o institución pública o copia simple del registro oficial donde se encuentre publicado.
Fideicomisos	Original y copia simple o copia notariada de la escritura pública de creación o contrato social otorgado ante el notario o juez
Sucesiones Indivisas	Original y copia simple o copia notariada de la posesión efectiva elevada a escritura pública.
Requisito necesario en donde las instituciones publicas necesitan la regularización y legalización de una compañía en el canton Quito.	

Fuente: Servicio de Rentas Internas

Elaborado por: RUEDA, Diego

4.3 LICENCIA PARA EL FUNCIONAMIENTO

Emisión del Permiso

Los negocios necesitan adquirir un permiso de funcionamiento el cual otorga la entidad pública, para el inicio de sus actividades dentro del canton, es importante que se cuente con el permiso para iniciar su negocio.

Licencia de Funcionamiento LUAE

Tabla 45. Licencia de Funcionamiento LUAE

Nombre del trámite	Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas en el DMQ Luae.
Tiempo	Procedimiento Simplificado: 1 día inmediato Procedimiento Ordinario: 15 días Procedimiento Especial: 60 días
Costo	Gratuito
Donde puedo Realizar el trámite	Balcón de servicios de Administraciones Zonales, Calderón, la Delicia, La Mariscal, Los chillos, Tumbaco, Eloy Alfaro, Quitumbe, Bicentenario.
Requisitos	Formulario de Solicitud Luae, En caso que el trámite lo realice una tercera persona, carta de autorización si el predio es de la zona la Mariscal diríjase exclusivamente al Balcón Administración de la Zona.
Pasos para realizar el Trámite	<ol style="list-style-type: none"> 1. Se necesita llenar un formulario 2. la persona debe acudir a un establecimiento para otorgar el permiso de funcion. 3. Se ingresa el formulario y requisitos en la ventanilla. 4. Tener la documentación al dia para solicitar formulario. 5. Cumplir con los requisitos para la apertura del negocio. 6. Si es de categoría III se imprime el comprobante de ingreso de trámite con os requisitos que debe presentar en la secretaría correspondiente. (LUAE, 2020)

Fuente: Licencia Única de Actividades Económicas

Elaborado por: RUEDA, Diego

Requisito para obtener el permiso de funcionamiento

Tabla 46. Requisitos necesarios para cumplimiento de normativa de la salud

Centros de Acondicionamiento físico y de la Salud Iron Sport Gym
Requisitos
Se requiere una solicitud para el permiso
Tener al día los pagos de planilla
Mantener al día los permisos para el inicio de actividades
Tener el espacio y orden de los equipos y maquinaria con los que va contar el negocio.
Cumplir con los requisitos para el cuidado de las personas, manteniendo un control de peso y alimentación.
Títulos y certificados de los Instructores y Entrenadores

Elaborado por: RUEDA, Diego

CAPÍTULO V
ÁREA FINANCIERA

5.1. OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE FINANCIERO

Determinar cuáles son los ingresos y egresos que tiene el negocio de tal manera que se obtenga la información para el desarrollo de actividades que se genere en función a los costos que se obtuvieron.

5.2. PLAN DE INVERSIONES

Para Baca (2010) define “La inversión inicial comprende la adquisición de todos los activos fijos o tangibles y diferidos o intangibles necesarios para iniciar las operaciones de la empresa, con excepción del capital de trabajo”.

Plan de Inversión

Tabla 47. Plan de Inversiones

PLAN DE INVERSIONES				
Cantidad	Descripción	Valor Unitario	Valor Total	Total General
	Instalaciones y remodelaciones			\$ 400,00
1	Adecuación del gimnasio	\$ 400,00	\$ 400,00	
	Instalaciones Eléctricas			\$ 358,80
1	Instalación y cableado 220	\$ 350,00	\$ 350,00	
4	Tomacorrientes	\$ 2,20	\$ 8,80	
	Muebles y enseres			\$ 1.440,00
2	Escritorio	\$ 140,00	\$ 280,00	
5	Silla	\$ 60,00	\$ 300,00	
2	Canceles	\$ 250,00	\$ 500,00	
3	Estanterías	\$ 120,00	\$ 360,00	
	Maquinaria y Equipo			\$11.150,00
3	Pesa con barra	\$ 600,00	\$ 1.800,00	
3	Remo t para espalda	\$ 700,00	\$ 2.100,00	
3	Escaladores	\$ 450,00	\$ 1.350,00	
3	Abdominales	\$ 500,00	\$ 1.500,00	
4	Bicicletas estáticas	\$ 400,00	\$ 1.600,00	
4	Prensa para piernas	\$ 700,00	\$ 2.800,00	
	Equipo de computación			\$ 940,00

1	Computadora	\$ 700,00	\$ 700,00	
1	Impresora	\$ 240,00	\$ 240,00	
	Equipo de oficina			\$ 705,00
1	Teléfonos	\$ 65,00	\$ 65,00	
2	Parlantes con USB	\$ 320,00	\$ 640,00	
	Inventarios			\$ 193,50
	Útiles de oficina		\$ 93,50	
3	Esferos docena	\$ 3,50	\$ 10,50	
2	Grapadora unidad	\$ 2,50	\$ 5,00	
6	Resma papel bond unidad	\$ 5,50	\$ 33,00	
3	Tinta de impresora	\$ 15,00	\$ 45,00	
	Útiles de aseo		\$ 100,00	
4	Jabón liquido 1000 ml	\$ 4,00	\$ 16,00	
4	Alcohol 1000ml	\$ 4,50	\$ 18,00	
4	Alcohol gel 1000ml	\$ 7,50	\$ 30,00	
4	Desinfectante de pisos galón	\$ 5,00	\$ 20,00	
4	Cloro galón	\$ 4,00	\$ 16,00	
	Costos de constitución			\$ 950,00
1	Registro de Nombre	\$ 400,00	\$ 400,00	
1	Pago Patente	\$ 50,00	\$ 50,00	
1	Escrituras de constitución	\$ 200,00	\$ 200,00	
1	Tramites notariales para nombramiento	\$ 300,00	\$ 300,00	
	Capital de trabajo			\$ 6.300,00
1	Arriendo	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	
	Mano de obra	\$ 5.100,00	\$ 5.100,00	
	TOTAL INVERSIÓN		\$ 22.437,30	\$22.437,30

Nota: De acuerdo al cuadro de inversiones se obtiene que el monto de la inversión para la puesta en marcha el proyecto es de \$ 22.437.30. El cuál está conformado por todos los activos fijos, tales como los bienes , muebles y equipos de cómputo que son propiedad de la empresa, como terrenos, edificios, maquinaria, equipo, mobiliario, vehículos de transporte, herramientas y otros.

Fuente: Plan de Inversiones

Elaborado por: RUEDA, Diego

Capital de trabajo

El capital de trabajo es la cantidad de recursos a corto plazo que requiere la una empresa para la realización de las actividades, antes de recibir sus primeros ingresos por la venta del servicio.

Según Sapag (2010) define:

“La inversión en capital de trabajo constituye el conjunto de recursos necesarios, en la forma de activos corrientes, para la operación normal del proyecto durante un ciclo productivo, para una capacidad y tamaño determinados. Los métodos principales para calcular el monto de la inversión en capital de trabajo son el contable, el del período de desfase y el del déficit acumulado máximo.” (p.262).

5.3. PLAN DE FINANCIAMIENTO

Los negocios deben contar con un plan de financiamiento para el inicio de sus actividades los cuales otorga entidades financieras, cooperativas permitiendo así llegar a que el negocio tenga a futuro una rentabilidad.

En la siguiente tabla se detalla la forma de financiación de la inversión que va manejar la nueva empresa, con el fin de adquirir los activos y capital de trabajo.

Forma de Financiamiento

El financiamiento es un motor importante para el desarrollo de la economía, pues permite que las empresas puedan acceder a los recursos para llevar a cabo sus actividades, planificar su futuro o expandirse. (Financiamiento, s.f.)

Capital Semilla

Es importante contar con un capital propio para precautelar la seguridad de la empresa al momento de inicio de sus actividades es importante que cuente con dinero disponible.

Financiamiento para Empresas

Aplicar a creditops a instituciones que puedan facilitar el pago a tiempo con créditos accesibles para los emprendedores que aplican a un financiamiento y puedan pagarlo a tiempo en condiciones favorables, contando con una inversión que permitirá el inicio de las actividades de la empresa.

En el momento de pedir un préstamo podemos escoger entre pedirlo en el banco o una entidad de financiación alternativa.

Ocasionalmente los préstamos para PYMES concedidos por entidades bancarias pueden presentar condiciones atractivas, pero los requisitos que se exigen suelen ser bastante estrictos. (Novicap, 2019)

Plan de Financiamiento

Tabla 48. Plan de Financiamiento

DESCRIPCIÓN	TOTAL (USD)	TOTAL %
Recursos Propios	4.137,30	18%
Efectivo	6.300,00	28%
Préstamo Bancario	12.000,00	54%
TOTAL	\$ 22.437,30	100%

Nota: El crédito bancario se lo realizará con la entidad pública Banco del Pacífico, la cual otorga una tasa de interés anual del 9,50%

Fuente: Detalle de Financiamiento

Elaborado por: RUEDA, Diego

Tabla 49. Tabla de Amortización Banco del Pacífico

AÑO	PAGO DE INTERÉS ANUAL	AÑO	Amortización mensual de capital
1	1.056,00	1	1.968,24
2	860,70	2	2.163,54
3	709,80	3	2.378,34
4	409,80	4	2.614,44
5	150,60	5	2.875,44

Nota: Se Detalla la tabla de amortización que estará sujeto de acuerdo al pago de la amortización mensual de capital y el pago de interés forma anual para los siguientes 5 años.

Fuente: Banco del Pacífico

Elaborado por: RUEDA, Diego

5.4. CÁLCULO DE COSTOS Y GASTOS

a) Detalle de Costos

En la siguiente tabla se detalla los costos que influye para el desarrollo de un plan de negocios para la creación de una empresa de multiservicios deportivos, obteniendo así los siguientes valores.

Detalle de Costos

Tabla 50. Detalle de Costos

Descripción del producto	Unidad de medida	Cantidad mensual requerida	Costo unitario	Costo mensual	Costo anual
Costo del servicio			\$ 49,00	\$ 54,50	\$ 654,00
Esferos docena	Unidades	1	\$ 3,50	\$ 3,50	\$ 42,00
Resma papel bond unidad	Unidades	2	\$ 5,50	\$ 11,00	\$ 132,00
Tinta de impresora	Unidades	1	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ 180,00
Jabón líquido 1000 ml	Unidades	1	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Alcohol 1000ml	Unidades	1	\$ 4,50	\$ 4,50	\$ 54,00
Alcohol gel 1000ml	Unidades	1	\$ 7,50	\$ 7,50	\$ 90,00
Desinfectante de pisos galón	Unidades	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 60,00
Cloro galón	Unidades	1	\$ 4,00	\$ 4,00	\$ 48,00
Mano de Obra Directa				\$ 1.700,00	\$ 20.400,00
Asistente polifuncional	Persona	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Instructor técnico	Persona	1	\$ 480,00	\$ 480,00	\$ 5.760,00
Asesor Nutricionista	Persona	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00
Entrenador	Persona	1	\$ 420,00	\$ 420,00	\$ 5.040,00
Costo Indirectos de fabricación				\$ 170,00	\$ 2.040,00
Luz Eléctrica		1	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00
Agua potable		1	\$ 40,00	\$ 40,00	\$ 480,00
Mantenimiento de equipos		1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Total				1.924,50	23.094,00

Nota: Detallamos en la siguiente tabla los rubros que tendrá la empresa para el inicio de sus actividades con la descripción de sus costos en servicio, Mano de Obra, y en sus costos indirectos de fabricación.

Costo Variable \$ 16.10

Para obtener el costo variable dividimos proyección de costos para proyección de Ingresos y obtenemos el valor en el costo variable que es de \$ 16.10 dólares americanos.

Fuente: Detalle de Costos de Servicio

Elaborado por: RUEDA, Diego

b) Proyección de Costos

La proyección de costos permite al negocio tener en cuenta los valores que se van a proyectar, además es importante detallarlos para que exista un control adecuado de las actividades que lleva a cabo en el negocio.

Es importante que para la proyección de costos se tenga en cuenta cada una de sus funciones más específicas a través de sus costos fijos y variables dentro de una organización.

El servicio de un gimnasio, es importante que se tenga los recursos necesarios para la aplicación e implementación de equipos y máquinas que contara la empresa.

Para los proyectos destinados a la generación de ingresos es necesario estimar tanto los costos de inversión como los distintos costos e ingresos que se generan de la operación de proyecto. (Como Estimar los Costos e Ingresos, 2020)

Proyección de Costos

Tabla 51. Proyección de Costos

Descripción	Costo mensual	Costos		Total Año 1	Costos		Total Año 2
		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Costo del producto	\$ 54,50	\$ 54,50	\$ -	\$ 654,00	\$ 54,95	\$ -	\$ 659,42
Mano de obra directa	\$ 2.672,61	\$ 2.672,61	\$ -	\$32.071,32	\$ 2.694,74	\$ -	\$ 32.336,88
Costos Indirectos de fabricación	\$ 170,00		\$ 170,00	\$ 2.040,00	\$ -	\$ 171,41	\$ 2.056,92
TOTAL	\$ 2.897,11	\$ 2.727,11	\$ 170,00	\$34.765,32	\$ 2.749,69	\$ 171,41	\$ 35.053,22

Costos		Total Año 3	Costos		Total Año 4	Costos		Total Año 5
Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
\$ 55,41	\$ -	\$ 664,88	\$ 55,87	\$ -	\$ 670,38	\$ 56,33	\$ -	\$ 675,93
\$ 2.717,05	\$ -	\$ 32.604,60	\$ 2.739,55	\$ -	\$ 32.874,60	\$ 2.762,23	\$ -	\$ 33.146,76
\$ -	\$ 172,83	\$ 2.073,96	\$ -	\$ 174,26	\$ 2.091,12	\$ -	\$ 175,70	\$ 2.108,40
\$ 2.772,46	\$ 172,83	\$ 35.343,44	\$ 2.795,42	\$ 174,26	\$ 35.636,10	\$ 2.818,56	\$ 175,70	\$ 35.931,09

Nota: Los costos están proyectados acorde a la tasa de inflación promedio del 0,83% de manera anual. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2020).

Fuente: Proyección de Costos

Elaborado por: RUEDA, Diego

c) Detalle de Gastos

Cuando se habla de gastos, se entiende por tales, aquellos desembolsos necesarios para brindar y mantener un servicio, cuentas que se refleja en la siguiente tabla, como son gastos, administrativos, ventas y financieros.

Detalle de Gastos

Según Gallardo (2010) afirma “tiene dos componentes básicos: gastos asociados con la operación de la organización (fabricación, administración y ventas) y aquellos que derivan de las decisiones de apalancar financieramente al proyecto u organización (a corto y largo plazo).

Tabla 52. Detalle de Gastos

GASTOS ADMINISTRATIVOS

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Sueldo del personal					\$ 700,00	\$ 8.400,00
Gerente General	Unidad	1	\$700,00	100%	\$ 700,00	\$ 8.400,00
Depreciaciones					\$ 67,19	\$ 806,19
Equipos de cómputo y software	Unidad		\$ 282,00	33%	\$ 7,83	\$ 93,99
Muebles y enseres	Unidad		\$ 1.008,00	10%	\$ 3,60	\$ 43,20
Maquinarias y Equipo	Unidad		\$11.150,00	10%	\$ 27,88	\$ 334,50
Equipos de Oficina	Unidad		\$705,00	10%	\$ 27,88	\$ 334,50
Servicios Básicos					\$ 105,00	\$ 1.260,00
Luz Eléctrica	Unidad		\$ 20,00	10%	\$ 20,00	\$ 240,00
Agua Potable	Unidad		\$ 15,00	10%	\$ 15,00	\$ 180,00

Teléfono Internet	Unidad		\$ 70,00	15%	\$ 70,00	\$ 840,00
Arriendo					\$ 400,00	\$ 4.800,00
Arriendo	Unidad		\$ 400,00	100%	\$ 400,00	\$ 4.800,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS					\$ 1.272,19	\$ 15.266,19

GASTOS DE VENTAS

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Publicidad					\$ 50,00	\$ 600,00
Página Web	Unidad	1	\$ 50,00	45%	\$ 50,00	\$ 600,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS					\$ 50,00	\$ 600,00

GASTOS FINANCIEROS

DETALLE	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	VALOR UNITARIO	FRECUENCIA MENSUAL DEL GASTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
					\$ 95,10	\$ 1.968,24
Intereses Pagados	Unidad	0	\$ 12.000,00	100%	\$ 95,10	\$ 1.968,24
TOTAL GASTOS					\$ 1.417,29	\$ 17.834,43

Nota:

Se detalla en la siguiente tabla todos los gastos que va a concurrir la empresa para el inicio de sus actividades en gastos administrativos, gastos en ventas y sus gastos financieros, para obtener el total en valor mensual y anual.

Fuente: Detalle de Gastos Administrativos

Elaborado por: RUEDA, Diego

d) Proyección de Gastos

Se define la proyección de los gastos, mismos que se proyectará para los cinco primeros años de funcionamiento de la nueva empresa.

Para la determinación de los costos y gastos del proyecto es necesario conocer los elementos que intervienen directa e indirectamente en la venta del servicio de un gimnasio; para ello se tienen que efectuar ciertos desembolsos de dinero en función de la planificación ordenada para el pago de salarios, servicios básicos y otros.

Tabla 53. Proyección de Gastos

**GASTOS
ADMINISTRATIVOS**

Descripción	GASTO MENSUAL	Gastos		Total Año 1	Gastos		Total Año 2
		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
Gastos Administrativos	\$ 1.204,31	\$1.204,31	\$ -	\$14.451,72	\$1.213,96	\$ -	\$ 14.567,52
Sueldo del personal	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ -	\$ 8.400,00	\$ 705,80	\$ -	\$ 8.469,60
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gerente General	\$ 700,00	\$ 700,00	\$ -	\$ 8.400,00	\$ 705,80	\$ -	\$ 8.469,60
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones	\$ 39,31	\$ 39,31	\$ -	\$ 471,72	\$ 39,31	\$ -	\$ 471,72
Equipos de cómputo y software	\$ 7,83	\$ 7,83	\$ -	\$ 93,96	\$ 7,83	\$ -	\$ 93,96
Muebles y enseres	\$ 3,60	\$ 3,60	\$ -	\$ 43,20	\$ 3,60	\$ -	\$ 43,20
Maquinarias y Equipo	\$ 27,88	\$ 27,88	\$ -	\$ 334,56	\$ 27,88	\$ -	\$ 334,56
Servicios Básicos	\$ 65,00	\$ 65,00	\$ -	\$ 780,00	\$ 65,54	\$ -	\$ 786,48
Luz Eléctrica	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ -	\$ 240,00	\$ 20,17	\$ -	\$ 242,04
Agua Potable	\$ 15,00	\$ 15,00	\$ -	\$ 180,00	\$ 15,12	\$ -	\$ 181,44
Teléfono Internet	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ -	\$ 360,00	\$ 30,25	\$ -	\$ 363,00
Arriendo	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ -	\$ 4.800,00	\$ 403,31	\$ -	\$ 4.839,72
Arriendo	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ -	\$ 4.800,00	\$ 403,31	\$ -	\$ 4.839,72
Gasto de Ventas	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ -	\$ 600,00	\$ 50,41	\$ -	\$ 604,92
Página Web	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ -	\$ 600,00	\$ 50,41	\$ -	\$ 604,92

Gastos Financieros	\$ 95,10	\$ 95,10	\$ -	\$ 1.056,00	\$1.056,00	\$ -	\$ 860,70
Amortización	\$ 95,10	\$ 95,10	\$ -	\$ 1.056,00	\$1.056,00	\$ -	\$ 860,70
Total	\$ 1.853,72	\$1.853,72	\$ -	\$22.159,44	\$2.828,53	\$ -	\$ 22.131,06

Nota: En la proyección de gastos detallamos todos los valores que va tener la empresa para los 5 primeros años en función a los gastos administrativos, depreciaciones, servicios básicos, arriendo, gastos de ventas, gastos financieros.

Fuente: Detalle de Gatos Administrativos

Elaborado por: RUEDA, Diego

Gastos		Total Año 3	Gastos		Total Año 4	Gastos		Total Año 5
Fijos	Variables		Fijos	Variables		Fijos	Variables	
\$1.223,69	\$ -	\$14.684,28	\$1.225,67	\$ -	\$14.708,04	\$1.235,55	\$ -	\$14.826,60
\$ 711,64	\$ -	\$ 8.539,68	\$ 717,53	\$ -	\$ 8.610,36	\$ 723,47	\$ -	\$ 8.681,64
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 711,64	\$ -	\$ 8.539,68	\$ 717,53	\$ -	\$ 8.610,36	\$ 723,47	\$ -	\$ 8.681,64
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 39,31	\$ -	\$ 471,72	\$ 31,48	\$ -	\$ 377,76	\$ 31,48	\$ -	\$ 377,76
\$ 7,83	\$ -	\$ 93,96	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 3,60	\$ -	\$ 43,20	\$ 3,60	\$ -	\$ 43,20	\$ 3,60	\$ -	\$ 43,20
\$ 27,88	\$ -	\$ 334,56	\$ 27,88	\$ -	\$ 334,56	\$ 27,88	\$ -	\$ 334,56
\$ 66,09	\$ -	\$ 793,08	\$ 66,64	\$ -	\$ 799,68	\$ 67,19	\$ -	\$ 806,28
\$ 20,34	\$ -	\$ 244,08	\$ 20,51	\$ -	\$ 246,12	\$ 20,68	\$ -	\$ 248,16
\$ 15,25	\$ -	\$ 183,00	\$ 15,38	\$ -	\$ 184,56	\$ 15,51	\$ -	\$ 186,12
\$ 30,50	\$ -	\$ 366,00	\$ 30,75	\$ -	\$ 369,00	\$ 31,00	\$ -	\$ 372,00
\$ 406,65	\$ -	\$ 4.879,80	\$ 410,02	\$ -	\$ 4.920,24	\$ 413,41	\$ -	\$ 4.960,92
\$ 406,65	\$ -	\$ 4.879,80	\$ 410,02	\$ -	\$ 4.920,24	\$ 413,41	\$ -	\$ 4.960,92
\$ 50,83	\$ -	\$ 609,96	\$ 51,25	\$ -	\$ 615,00	\$ 51,67	\$ -	\$ 620,04
\$ 50,83	\$ -	\$ 609,96	\$ 51,25	\$ -	\$ 615,00	\$ 51,67	\$ -	\$ 620,04
\$ 860,70	\$ -	\$ 709,80	\$ 709,80	\$ -	\$ 409,80	\$ 709,80	\$ -	\$ 150,60
\$ 860,70	\$ -	\$ 709,80	\$ 709,80	\$ -	\$ 409,80	\$ 709,80	\$ -	\$ 150,60
\$2.647,27	\$ -	\$22.148,64	\$2.494,86	\$ -	\$21.830,52	\$2.509,10	\$ -	\$21.742,20

Mano de Obra

Se define el cálculo de la mano de obra que deberá incurrir la empresa, para cubrir una demanda insatisfecha, brindando un servicio de calidad que cubra las expectativas de los clientes potenciales.

Es el esfuerzo humano aplicado al proceso de producción y puede ser físico o mental, por ello requiere que sea remunerado o pagado.

- El trabajo es un factor de producción, es escaso y por ello tiene un precio dentro del mercado.
- La mano de obra o las personas son las que trabajan, o aportan su esfuerzo al proceso de producción, por ello son las que reciben el pago de la remuneración del trabajo.
- El pago o remuneración del factor de producción de trabajo, se denomina salario.
- El salario es la cantidad de dinero que recibe la mano de obra por laborar dentro de una empresa.

La mano de obra es un componente importante del mercado laboral, representa un costo en el proceso de producción, porque si queremos incorporar trabajadores al proceso de producción se le debe pagar.

El mercado laboral es donde se compra y vende el factor de producción del trabajo, por lo tanto, en el mercado laboral se establece el precio del trabajo. En el mercado laboral debe haber una oferta y una demanda de trabajo. (Myriam Quiroa, 2020)

MANO DE OBRA

Tabla 54. Mano de Obra

CÁLCULO MANO DE OBRA

DIRECTA

Ord.	Apellidos y Nombres	Cargo	SBU	Ingresos otros	Total	Varios	Descuentos 9,45%	Total	Valor a pagar	Valor Anual
1	Trabajador	Asistente polifuncional	\$ 400,00	\$ -	\$ 400,00	\$ -	\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 4.800,00
1	Trabajador	Instructor técnico	\$ 450,00	\$ -	\$ 450,00		\$ 42,53	\$ 42,53	\$ 407,48	\$ 5.400,00
1	Trabajador	Asesor Nutricionista	\$ 400,00	\$ -	\$ 400,00	\$ -	\$ 37,80	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 4.800,00
1	Trabajador	Entrenador	\$ 420,00	\$ -	\$ 420,00	\$ -	\$ 39,69	\$ 39,69	\$ 380,31	\$ 5.040,00
Total Mano de Obra			\$ 1.670,00	\$ -	\$ 1.670,00	\$ -	\$ 157,82	\$ 157,82	\$ 1.512,19	\$ 20.040,00
MANO DE OBRA INDIRECTA										
5		Gerente General	\$ 700,00	\$ -	\$ 700,00	\$ -	\$ 66,15	\$ 66,15	\$ 633,85	\$ 8.400,00
Total Mano de Obra			\$ 700,00	\$ -	\$ 700,00	\$ -	\$ 66,15	\$ 66,15	\$ 633,85	\$ 8.400,00

Provisiones	Patronal 11,15%	IECE 0,05%	XIII	XIV	Fondo de Reserva	Vacaciones	Total Provisiones	Costo Mano de Obra
Asistente polifuncional	\$ 44,60	\$ 0,20	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 161,45	\$ 523,65
Instructor técnico	\$ 50,18	\$ 0,23	\$ 37,50	\$ 33,33	\$ 37,49	\$ 18,75	\$ 177,47	\$ 584,95
Asesor Nutricionista	\$ 44,60	\$ 0,20	\$ 33,33	\$ 33,33	\$ 33,32	\$ 16,67	\$ 161,45	\$ 523,65
Entrenador	\$ 46,83	\$ -	\$ 4,43	\$ 4,43	\$ 42,40	\$ 561,96	\$ 660,05	\$ 1.040,36

TOTAL	\$ 186,21	\$ 0,63	\$ 108,59	\$ 104,42	\$ 146,53	\$ 614,04	\$ 1.160,41	\$ 2.672,61
MANO DE OBRA INDIRECTA								
Gerente General	\$ 78,05	\$ 0,35	\$ 58,33	\$ 33,33	\$ 58,31	\$ 29,17	\$ 257,54	\$ 891,39
Total provisiones	\$ 78,05	\$ 0,35	\$ 58,33	\$ 33,33	\$ 58,31	\$ 29,17	\$ 257,54	\$ 891,39

COSTO MENSUAL MANO DE OBRA	\$ 3.564,00
-----------------------------------	--------------------

Nota: Se refiere al personal que labora en el área administrativa (Administrador) considerando todos los beneficios por ley.

El Rol de pagos se calcula en relación al código de trabajo, es decir que se toma en cuenta las provisiones a las que tiene derecho los empleados en el momento que empieza a trabajar.

Fuente: Información Iron Sport Gym

Elaborado por: RUEDA, Diego

Depreciación

La depreciación es la disminución del valor de propiedad de un activo fijo, producido por el paso del tiempo, desgaste por uso, de esta manera en la siguiente tabla se aprecia los valores de depreciación de los activos fijos por el tiempo de vida útil.

Tabla 55. Depreciación
CÁLCULO DE LAS
DEPRECIACIONES

Detalle del bien	Vida útil	Valor	Porcentaje de depreciación	Depreciación anual
Equipos de cómputo y software	3	\$ 940,00	33%	\$ 313,30
Muebles y enseres	10	\$ 1.440,00	10%	\$ 144,00
Maquinarias y Equipo	10	\$ 11.150,00	10%	\$ 1.115,00
Equipo de oficina	10	\$ 705,00	10%	\$ 70,50
TOTAL DEPRECIACIONES		\$ 14.235,00		\$ 1.642,80

Nota: Es la pérdida de valor que sufren los activos fijos debido al uso, y al avance tecnológico en el caso del área administrativa, intervienen los activos fijos: equipo, muebles y enseres, equipos, equipo de cómputo y menaje, estos dos últimos tiene un tiempo de vida útil de 3 años razón por la cual al cuarto año se adquiere otro stock de este rubro considerando la inflación de años anteriores.

La depreciación que se detalla a continuación son los equipos que contará la empresa y tendrá su tiempo de vida útil, como es los equipos de cómputo que tendrá una vida útil de 3 años, muebles, maquinaria y Equipo, Equipo de Oficina con una duración de 10 años.

Fuente: Cálculo de las Depreciaciones

Elaborado por: RUEDA, Diego

Proyección de la Depreciación

Tabla 56. Proyección de la Depreciación
PROYECCIÓN DE LA DEPRECIACIÓN

Detalle del bien	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Equipos de cómputo y software	313,30	\$ 313,30	\$ 313,30		
Muebles y enseres	144	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00	\$ 144,00
Maquinarias y Equipo	1115	\$ 1.115,00	\$ 1.115,00	\$ 1.115,00	\$ 1.115,00
Equipo de oficina	\$ 70,5	\$ 70,50	\$ 70,50	\$ 70,50	\$ 70,50

Total Proyección Depreciación	\$ 1.642,80	\$ 1.642,80	\$ 1.642,80	\$ 1.329,50	\$ 1.329,50
--------------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------

Nota: Para la proyección de la depreciación se lo realiza durante los 5 años a través de la depreciación anual de los equipos y la maquinaria que contara la empresa.

Fuente: Proyección de la Depreciación

Elaborado por: RUEDA, Diego

5.5. CÁLCULO DE INGRESOS

Se detalla el cálculo de ingresos que manejará la nueva empresa por el servicio, que cubrirá una demanda insatisfecha existente.

Cálculo de ingresos

Tabla 57. Cálculo de Ingresos

Productos	Unidad de medida	Costo Unitario	Margen de utilidad		Ingresos mensuales	Unidades producidas	Ingreso mensual total
			%	\$			
Servicio de multiservicios deportivos	Unidades	\$ 16,10	55,34%	\$ 8,91	\$ 25,00	180	\$ 4.500,00
TOTAL INGRESOS		\$ 16,10		\$ 8,91	\$ 25,00	180	\$ 4.500,00

Nota: El precio del servicio se determinó en relación a los costos más un margen de utilidad, también se toma en cuenta el valores que están dispuestos a pagar los clientes que corresponde a 25,00 dólares americanos, dato que se obtuvo de la investigación de campo (encuesta).

Fuente: Calculo de Ingresos Iron Sport Gym

Elaborado por: RUEDA, Diego

Según Gallardo (2010) menciona:

Este presupuesto es el más representativo e importante. Se obtiene mediante la suma de los diferentes presupuestos de ingresos parciales, se deriva de multiplicar el pronóstico de ventas de cada uno de los productos por los precios de venta correspondientes.”

Ingresarían los rubros correspondientes a la venta del servicio y al pago por la inscripción al gimnasio.

El precio del servicio se determinó en relación a los costos más un margen de utilidad, también se toma en cuenta el valores que están dispuestos a pagar los

clientes que corresponde a 25,00 dólares americanos, dato que se obtuvo de la investigación de campo (encuesta).

Proyección de Ingresos

De esta manera obtenida el precio de venta del servicio a brindar, se realiza la proyección del cálculo de ingresos por los cinco primeros años de funcionamiento del proyecto, valores que se visualiza en la siguiente tabla.

Proyección de Ingresos

Tabla 58. Proyección de Ingresos

Productos	Cant.	Precio unitario	Total año 1	Cantidad	Precio unitario	Total año 2
Multiservicios deportivos	2160	\$ 25,00	\$ 54.000,00	2193	\$ 25,21	\$ 55.285,53
Total Proyección Ingresos	2.160,00	25,00	54.000,00	2.193,00	25,21	55.285,53

Cantidad	Precio unitario	Total año 3	Cantidad	Precio unitario	Total año 4	Cantidad	Precio unitario	Total año 5
2227	\$ 25,42	\$56.610,34	2262	\$ 25,63	\$ 57.975,06	2297	\$ 25,84	\$59.354,48
2.227,00	25,42	56.610,34	2.262,00	25,63	57.975,06	2.297,00	25,84	59.354,48

Para proyectar el número de servicios se tomó en cuenta el crecimiento poblacional del distrito Metropolitano de Quito, que corresponde a 1,55% de manera anual (Population City, s.f.)

De igual forma para proyectar el precio se empleó una tasa de inflación promedio que corresponde a 0,83%. (INEC, 2020)

Fuente: Proyección de Ingresos Iron Sport Gym

Elaborado por: RUEDA, Diego

AÑO	INFLACIÓN ANUAL
2016	3,09%
2017	0,90%
2018	-0,09%
2019	0,54%
2020	-0,30%
INFLACIÓN PROMEDIO	0,83%

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos

Elaborado por: RUEDA, Diego

5.6. FLUJO DE CAJA

Esta herramienta le permite demostrar la capacidad de pago en efectivo y su utilidad radica en el flujo de caja, los montos de ingresos y el calendario de desembolsos, lo que le permitirá tomar decisiones relacionadas a recuperaciones de ventas, requerimientos de crédito que conceden los proveedores y las instituciones crediticias.

Tabla 59. Flujo de Caja

Opc.	Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
A	INGRESOS OPERACIONALES	\$22.437,30	\$54.000,00	\$55.285,53	\$ 56.610,34	\$57.975,06	\$59.354,48
	Recursos propios	\$10.437,30	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Recursos terceros	\$12.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Ingresos de ventas	\$ -	\$54.000,00	\$55.285,53	\$ 56.610,34	\$57.975,06	\$59.354,48
B	EGRESOS OPERACIONALES	\$22.437,30	\$49.345,32	\$49.753,94	\$ 50.165,96	\$50.581,38	\$50.999,97
	Instalaciones y remodelaciones	\$ 400,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Instalaciones Eléctricas	\$ 358,80	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Muebles y enseres	\$ 1.440,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Maquinaria y Equipo	\$11.150,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Equipo de computación	\$ 940,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Equipo de oficina	\$ 705,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Inventarios	\$193,50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

	Costos de constitución	\$ 950,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Capital de trabajo	\$ 6.300,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Costo del producto	\$ -	\$ 654,00	\$ 659,42	\$ 664,88	\$ 670,38	\$ 675,93
	Mano de obra directa	\$ -	\$ 32.071,32	\$ 32.336,88	\$ 32.604,60	\$ 32.874,60	\$ 33.146,76
	Costos Indirectos de fabricación	\$ -	\$ 2.040,00	\$ 2.056,92	\$ 2.073,96	\$ 2.091,12	\$ 2.108,40
	Gastos Administrativos	\$ -	\$ 13.980,00	\$ 14.095,80	\$ 14.212,56	\$ 14.330,28	\$ 14.448,84
	Gasto de Ventas	\$ -	\$ 600,00	\$ 604,92	\$ 609,96	\$ 615,00	\$ 620,04
C	FLUJO OPERACIONAL (A-B)	\$ -	\$ 4.654,68	\$ 5.531,59	\$ 6.444,38	\$ 7.393,68	\$ 8.354,51
D	INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Créditos a contratarse a corto plazo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
	Otros ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
E	EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ -	\$ 4.328,76	\$ 4.717,44	\$ 5.112,22	\$ 5.392,45	\$ 5.742,55
	Gastos financieros	\$ -	\$ 1.056,00	\$ 860,70	\$ 709,80	\$ 409,80	\$ 150,60

	Pago de crédito a largo plazo	\$			\$		
		-	\$ 1.968,24	\$ 2.163,54	2.378,34	\$ 2.614,44	\$ 2.875,44
	Pago de participación de utilidades	\$			\$		
		-	\$ 539,80	\$ 700,63	\$ 837,55	\$ 979,95	\$ 1.124,07
	Pago de impuestos	\$			\$		
		-	\$ 764,72	\$ 992,56	1.186,53	\$ 1.388,26	\$ 1.592,43
	Otros egresos	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		-	-	-	-	-	-
F	FLUJO NO OPERACIONAL (D-E)	\$			\$		
		-	\$(4.328,76)	\$(4.717,44)	(5.112,22)	(5.392,45)	\$(5.742,55)
G	FLUJO NETO GENERADO (C-F)	\$			\$		
		-	\$ 8.983,44	\$10.249,03	11.556,60	\$12.786,13	\$14.097,06
H	SALDO INICIAL DE CAJA	\$	\$	\$	\$	\$	\$
		-	-	-	-	-	-
I	SALDO FINAL DE CAJA(G+H)	\$			\$		
		-	\$ 8.983,44	\$10.249,03	11.556,60	\$12.786,13	\$14.097,06

Nota: Nos da a conocer los flujos de caja con los que el negocio obtendrá de tal manera que se detalle los flujos.

Para el flujo de caja detallamos los ingresos operacionales que va a contar el negocio, sus egresos para cada año, sus flujos operacionales, flujo neto que tendrá el negocio y su saldo final.

Permite definir el flujo neto generado, a través del mismo se puede calcular los indicadores financieros como el Valor Actual Neto (VAN) y, La Tasa Interna de Retorno (TIR).

Fuente: Flujo de Caja Iron Sport Gym

Elaborado por: RUEDA, Diego

5.7. PUNTO DE EQUILIBRIO

Para Gallardo (2010) afirma “El cálculo sobre los niveles de venta (ya sea en unidades físicas o en unidades monetarias), que son requeridas para alcanzar el equilibrio, tanto operativo como total. El punto de equilibrio se determina en relación a los siguientes factores

Tabla 60. Punto de Equilibrio

Costos Totales CT	\$ 4.089,39
Costos Variables unitarios	\$ 16,10
Precio de venta unitario	\$ 25,00

DESCRIPCIÓN	COSTO FIJO	COSTO VARIABLE	COSTO TOTAL
Costos	\$ 2.727,11	\$ 170,00	\$ 2.897,11
Gastos de Administración	\$ 1.204,31	\$ -	\$ 1.204,31
Gastos de Ventas	\$ 50,00	\$ -	\$ 50,00
Gastos Financieros	\$ 95,10	\$ -	\$ 95,10
TOTAL	\$ 4.076,52	\$ 170,00	\$ 4.246,52
Ingresos totales			\$ 54.000,00
Número de unidades			\$ 2.160,00
Precio unitario de venta			\$ 25,00
Costo variable unitario			\$ 16,10

Nota: Para el punto de equilibrio determinamos sus costos totales al igual que sus ingresos y el número de unidades vendidas.

Fuente: Punto de Equilibrio Iron Sport Gym

Elaborado por: RUEDA, Diego

Punto de Equilibrio en Dólares

Fórmula:

$$\frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \text{Costos Variables} / \text{Ingresos totales}}$$

$$\text{PE\$} = \frac{4.076.52}{1 - \$ 1,00}$$

$$\text{PE\$} = 4.089.39$$

Punto de Equilibrio en Unidades Vendidas

Fórmula

Costos Fijos/PVQ-CVU

$$\text{PEQ} = \frac{4.076.52}{8.90}$$

PU = 458

3. Punto de Equilibrio %

$$\text{PE\%} = 1 - \frac{\frac{4.089.39 \times 100}{54000,00} \text{ Punto de Equilibrio \$} \times 100}{\text{Ingresos Totales}}$$

PU = 8,00%

Tabla 61. Punto de Equilibrio

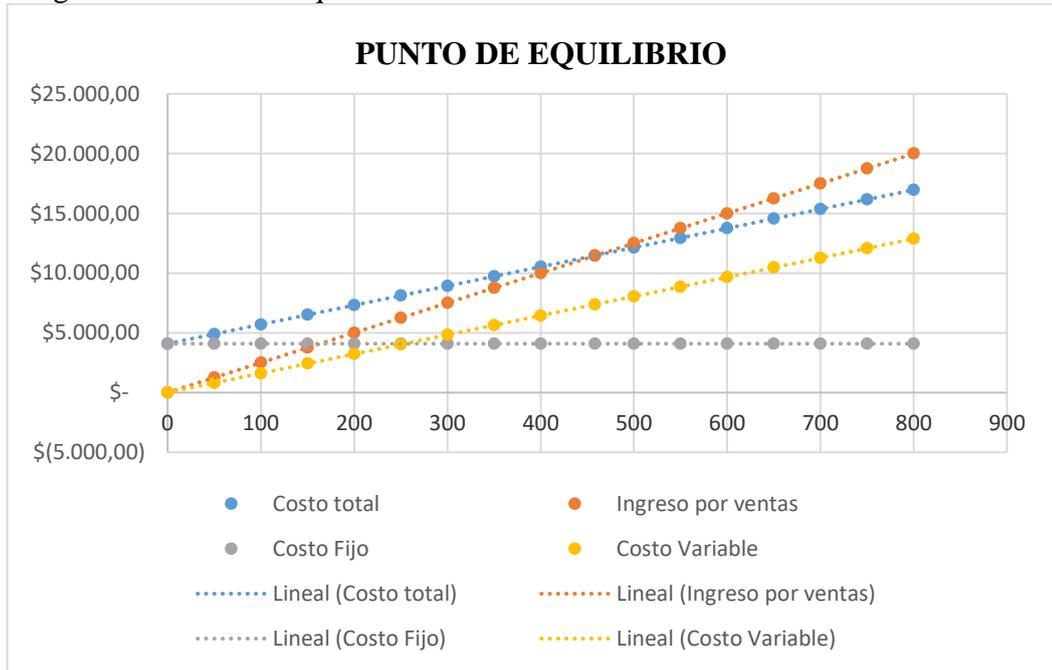
Unidades vendidas	Costo total	Ingreso por ventas	Costo Fijo	Costo Variable
0	\$ 4.089,39	\$ -	\$ 4.089,39	
50	\$ 4.894,15	\$ 1.250,00	\$ 4.089,39	\$ 804,75
100	\$ 5.698,90	\$ 2.500,00	\$ 4.089,39	\$ 1.609,51
150	\$ 6.503,65	\$ 3.750,00	\$ 4.089,39	\$ 2.414,26
200	\$ 7.308,41	\$ 5.000,00	\$ 4.089,39	\$ 3.219,01
250	\$ 8.113,16	\$ 6.250,00	\$ 4.089,39	\$ 4.023,76
300	\$ 8.917,91	\$ 7.500,00	\$ 4.089,39	\$ 4.828,52
350	\$ 9.722,66	\$ 8.750,00	\$ 4.089,39	\$ 5.633,27
400	\$ 10.527,42	\$ 10.000,00	\$ 4.089,39	\$ 6.438,02
458,00	\$ 11.460,93	\$ 11.450,00	\$ 4.089,39	\$ 7.371,54
500	\$ 12.136,92	\$ 12.500,00	\$ 4.089,39	\$ 8.047,53
550	\$ 12.941,67	\$ 13.750,00	\$ 4.089,39	\$ 8.852,28
600	\$ 13.746,43	\$ 15.000,00	\$ 4.089,39	\$ 9.657,03
650	\$ 14.551,18	\$ 16.250,00	\$ 4.089,39	\$ 10.461,79
700	\$ 15.355,93	\$ 17.500,00	\$ 4.089,39	\$ 11.266,54
750	\$ 16.160,69	\$ 18.750,00	\$ 4.089,39	\$ 12.071,29
800	\$ 16.965,44	\$ 20.000,00	\$ 4.089,39	\$ 12.876,04

Nota: De esta manera se determina que se presenta un punto de equilibrio del proyecto cuando se presente un valor en dólares de \$4.089,39 se prestará 458 servicios en unidades vendidas y el punto de equilibrio en porcentaje con un 8%.

Fuente: Punto de Equilibrio

Elaborado por: RUEDA, Diego

Figura 14. Punto de Equilibrio



Fuente: Punto de Equilibrio

Elaborado por: RUEDA, Diego

5.8. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS

El estado de resultados permite determinar si el negocio va a contar con un crecimiento de su capital, es importante que se detalle todos los resultados para el inicio de sus actividad económica.

El estado de resultados permitirá conocer, si la nueva empresa desde el primer año de sus actividades contara con una utilidad o pérdida, valores que se refleja en la siguiente tabla.

Estado de resultados proyectado

Tabla 62. Estado de Resultado proyectado

Fuente: Estado de Resultados

	Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Ingresos por ventas	\$ 54.000,00	\$ 55.285,53	\$ 56.610,34	\$ 57.975,06	\$ 59.354,48
(-)	Costo de ventas	\$ 34.765,32	\$ 35.053,22	\$ 35.343,44	\$ 35.636,10	\$ 35.931,09
(=)	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 19.234,68	\$ 20.232,31	\$ 21.266,90	\$ 22.338,96	\$ 23.423,39
(-)	Gasto de venta	\$ 600,00	\$ 604,92	\$ 609,96	\$ 615,00	\$ 620,04
(=)	UTILIDAD NETA EN VENTAS	\$ 18.634,68	\$ 19.627,39	\$ 20.656,94	\$ 21.723,96	\$ 22.803,35
(-)	Gastos Administrativos	\$ 13.980,00	\$ 14.095,80	\$ 14.212,56	\$ 14.330,28	\$ 14.448,84
(=)	UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 4.654,68	\$ 5.531,59	\$ 6.444,38	\$ 7.393,68	\$ 8.354,51
(-)	Gastos Financieros	\$ 1.056,00	\$ 860,70	\$ 860,70	\$ 860,70	\$ 860,70
(+)	Otros Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-)	Otros Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(=)	UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES	\$ 3.598,68	\$ 4.670,89	\$ 5.583,68	\$ 6.532,98	\$ 7.493,81
(-)	15% Participación trabajadores	\$ 539,80	\$ 700,63	\$ 837,55	\$ 979,95	\$ 1.124,07
(=)	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 3.058,88	\$ 3.970,26	\$ 4.746,13	\$ 5.553,03	\$ 6.369,74
(-)	Impuesto a la renta 25%	\$ 764,72	\$ 992,56	\$ 1.186,53	\$ 1.388,26	\$ 1.592,43
(=)	UTILIDAD O PÉRDIDA DEL EJERCICIO	\$ 2.294,16	\$ 2.977,69	\$ 3.559,60	\$ 4.164,77	\$ 4.777,30

Elaborado por: RUEDA, Diego

5.9. EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera de un negocio es importante ya que con ello podemos determinar si la empresa cuenta con los recursos necesarios para empesas su actividad económica de tal manera que se detalle sus valores financieros con el fin de obtener reultados alcanzables una de las herramientas para medir el negocio es el Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Retorno.

Los indicadores financieros, permitirán conocer si el nuevo proyecto es factible para su implementación, dentro de un mercado altamente competitivo.

Tasa de Descuento

Permite la evaluación de un proyecto que se tiene a futuro con el fin de establecer el crecimiento de una empresa para ello aplicaremos la siguiente fórmula.

Tasa de descuento = Costo promedio ponderado del capital + Riesgo Bancario + Tasa de Inflación.

$$\text{Tasa de descuento} = 14.38 + 8.26 + 0.70 = 23.34$$

Se reemplazará el Costo promedio ponderado del capital en la fórmula de la tasa de descuento.

Tasa activa	Documentación	Porcentaje
Al año 2019	Condiciones de crédito	9.50%
Tasa Riesgo Bancario 2019	Anexo B.C.E.	8.26%
Tasa de Inflación	Inflación 2019	0.70%

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: RUEDA, Diego

Tabla 63. Tasa de descuento.

	Calculo Tmar	% Participación	Tasa de Rentabilidad	Promedio Ponderado
Fondos propios	10.437,30	47%	20%	9,30%
Fondos Terceros BCO	12.000,00	53%	9,50%	5,08%
Total	22.437,30	100%	30%	14,38%

Tiempo Perfecto	5	Años
	14,38%	tasa de interés

Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: RUEDA, Diego

Indicadores

1.) Valor Actual Neto

Se logra establecer que para el inicio de las actividades se debe contar con los valores que se tiene en el flujo de caja, es importante que el negocio vaya generando ganancia para que a futuro no afecte su ingreso y capital.

Tabla 64. Valor Actual Neto (VAN)

AÑOS	FNC	(1+i)^n	VALOR ACTUAL
0	-22.437,30		-22.437,30
1	8.983,44	1,14	7.853,73
2	10.249,03	1,31	7.833,38
3	11.556,60	1,50	7.722,01
4	12.786,13	1,71	7.469,17
5	14.097,06	1,96	7.199,38
TOTAL			15.640,39

Nota El Valor Actual Neto (VAN), permite conocer la factibilidad del proyecto, obteniendo así un valor en dólares de \$15.640,39 que facilitará para la puesta en marcha de la nueva organización.

Fuente: Valor Actual Neto

Elaborado por: RUEDA, Diego

El Valor Actual Neto (VAN), permite conocer la factibilidad del proyecto, obteniendo así un valor en dólares de \$15.640,39 que facilitará para la puesta en marcha de la nueva organización.

2) Tasa Interna de Retorno

También se entiende por tasa interna de rendimiento la tasa máxima que estaríamos dispuestos a pagar a quien nos financia el proyecto considerando que también se recupera la inversión

Se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente de los flujos de caja que genera el proyecto, sea exactamente igual a la inversión realizada, para la cual se emplea la siguiente fórmula.

$$VAN = -I_o + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1 + TIR)^t} = -I_o + \frac{F_1}{(1 + TIR)} + \frac{F_2}{(1 + TIR)^2} + \frac{F_n}{(1 + TIR)^n} = 0$$

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Tabla 65. Tasa Interna de Retorno (TIR)

TIR = 38,46%	
TASA DE DESCUENTO	VALOR ACTUAL NETO (VAN)
0,0%	35.234,95
5,0%	26.962,15
10,0%	20.368,64
11,5%	18.613,38
20,0%	10.685,57
28,15%	5.122,62
32,34%	2.830,50
37,08%	592,57
42,44%	-1.570,73
45,0%	-2.484,60
50,0%	-4.086,98
55,0%	-5.481,28

Nota: Para la obtención de los valores de la tasa de descuento, se detalla los siguientes valores al igual que el VAN igualando sus valores a 0,00 para la proyección del punto de equilibrio.

Fuente: Tasa Interna de Retorno

Elaborado por: RUEDA, Diego

3) Período de Recuperación

Según Canelos (2013) comenta

El periodo de recuperación de la inversión, permite conocer en qué periodo se puede recuperar la inversión que realizará la nueva empresa, por ende se emplea la siguiente fórmula, obteniendo así los siguientes valores.

$$\text{payback} = I_0 / F$$

Periodo de Recuperación

Tabla 66. Periodo de Recuperación

PERIODO DE RECUPERACIÓN		
Año	Flujo de Efectivo	Periodo de recuperación
0		-22.437,30
1	8.983,44	-13.453,86
2	10.249,03	-3.204,83
3	11.556,60	8.351,77
4	12.786,13	21.137,90
5	14.097,06	35.234,95

Nota: Se define que la inversión se recupera en el tercer año de funcionamiento de la nueva empresa.

Fuente: Periodo de Recuperación

Elaborado por: RUEDA, Diego

4) Beneficio Costo

Para Van Horne (2003) define “La razón Costo Beneficio o índice de Rentabilidad de un proyecto es la relación entre el valor presente de los flujos futuros de efectivo y el gasto inicial.”

Formula:

Sumatoria de flujos netos actualizados / inversión inicial

RELACIÓN COSTO BENEFICIO

$$\frac{RC}{B} = \frac{57625.25}{22.437.30} = 2.57$$

$$R.C/ B = 2.57$$

Nota:

Es decir, que por cada dólar de inversión, el proyecto rinde \$ 1,57 dólares es decir que al valor de porcentaje restamos el dólar de inversión, para medir la virtud del proyecto y aceptarlo, esta relación tiene que ser mayor que uno, y que para el presente proyecto lo es.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Por medio estudio de mercado se logro establecer cada uno de los objetivos financieros para los elementos y su adecuado funcionamiento. Al obtener flujos y resultados positivos por medio de los indicadores financieros se recomienda poner en ejecución el proyecto.

Se consiguió determinar la estructura organizacional de la empresa con su respectivo estudio legal, sus valores empresariales acompañado del organigrama funcional y estructural, así como la descripción de puestos.

De acuerdo al estudio económico, se pudo establecer cuáles son las inversiones necesarias para la ejecución del proyecto. En fin, se concluye que es factible la implementación del gimnasio debido a los resultados obtenidos por parte de los indicadores financieros

De esta manera se logra un estudio financiero en función a los requerimientos que el negocio necesita para la puesta en marcha del proyecto.

RECOMENDACIONES

La puesta en marcha de un negocio hay que tener en cuenta los factores de crecimiento, estudio de mercado, segmentación del mismo y aplicación de estrategias con las cuales la empresa va a necesitar en función de los recursos que posea la empresa.

El negocio debe contar con un capital que le permita la participación dentro del mercado, tiene que tener en cuenta que el negocio puede tener altos y bajos por temporadas para ello se debe tener en cuenta un capital propio.

Los accionistas o inversionistas del proyecto deberán manejar una excelente imagen corporativa para mostrar solidez de marca.

Es necesario el manejo de las relaciones con los demás competidores teniendo en cuenta que tipos de estrategias implementa en el negocio y asesorarse constantemente.

El negocio debe contar estrategias de marketing y publicidad para un crecimiento a futuro en las nuevas tendencias del mundo fitness.

El análisis financiero del negocio permite una mayor visualización del mercado objetivo, ya que con un capital para producirlo puede verse interesante a largo plazo.

Se recomienda que el nuevo negocio tenga los recursos necesarios para los avances que se requiera a futuro e implementación de nuevas sucursales.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Canelos, R. (2013). *Formulación y evaluación de un plan de negocio*. Quito: LERC impresiones.
- Gallardo, J. (2010). *Juan, Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. México: Mc Graw-Hill Interamericano.
- García, A. (2008). *Evaluación de Proyectos de Inversión*. México: Mc Graw-Hill Interamericano.
- Sapag, N. (2010). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw-Hill Interamericana.
- Van Horne, J. (2003). *Fundamentos de Administración Financiera*. Pearson Educación.

Netgrafía

- 10 ideas innovadoras para mejorar tu negocio de gimnasio. (Noviembre de 2014). *10 ideas innovadoras para mejorar tu negocio de gimnasio*. Obtenido de *10 ideas innovadoras para mejorar tu negocio de gimnasio*: <https://www.efadeporte.com/blog/gestion-deportiva/10-ideas-innovadoras-para-mejorar-tu-negocio-de-gimnasio>
- Araceli Ortiz Ortiz. (12 de diciembre de 2015). *Emprendices*. Obtenido de *Emprendices* : <https://www.emprendices.co/seguridad-e-higiene-trabajo/>
- Banco Central del Ecuador. (2 de Junio de 2020). *Producto Interno Bruto por sectores*. Obtenido de [file:///C:/Users/Ivan/Downloads/Bolet%C3%ADn%20Macroecon%C3%B3mico%20-%20Enero%202020%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Ivan/Downloads/Bolet%C3%ADn%20Macroecon%C3%B3mico%20-%20Enero%202020%20(1).pdf)
- Business solution Sinapsys. (Jueves de 05 de junio de 2020). *Business solution Sinapsys*. Obtenido de Business solution Sinapsys: <https://www.sinap->

sys.com/es/content/todo-sobre-la-gestion-por-procesos-partei#:~:text=Los%20procesos%20clave%20son%20aquellos,al%20cliente%2C%20consuman%20muchos%20recursos.

Como *Estimar los Costos e Ingresos*. (2020). Como estimar los Costos e Ingresos.

Obtenido de Como estimar los Costos e Ingresos:

<http://www.fao.org/3/a0323s/a0323s06.htm>

Compañías, S. I. (2018). *Super Intendencia de Compañías*. Obtenido de

<https://www.supercias.gob.ec/portalscv/>

Consol Vilar. (14 de marzo de 2018). *Imagen personal comunicación corporativa*.

Obtenido de Imagen personal comunicación corporativa:

<https://www.consolvilar.com/imagen-profesional-atencion-cliente/#:~:text=Toda%20atenci%C3%B3n%20al%20cliente%2C%20requiere,conocimientos%20del%20servicio%20o%20producto.>

Corporación Financiera Nacional. (5 de Junio de 2020). *Tasa de interés*. Obtenido

de <https://www.cfn.fin.ec/>

EAE business School. (8 de Julio de 2020). *Retos en Supply Chain*. Obtenido de

Retos en Supply Chain: <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/tipos-definicion-y-desarrollo-de-un-mapa-de-procesos/>

Emprendices. (29 de Junio de 2014). *Emprendices*. Obtenido de *Emprendices*:

<https://www.emprendices.co/la-lluvia-de-ideas-como-tecnica-de-desarrollo-empresarial/>

Gestiopolis. (Martes de 03 de Junio de 2020). *Gestiopolis*. Obtenido de

Gestiopolis: <https://www.gestiopolis.com/proceso-estrategico/>

In blog . (Repositorio Inblog). In blog . Obtenido de Repositorio Inblog:

<https://inin.global/blog/recursos-humanos/que-debe-llevar-la-descripcion-del-puesto-de-trabajo>

INEC. (2020). *Boletín Técnico N°1-2020-IPC*. Obtenido de Boletín Técnico N°1-

2020-IPC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Enero-2020/Boletin_tecnico_01-2020-IPC.pdf

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (1 de Junio de 2019). *Crecimiento poblacional*. Obtenido

de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (Febrero de 2020). *Boletín Técnico Índice de precios al consumidor*. Obtenido de Boletín Técnico Índice de precios al consumidor:

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2020/Enero-2020/Boletin_tecnico_01-2020-IPC.pdf

Inversiones Intelectuales. (2018). *Inversiones Intelectuales*. Obtenido de

<https://inin.global/blog/recursos-humanos/que-debe-llevar-la-descripción-del-puesto-de-trabajo>

LUAE. (2020). LUAE. Obtenido de LUAE:

<https://pam.quito.gob.ec/PAM/pdfs/Tablas/Luae/LUAE.pdf>

Luis Perea . (2013). *Marketing para las nuevas tendencias en fitness, salud y entrenamiento personal* . Obtenido de Marketing para las nuevas

tendencias en fitness, salud y entrenamiento personal:

<https://www.diba.cat/documents/41289/2b948823-1e94-4c15-8c8d-ab40a399bb91>

Melvin S. Sepúlveda. (Diciembre de 2013). *Análisis Foda como herramienta para la aplicación de Proyectos*. Obtenido de Análisis Foda como herramienta para la aplicación de Proyectos:

<https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2013/12/14/tecnica-o-herramienta-útil-en-la-dirección-de-proyectos-foda/#:~:text=El%20an%C3%A1lisis%20FODA%20es%20una,los%20objetivos%20y%20pol%C3%ADticas%20formulados.>

Ministerio de Salud Pública. (2020). *requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de establecimientos nuevos. obtenido de requisitos para obtener el permiso de funcionamiento de establecimientos nuevos:*

http://instituciones.msp.gob.ec/dps/pichincha/images/stories/requisitos_renovacin_1.pdf

- Molina Tamayo, Orlando Dariel. *Calidad de los Servicios*. (2014). Ecu Red.
Obtenido de Ecu Red: https://www.ecured.cu/Calidad_de_los_Servicios
- Municipio de Quito. (2019).
<https://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/PAM/DetalleGuia.aspx?Guia=LUAE#info>. Obtenido de
<https://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/PAM/DetalleGuia.aspx?Guia=LUAE#info>
- Myriam Quiroa. (2020). *Economipedia haciendo fácil la Economía*. Obtenido de Economipedia haciendo fácil la Economía:
<https://economipedia.com/definiciones/mano-de-obra.html>
- Pablo Tejeria . (Noviembre de 2017). *Satisfacción del cliente*. Obtenido de Satisfacción del cliente: <http://pabloteijeira.es/blog/satisfaccion-del-cliente-cuatro-niveles/>
- Plataforma Tecnológica para la Gestión de la Excelencia. (Lunes 02 de junio de Junio de 2020). *Plataforma Tecnológica para la Gestión de la Excelencia*. Obtenido de Plataforma Tecnológica para la Gestión de la Excelencia:
<https://www.isotools.com.mx/procesos-estrategicos-procesos-clave-procesos-complementarios/#:~:text=Procesos%20complementarios%3A%20tambi%C3%A9n%20llamados%20procesos,el%20%C3%A9xito%20o%20el%20fracaso.>
- Population City. (s.f.). *Population City*. Obtenido de Population City:
<http://poblacion.population.city/ecuador/quito/>
- Progressa lean. (14 de septiembre de 2014). *Progressa lean* . Obtenido de Progressa lean : <https://www.progressalean.com/diagrama-causa-efecto-diagrama-ishikawa/>
- Diva.com. (Octubre de 2013). *Marketing para las nuevas tendencias en fitness salud y entrenamiento personal*. Obtenido de Marketing para las nuevas tendencias en fitness salud y entrenamiento personal:

<https://www.diba.cat/documents/41289/2b948823-1e94-4c15-8c8d-ab40a399bb91>

Efadeporte.com . (Junio de 2014). *10 Ideas innovadoras para mejorar tu negocio de gimnasio*. Obtenido de *10 Ideas innovadoras para mejorar tu negocio de gimnasio*: <https://www.efadeporte.com/blog/gestion-deportiva/10-ideas-innovadoras-para-mejorar-tu-negocio-de-gimnasio>

Emprende.com. (08 de noviembre de 2017). *Emprende pyme*. Obtenido de *Emprende pyme*: <https://www.emprendepyme.net/diagrama-de-ishikawa.html>

Rrhh.web.com . (2019). *Análisis de puestos en la administración de RRHH*. Obtenido de *Análisis de puestos en la administración de RRHH*: <https://www.rrhh-web.com/analisisdepuesto4.html>

Ingenioempresa.com. (07 de Julio de 2019). *Ingenio Empresa*. Obtenido de *Ingenio Empresa*: <https://ingenioempresa.com/hoja-de-verificacion/>

Novicap. (Agosto de 2019). *Novicap*. Obtenido de *Novicap*: <https://novicap.com/guia-financiera/financiacion-para-empresas/>

auladigital. (2020). *Aula Digital Teo*. Obtenido de *Aula Digital Teo*: <https://sites.google.com/site/auladigitalteo/unidad-3/planeamiento/analisis-foda>

Controlsanitario.com. (2020). *Emisión de permisos de Funcionamiento*. Obtenido de *Emisión de permisos de Funcionamiento*: <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>

Gestión.org. (2020). *Gestion.Org*. Obtenido de *Gestion.Org*: <https://www.gestion.org/el-comercio/>

mheducation.com. (2020). *La organización en la Empresa*. Obtenido de *La organización en la Empresa*: <https://www.mheducation.es/bcv/guide/capitulo/8448146859.pdf>

- questionpro.com. (2020). QuestionPro. Obtenido de QuestionPro:
<https://www.questionpro.com/blog/es/diagrama-de-pareto/>
- wikipedia.com. (22 de Julio de 2019). *Wikipedia la enciclopedia libre*. Obtenido de *Wikipedia la enciclopedia libre*:
https://es.wikipedia.org/wiki/Diagrama_de_Pareto#:~:text=El%20diagrama%20de%20Pareto%2C%20tambi%C3%A9n,derecha%20y%20separados%20por%20barras.&text=Mediante%20la%20gr%C3%A1fica%20colocamos%20los,muchos%20triviales%22%20a%20la%20derecha.
- cepymenews. (Enero de 2020). Cepymenews. Obtenido de Cepymenews:
<https://cepymenews.es/necesidades-empleados-empresas-deben-atender/>
- rocfit.com (2020). CONSEJOS FITNESS PARA GIMNASIOS Y PROFESIONALES. Obtenido de CONSEJOS FITNESS PARA GIMNASIOS Y PROFESIONALES: <https://www.rocfit.com/consejos-fitness/ser-un-gimnasio-innovador/>
- supercias.gob.ec. (2020). *Constitución de Superintendencia de Compañías*. Obtenido de Constitución de Superintendencia de Compañías
https://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf
- entrepreneur.com. (Agosto de 2020). *Entrepreneur*. Obtenido de Entrepreneur:
<https://www.entrepreneur.com/article/264229>
- SRI . (2020). *Obtención del Ruc personas Naturales*. Obtenido de Obtención del Ruc personas Naturales:
<file:///C:/Users/Publica/Desktop/Triptico%20Personas%20Naturales.pdf>
- Gaddmp. (Febrero de 2020). *Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE*. Obtenido de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE:
<https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>

- Revistas de Ciencias Administrativas y Financieras de la Seguridad Social. (1999). *Revistas de Ciencias Administrativas y Financieras de la Seguridad Social*. Obtenido de *Rev. cienc. adm. financ. segur. soc* vol.7 n.1 San José Jan. 1999:
https://www.scielo.sa.cr/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1409-12591999000100006
- Riquelme Leiva, Matías . (Diciembre de 2016). *Analisisfoda.com*. Obtenido de *Analisisfoda.com*: <https://www.analisisfoda.com/>
- Sanatorio Argentino. (Junio de 2014). *Sanatorio Argentino*. Obtenido de *Sanatorio Argentino*: <https://www.sanatorioargentino.org/novedad/las-ventajas-del-entrenamiento-funcional-6>
- Servicio de Rentas Internas. (2020). *Requisitos para obtención de Ruc Personas Naturales*. Obtenido de *Requisitos para obtención de Ruc Personas Naturales*: <https://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-personas-naturales>
- Solicom. (Jueves de 09 de julio del 2020 de 2020). *Solicom*. Obtenido de *solicom.net*: <https://solicom.net/marketing/como-diferenciar-a-tu-gimnasio-de-la-competencia/>
- Universidad Loyola Andalucía. (Octubre de 2018). *Revista de Liderazgo*. Obtenido de *Revista de Liderazgo*:
<http://www.loyolaandnews.es/masteresoficialesloyola/proceso-estrategico-empresa/>
- web, P. (2019). *Estudio de Segmentacion*. Quito:
https://www.neurobion.com/es_EC/home/cuidado/test.html.
- Wikipedia la enciclopedia libre. (Julio de 2020). *Control de Gestión*. Obtenido de *Control de Gestión* :
https://es.wikipedia.org/wiki/Control_de_gesti%C3%B3n#:~:text=El%20control%20de%20gesti%C3%B3n%20es,moderna%20de%20control%20de%20gesti%C3%B3n.

Anexos

Anexo 1. Encuesta

Encuesta empresa IRON SPORT GYM

Indicaciones:

Seleccione una respuesta para la siguiente encuesta que le presentamos a continuación agradecemos su opinion.

Preguntas

1.- ¿Cómo conoció el centro fisico en el que está inscrito?

- a) Por amigos
- b) Medios Convencionales
- c) Redes sociales ✓

2.- ¿Por qué escogió su centro Fitness?

- a) Cercanía con mi domicilio
- b) Sus instalaciones ✓
- c) Recomendación de un cliente

3.- ¿Le gustaría formar parte del gimnasio?

- a) Si ✓
- b) No

4.- ¿En que horario le gustaría asistir a sus entrenamientos?

- a) Mañana
- b) Tarde
- c) Noche ✓
- d) Ninguno

5.- ¿Usted considera que realiza suficiente actividad fisica?

- a) Si ✓
- b) No

6.- ¿Le gustaría hacer más ejercicio?

- a) Sí ✓
- b) No

7.- ¿Usted considera que la actividad física que realiza es la adecuada?

a) Sí

b) No ✓

8.- ¿Cuántas horas al día realiza actividad física?

a) 1 hora

b) 2 horas ✓

c) más horas

d) Ninguna de las anteriores

9.- ¿Le gustaría que exista un gimnasio de asesoramiento personalizado?

a) Sí

b) No ✓

10.- ¿Usted a que plan de pago se ajustaría según su presupuesto?

a) 1 mes 25 dólares ✓

b) 3 meses 60 dólares

c) 12 meses 180 dólares

d) Ninguno

11.- ¿Usted considera que realiza suficiente actividad física?

a) Sí ✓

b) No

Anexo 2. Evidencia Fotográfica

