

## **CAPITULO I**

### **1. ANTECEDENTES**

El presente proyecto ha sido estructurado como respuesta a la creciente preocupación de las sociedades por el cuidado integral de su salud. El actual ritmo de vida y la mala alimentación ha generado el aumento de enfermedades de tipo cardiovascular, hipertensión, hemiplejías, entre otras, por lo que es necesario desarrollar nuevos métodos eficaces que ayuden a mejorar la salud de las personas.

Los especialistas en salud, recomiendan hacer ejercicios cardiovasculares: como caminar, trotar, andar en bicicleta, realizar aeróbicos en el gimnasio, etc., sin embargo, al mismo tiempo surge otro problema de importancia: el impacto que sufren los músculos y articulaciones al realizar este tipo de ejercicios.

Por lo expuesto anteriormente, presentamos nuestra propuesta de cuidar nuestra salud haciendo ejercicios, pero sin lastimarnos en el proceso, de una manera innovadora, fácil, divertida y obteniendo resultados en menor tiempo: ejercicios en el agua, “AQUA-GYM”.

Para presentar nuestro proyecto “AQUA-GYM” es necesario la creación de la Identidad corporativa: Nombre, slogan, logotipo, Misión, Visión y Objetivos en que se fundamentará nuestra empresa.

Una vez establecido nuestro servicio deberemos estudiar la situación actual, específicamente de la ciudad de Guayaquil que será el lugar donde funcionarán nuestras instalaciones, para lo cual presentaremos el Estudio de Mercado que se ha realizado para este proyecto y analizaremos las cinco fuerzas de Porter, elaboraremos el FODA, pondremos en práctica el Marketing Mix: Producto, precio, plaza, Promoción.

Además incluiremos el Estudio Organizacional de acuerdo a la actividad seleccionada, el Estudio Legal acorde con nuestra realidad nacional para constituir nuestra empresa y el Estudio Financiero que indicará la rentabilidad de nuestra empresa.

Finalmente presentaremos las conclusiones obtenidas después de elaborar todos los puntos mencionados anteriormente y las recomendaciones que podrían dar soluciones a algunos problemas encontrados.

## 1.1. MACROENTORNO DEL SECTOR

El Sistema de Salud del Ecuador se caracteriza por su segmentación. La estructura del sector salud en Ecuador está claramente segmentada. Existen múltiples financiadores y proveedores: Ministerio de Salud, Seguro Social IESS, ICS, ONG, etc., que actúan independientemente. La cobertura de la seguridad social es relativamente baja (IESS 10% y Seguro Campesino 10%) y la red asistencial pública muy limitada quedando aproximadamente sin cobertura un 30% de la población. Otros prestadores que cubren pequeñas cuotas de aseguramiento son: la Sociedad Ecuatoriana de Lucha Contra el Cáncer (SOLCA), la Junta de Beneficencia de Guayaquil (JBG) y los servicios de la Fuerzas Armadas y de la Policía Nacional.

El marco legal ecuatoriano refleja la conceptualización del Sistema Nacional de Salud (SNS) y sus funciones en la Ley Orgánica del Sistema Nacional de Salud (Losns), y detalla en su artículo 2 que "tiene por finalidad mejorar el nivel de salud y vida de la población ecuatoriana y hacer efectivo el ejercicio del derecho de la salud. Estará constituido por las entidades públicas, privadas, autónomas y comunitarias del sector salud, que se articulan funcionalmente sobre la base de principios, políticas, objetivos y normas comunes".

Una rápida mirada al sector salud en el Ecuador en las últimas décadas, refleja una realidad bastante problemática y la presencia de limitantes en su accionar: Acceso inequitativo a los servicios, bajas coberturas y calidad de atención, gestión centralizada y de bajas coberturas de atención, falta de una política integral de recursos humanos, inadecuada coordinación interinstitucional, paternalismo de instituciones públicas y privadas, alto costo de insumos y tecnologías, situación similar a la de otros países de la región, que sin embargo ha sufrido algunos cambios en los últimos años, cuando se empiezan a implementar acciones relacionadas con la reforma del sector salud, que inicia en la década de los 80's.

Por lo antes expuesto y como respuesta a la creciente preocupación de la sociedad por el cuidado de la salud se presenta la propuesta de una alternativa de ejercicios en agua, que en la ciudad de Guayaquil solo existen dos lugares que ofrecen ejercicios de bajo impacto y que sean en el agua, el primero únicamente ejercicios para rehabilitación de lesiones (Piscina Jorge Delgado) y el segundo ejercicios cardiovasculares y para tonificar el cuerpo (Piscina Bajaña).

Este tipo de ejercicios sin impacto a los músculos y articulaciones, se vuelve una verdadera opción, más aún cuando hoy en día muchas personas sufren de dolores en las piernas, rodillas y espalda, causados precisamente por la falta de costumbre en el cuerpo para hacer ejercicio, por el sobrepeso y en otros casos por problemas de lesiones o problemas congénitos.

## **1.2. MISIÓN**

Ofrecer a las personas una nueva y diferente opción para cuidar su salud, brindándoles de una manera divertida y entretenida, ejercicios que favorezcan su estado físico, sin provocar daño en los músculos y articulaciones.

## **1.3. VISIÓN**

Ser el mejor y más conocido gimnasio que brinda la alternativa de ejercicios en el agua.

## **1.4. VALORES**

Compromiso.- Brindar el servicio requerido con eficiencia cubriendo las necesidades del cliente.

Honestidad.- Cumplir con los servicios ofrecidos, garantizando la experiencia de nuestro personal.

Responsabilidad.- Capacidad existente de la empresa para aceptar las consecuencias sean positivas o negativas del servicio aceptado por el cliente.

Disciplina.- Cumplimiento de horarios para realizar las rutinas diarias de ejercicios.

Responsabilidad Social.- La empresa utilizara tecnología ambiental amigable para el mantenimiento de sus instalaciones y entorno.

### **1.5. CULTURA EMPRESARIAL**

Ofrecer a las personas de manera divertida una opción diferente para cuidar su salud, con ejercicios que favorezcan su estado físico, sin provocar daño en su cuerpo.

## 1.6. OBJETIVOS GENERALES

Brindar soluciones nuevas, rápidas y eficaces para mejorar la calidad de vida de nuestros clientes.

## 1.7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Capacitar y evaluar a los instructores anualmente.
- Innovar nuevas técnicas, tendencia y equipos personales anualmente.
- Controlar y mantener preventivamente las instalaciones generales de la empresa.

## 1.8. ANÁLISIS FODA

MATRIZ FOFA DODA	<b>FORTALEZAS (internas)</b>	<b>DEBILIDADES (internas)</b>
	<ol style="list-style-type: none"><li>Somos pioneros en este tipo de servicio.</li><li>Innovación de una nueva técnica de ejercicios.</li><li>Menor segmentación del mercado</li></ol>	<ol style="list-style-type: none"><li>Falta de experiencia en este medio.</li><li>No existen instructores completamente capacitados.</li><li>Introducir una idea nueva a las personas.</li></ol>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO Y  
REHABILITACIÓN EN AGUA “AQUA GYM”

---

<p><b>OPORTUNIDADES</b> (externas)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mayor auge en el cuidado de la salud y el ejercicio</li> <li>2. Más personas conscientes de mejorar la salud</li> <li>3. Las personas dedican tiempo y dinero al cuidado de su apariencia física.</li> <li>4. Para practicar los aeróbicos acuáticos no se necesita saber nadar.</li> </ol>	<p><b>FO:</b> Usar Fortalezas para aprovechar Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>F1- O1-O2</b> Las personas buscan siempre estar a la vanguardia con las últimas técnicas, terapias y ejercicios que ofrece el mercado.</li> <li>• <b>F2-O3</b> Los gimnasios de la ciudad se han mantenido en su auge, pero el mercado no ha ofrecido nada nuevo.</li> <li>• <b>F3-O4</b> Incorporar nuevos segmentos. Ya que para practicar los aeróbicos acuáticos no se necesita saber nadar.</li> </ul>	<p><b>DO:</b> Vencer Debilidades aprovechando Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D1-O2</b> Conciencia colectiva acerca de la importancia del ejercicio y la salud, lo cual nos impulsa a estar en constante aprendizaje de nuevas técnicas y ejercicios.</li> <li>• <b>D2 – O1</b> Las personas que ofrecerán los ejercicios, no solamente deben estar entrenadas en su rama, sino que deben mantener un buen trato con los clientes.</li> <li>• <b>D3-O3</b> Aprovechar el cuidado de su salud y apariencia física para informar a las personas de los beneficios de esta nueva alternativa.</li> </ul>
<p><b>AMENAZAS</b> (externas)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. La competencia directa puede imitar nuestras nuevas ideas.</li> <li>2. Los Gimnasios no tradicionales como pilates, son sustitutos de nuestro servicio.</li> <li>3. Personas</li> </ol>	<p><b>FA:</b> Usar las Fortalezas para evitar las Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>F1-A1</b> Por ser los primeros en ofrecer este servicio, seremos los más reconocidos y mencionados entre las personas ante la competencia.</li> <li>• <b>F2-A2</b> Podemos perder mercado si ingresen nuevas técnicas innovadoras como</li> </ul>	<p><b>DA:</b> Reducir a un mínimo las Debilidades y evitar Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D1-A1</b> Innovar constantemente el servicio, ya sea con nuevas rutinas, nueva música, o promociones, de manera que sea difícil para la competencia imitarnos o copiar nuestras ideas.</li> <li>• <b>D2 – A1</b> Conseguir personas calificadas nacionales y extranjeros, para brindar los ejercicios,</li> </ul>



PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO Y  
REHABILITACIÓN EN AGUA “AQUA GYM”

---

<p>propietarias de piscinas en sus casas, podrían adecuarlas para hacer una clonación de nuestro servicio.</p> <p>4. Falta de conocimiento acerca de nuestro servicio.</p> <p>5. El clima un poco frío en las noches de verano.</p>	<p>la nuestra.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>F1-A3</b> Mantenernos al día en nuevas técnicas relacionadas a nuestro servicio además trabajar bajo estrictos niveles de calidad.</li> <li>• <b>F3-A4</b> Información es la clave. Tenemos que darnos a conocer, pues tenemos algo nuevo y beneficioso para las personas.</li> <li>• <b>F3-A5</b> Nuestro servicio será refrescantes en temporada invernal, y en verano contaremos con aguas aclimatadas, además nuestras instalaciones serán bajo techo.</li> </ul>	<p>siempre con las últimas tendencias.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>D3-A2-A4</b> Hacer que la gente prefiera los ejercicios en el agua, brindándoles toda la información necesaria.</li> <li>• <b>D3-A3</b> Ofrecer un servicio difícil de igualar debido a la tecnología e infraestructura utilizada, ofreciendo otros servicios y una atención personalizada.</li> <li>• <b>D3-A5</b> Incorporar nuevos segmentos, facilidad de horarios.</li> </ul>
---	--	---

### 1.9. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA

FACTORES	%	CALIF	TOTAL	RESUMEN
RIVALIDAD	25%	9	2.25	
AMENAZA NUEVOS COMPETIDORES	20%	5	1.00	
AMENAZA SUSTITUTOS	15%	5	0.75	
PROVEEDORES	10%	3	0.30	

CLIENTES	5%	5	0.25	
CONCENTRACIÓN	10%	3	0.30	
MADUREZ	5%	2	0.10	
PODER FUERZA LABORAL	5%	8	0.40	
IMPACTO VARIABLE EXTERNA	5%	8	0.40	
<b>RESUMEN</b>	<b>100%</b>		<b>5.75</b>	

#### 1.10. FACTORES CLAVES DEL ÉXITO

Pasión

Trabajo duro

Excelencia

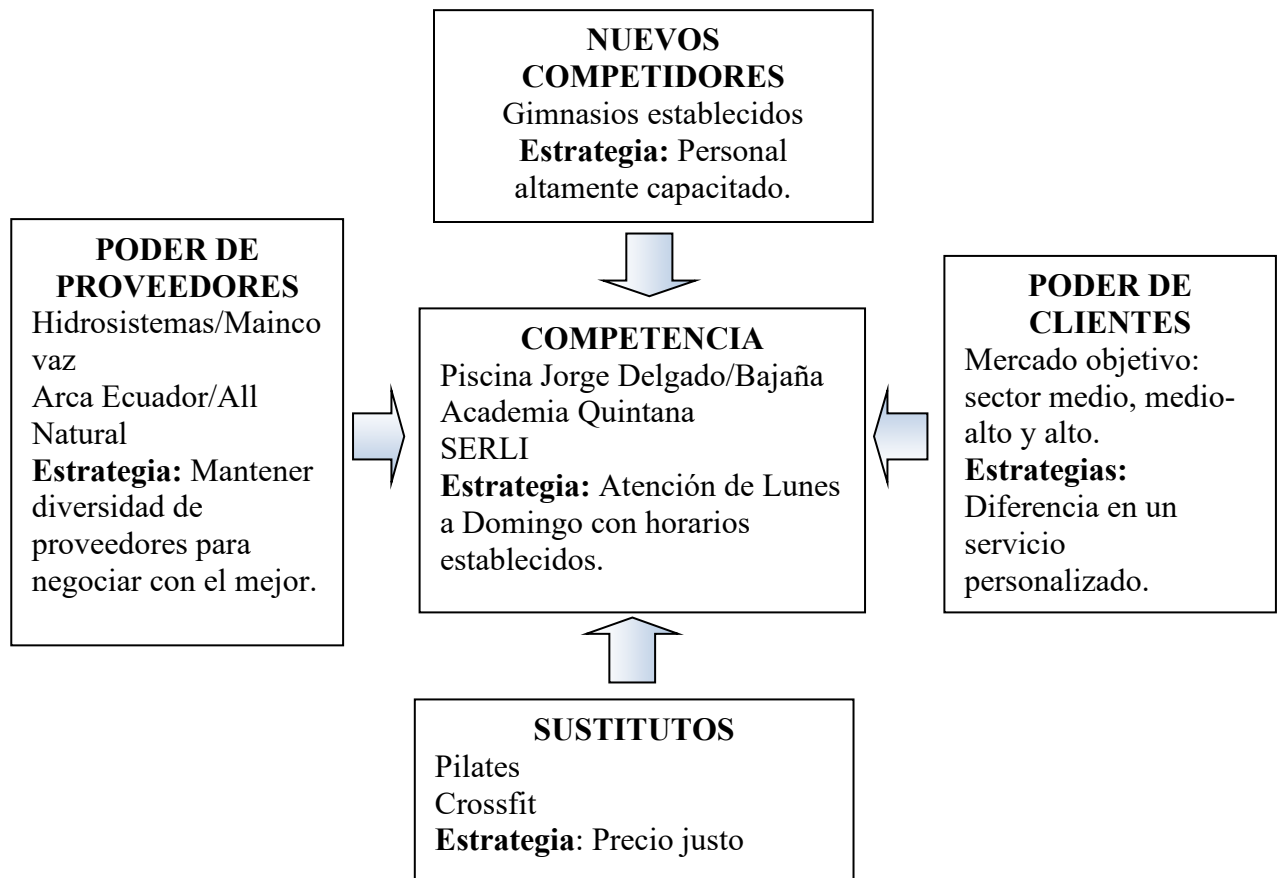
Superar los límites

Valor agregado

Ideas nuevas

Perseverancia

### 1.11 LAS 5 FUERZAS DE PORTER



Existen cinco fuerzas que determinan las consecuencias de rentabilidad a largo plazo de un mercado o de algún segmento de éste. La corporación debe evaluar sus objetivos y recursos frente a éstas cinco fuerzas que rigen la competencia:

**Amenaza de entrada de nuevos competidores:** El atractivo del mercado o el segmento depende de qué tan fáciles de franquear son las barreras para los nuevos participantes que puedan llegar con nuevos recursos y capacidades para apoderarse de una porción del mercado.

Nuestros principales competidores potenciales, identificados en nuestra encuesta son:

- 📍 **Gold's Gym:** Edif. World Trade Center, C.C. Millenium Gallery.
- 📍 **Híper Gym:** Av. Víctor Emilio Estrada, Urdesa central.
- 📍 **Becuvi:** Av. Malecón Simón Bolívar y Rocafuerte.

**Rivalidad entre los competidores:** Para una corporación será más difícil competir en un mercado o en uno de sus segmentos donde los competidores estén muy bien posicionados, sean muy numerosos y los costos fijos sean altos,

pues constantemente estará enfrentada a guerras de precios, campañas publicitarias agresivas, promociones y entrada de nuevos productos.

Los competidores que hemos identificado son:

- ④ **PISCINA JORGE DELGADO:** Alborada 7ma etapa.
- ④ **ACADEMIA DE NATACION BAJAÑA:** Los Álamos mz. J -15 v. 24
- ④ **SERLI:** José de Antepara 7900 y Bolivia (esquina).
- ④ **CLUB DEPORTIVO DIANA QUINTANA:** Km 2.5 Vía Samborondón.

**Poder de negociación de los proveedores:** Un mercado o segmento del mercado no será atractivo cuando los proveedores estén muy bien organizados gremialmente, tengan fuertes recursos y puedan imponer sus condiciones de precio y tamaño del pedido. La situación se complica aún más si los insumos que suministran son claves para nosotros, no tienen sustitutos o son pocos y de alto costo. La situación será aun más crítica si al proveedor le conviene estratégicamente integrarse hacia adelante.

Los proveedores que hemos identificado para nuestra empresa son los siguientes:

**Servicios de limpieza de piscinas:**

**Hidrosistemas:** Av. De las Américas y C. L. Plaza Dañín.

**Acuamarín:** Miraflores

**Tecnipiscina:** V. E. Estrada 1103

**Maincovaz:** C.C. Aventura Plaza

**Bebidas**

**Industrias Tony:** Vía a Daule Km. 10.5

**Sumesa:** Vía a Daule Km. 11.5

**Arca Ecuador:** Av. Juan Tanca Marengo



**All Natural:** Km 6.5 de la vía Guayaquil- Daule. En la zona industrial

**Poder de negociación de los compradores:** Un mercado o segmento no será atractivo cuando los clientes están muy bien organizados, el producto tiene varios o muchos sustitutos, el producto no es muy diferenciado o es de bajo costo para el cliente, porque permite que pueda haber sustituciones por igual o menor costo. A mayor organización de los compradores mayores serán sus exigencias en materia de reducción de precios, de mayor calidad y servicios y por consiguiente la corporación tendrá una disminución en los márgenes de utilidad. La situación se hace más crítica si a las organizaciones de compradores les conviene estratégicamente integrarse hacia atrás.

Nuestros clientes son personas de clase media - alta y alta, que tienen el poder de adquisición necesario para pagar ya sea en efectivo, o con tarjeta de crédito, las sesiones o paquetes de promoción.

**Amenaza de ingreso de productos sustitutos:** Un mercado o segmento no es atractivo si existen productos sustitutos reales o potenciales. La situación se complica si los sustitutos están más avanzados tecnológicamente o pueden entrar a precios más bajos reduciendo los márgenes de utilidad de la corporación y de la industria.

El producto sustituto que hemos identificado es:

-  Pilates.
-  Crossfit.

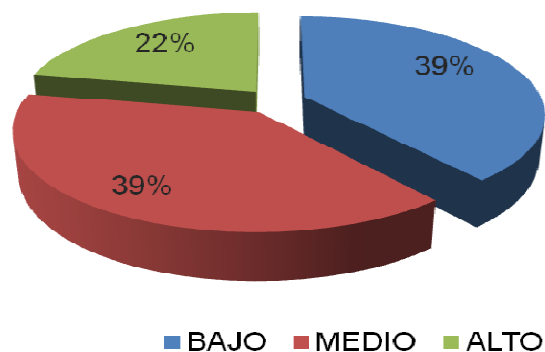
## CAPITULO II

### 2. ANÁLISIS DEL MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

#### 2.1. CARACTERÍSTICAS Y ESTRUCTURA DEL MERCADO

La población del Ecuador dividida en clases sociales está representada en el siguiente cuadro.

##### Distribución de poblaciones por estratos sociales \*



Basándonos en los datos estadísticos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC) sobre el número de habitantes de la provincia del Guayas urbano y rural y considerando solo a la clase media, media-alta y alta obtenemos el número de personas al cual estaría dirigido nuestro servicio de la siguiente manera:



<b># Habitantes del Guayas</b>	3'645.483
<b>Población rural</b>	662.832
<b>Población urbana</b>	2'982.651
<b>Tasa de crecimiento</b>	11%

Población urbana x %Clase Social media, media-alta, alta

$$2'982.651 \times 39.4\% = \mathbf{1'175.164}$$

Pensamos ganar una participación del mercado de un 10 % en la etapa de introducción de nuestro servicio. Lo que correspondería a:

Número de habitantes de clase media, media - alta y alta: **117.516**



## 2.2. MERCADO OBJETIVO

Para determinar el tamaño de la muestra para nuestro estudio de mercado objetivo hemos considerado la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N}{(E)^2 (N - 1) + 1}$$

donde:

n = tamaño de la muestra

N = tamaño de la Población

E = Error máximo

Utilizando un error del 10% por el hecho de estar tomando como muestra únicamente la ciudad de Guayaquil y siendo nuestro objetivo parte del mercado nacional. El tamaño de la población sería el número de habitantes de clase media, media alta y alta

N = 117516

E = 0.1

$$n = \frac{117516}{(0.1)^2 (117516 - 1) + 1} = 100$$

Así, el tamaño de nuestra muestra será 100 personas.

El lugar donde realizaremos la encuesta será:

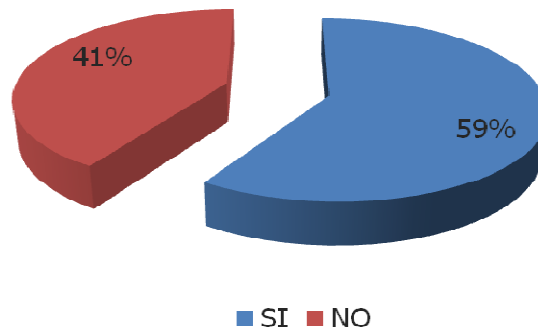
- Centros Comerciales
- Universidades
- Centros Estéticos

### 2.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA: ENCUESTAS Y ESTADÍSTICAS

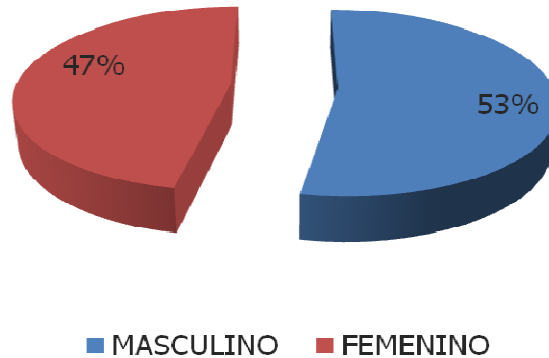
(Ver anexo 1)

De la encuesta realizada a 54 hombres y 46 mujeres los resultados obtenidos fueron los siguientes:

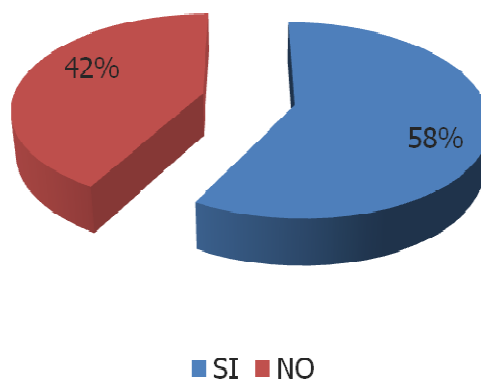
Sólo el 59% de los encuestados realizan ejercicios.



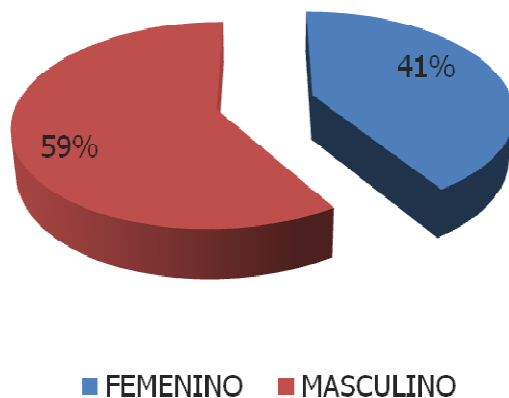
Los hombres son los que realizan mayor cantidad de actividad relacionado al cuidado de su salud y de su físico, con un 53%, y las mujeres con un 47%.



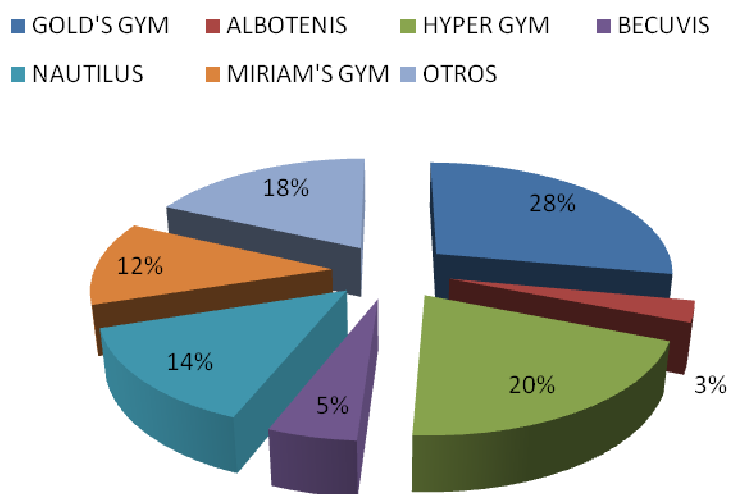
De las 59 personas que realizan actividad física el 58 % asiste a un gimnasio.



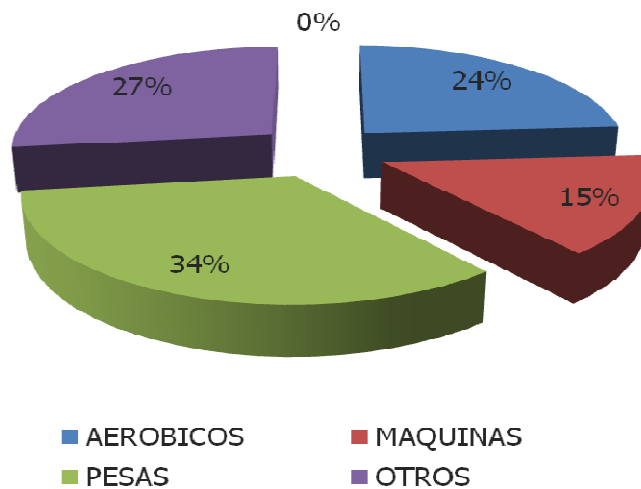
Y de ese total, el 59% son hombres y el 41% son mujeres.



Los gimnasios a los que más asisten las personas encuestadas se detallan en el siguiente gráfico.

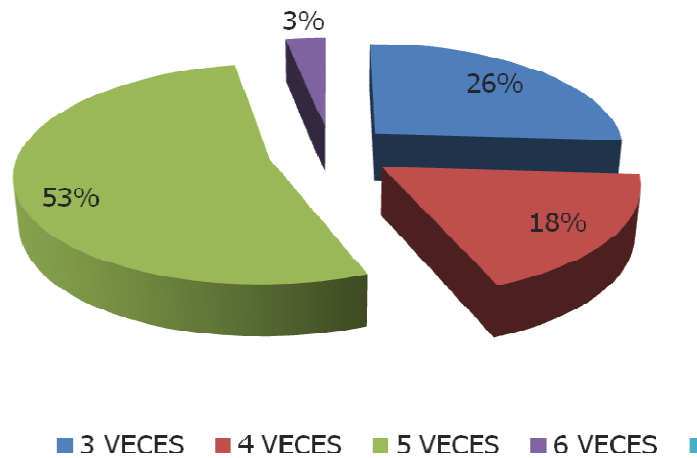


De las 34 personas que asisten al gimnasio las actividades que mas practican para ejercitarse son las siguientes.

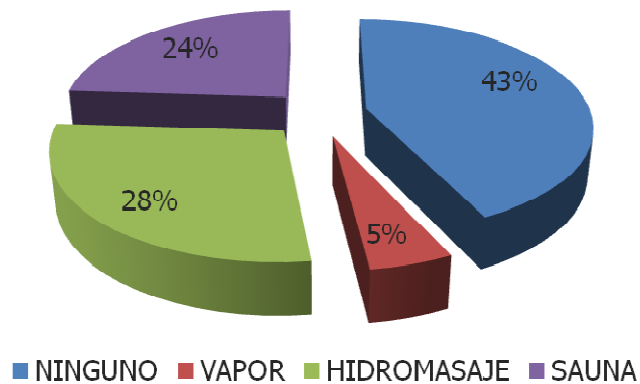


Siendo las 3 más importantes: el levantamiento de pesas con un 34%, luego otras actividades como tae-bo, spinning, clases de baile, capoeira ocupa el 27 % y por último con un 24% los aeróbicos tradicionales.

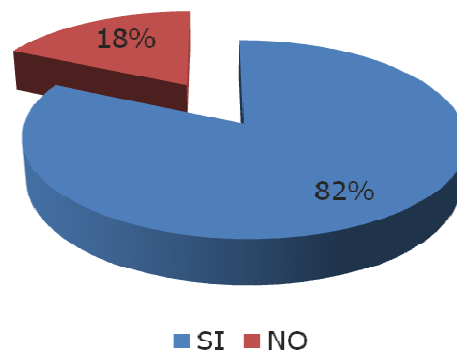
La frecuencia de asistencia al gimnasio en la semana es el siguiente:



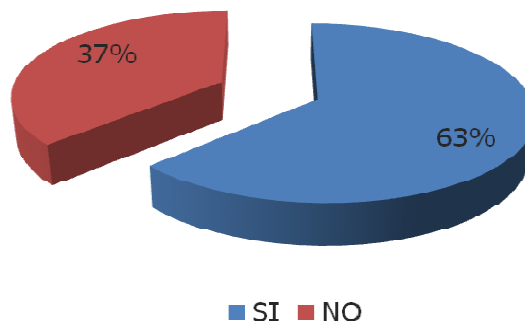
Los servicios adicionales que más prefieren las personas que asisten al gimnasio son:



De las 100 personas encuestadas al preguntarles si estarían dispuestos a probar un nuevo tipo de ejercicio, que le ofrezca más beneficios que los ejercicios de siempre, de manera menos rutinaria, más divertida y sin sudar, el 82% contestó que estaría dispuesto a probar una nueva opción, mientras que el 18% se negaron.

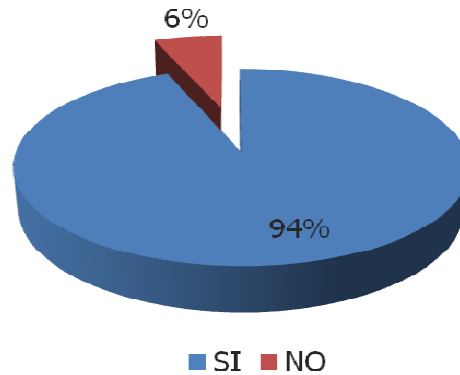


Al preguntar a los encuestados si conocían o habían escuchado algo acerca de los aeróbicos en el agua las respuestas fueron las siguientes:





Y al preguntarles si estarían dispuestos a conocer más acerca de los beneficios de nuestro servicio contestaron lo siguiente:



Como conclusión de los resultados de la encuesta, nuestro servicio debe ser ofrecido de tal manera de captar más al segmento femenino que aun no practican actividad física, en cambio a los hombres es venderles un nuevo producto que ofrezca los mismos beneficios mejorados y en menor tiempo. Identificamos las preferencias al momento de ejercitarse y de los servicios adicionales que gustan.

Conocimos nuestros potenciales competidores, y la aceptación de las personas de probar una nueva opción.

## 2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA: EMPRESA Y SUS COMPETIDORES

Se trata de conocer los oferentes actuales y potenciales de su producto, dicho conocimiento hará comprender las estrategias de nuestros competidores y anticipar sus movimientos y sus reacciones ante las posibles tácticas de nuestros oponentes.



## 2.5. PLAN DE MARKETING

El plan de mercadeo nos permitirá vender nuestro servicio tanto a clientes como a potenciales inversionistas y bancos.

Comprende las siguientes estrategias:

- Estrategia de lanzamiento e introducción al mercado.
- Estrategia de ventas.
- Estrategia de precios.
- Canales de distribución.
- Publicidad y promoción.

Existen también varias formas de hacer publicidad como crear unos símbolos que representen a la empresa, un nombre, un logotipo y un eslogan publicitario.

## 2.6. ESTRATEGIAS DE MARKETING: PRECIO, PRODUCTO, PROMOCIÓN Y PLAZA

## PRODUCTO

Para brindar un servicio de óptima calidad a nuestros clientes hemos considerado importante agruparlos de acuerdo a sus necesidades.



También hemos establecido un grupo o categoría denominada especial, este grupo abarcará personas que deseen realizar alguna rehabilitación.

## “ESPECIAL”



El servicio que ofrecerá nuestro “AQUA-GYM” básicamente constará de 3 etapas:

1. Calentamiento previo al ingreso de la piscina, el cual es obligatorio para evitar algún problema como calambres.
2. Sesión de aeróbicos, el tiempo dependerá del grupo al cual se está dirigiendo.
3. Relajación, una vez concluida la sesión de aeróbicos el instructor indicara ejercicios de respiración para concluir la clase.

El cliente al inscribirse, pagar la matrícula y la mensualidad, y llenar la ficha de inscripción. El cliente escogerá el horario que mejor se acomode a su rutina diaria.

Una vez inscrita la persona podrá tener acceso a nuestros servicios de parqueo, alquiler de casilleros (solo el tiempo que dure la clase) y control de peso, medidas y control de presión arterial (departamento médico).

Los clientes podrán adquirir bebidas y otro tipo de accesorio que estime importante para realizar su rutina de aeróbicos. Estos deberán ser cancelados de forma adicional al pago de la matricula y de la mensualidad.

A continuación mostramos el detalle del servicio:

### TABLA DE GRUPOS

Grupo	Nombre	Edades	Duración (min.)			Horario
<b>B</b>	Silver	20 – 45		45		7h00 – 13h00 14h00 – 22h00
<b>D</b>	Especial	Indistinta		45		A convenir

## PRECIO

Dependiendo del grupo al que corresponda la persona inscrita variara el precio que debe cancelar.

Las personas que asistan por rehabilitación deberán cancelar un valor de \$ 65 por sesión ya que de acuerdo a su dolencia se recomendará el número de sesiones al mes.

Las personas que deseen pagar trimestralmente o semestralmente se les darán un descuento como forma de compensación de su fidelidad a nuestro servicio.

## TABLA DE PRECIOS

Grupo	Nombre	Matricula	Mensualidad	Precio Total
A	Normal	\$ 40	\$55	\$95
B	Rehabilitación	-	-	\$65

En base a los precios establecidos por grupo de cliente hemos proyectado a seis años nuestro número de clientes con el respectivo valor generado por las ventas, considerando un pequeño incremento en el número de clientes en cada año y su respectivo porcentaje de deserción.

## PLAZA

Para poder ser accesible en nuestro mercado hemos decidido vender nuestro servicio directamente a nuestros clientes, estableciendo alianzas estratégicas tales como: Convenios con el IESS, Clínicas y Hospitales privados, Centros para el cuidado de la belleza y salud de una manera personalizada.

## PROMOCIÓN

Para promocionar “AQUA-GYM”, hemos dividido nuestra campaña publicitaria en tres etapas:

**1. Etapa de Introducción:** Aquí nos haremos conocer a nuestro mercado objetivo, nos anunciaremos 2 domingos en la Prensa, en el diario “El Universo” y “Expreso” en las secciones “La Revista” y “Semana” respectivamente. También se repartirán volantes en los diferentes puntos de Guayaquil para llegar a la mayor cantidad de personas posibles. (Ver anexo 2).

**2. Etapa de Reconocimiento:** Al segundo mes nuestro mercado objetivo ya nos conoce y ha despertado el interés por conocer más acerca de nuestro servicio, motivo por el cual seguiremos repartiendo volantes en puntos



estratégicos, como: IESS, Clínicas, Hospitales privados, LAIN, KORPER, SPA'S, CUTY YCAZA, y en Centros Comerciales: Riocentro Ceibos, Entre Ríos y San Marino, durante un mes.

**3. Etapa de Mantenimiento:** Para mantenernos en la mente de nuestros clientes colocaremos dos habladores publicitarios una en vía Samborondón (Av. Principal) y la otra en la Av. Francisco de Orellana.

## 2.7 MATRIZ BCG

"AQUA GYM" tendrá una introducción al mercado notable con una expectativa de crecimiento considerable a mediano plazo.

## **CAPITULO III**

### **3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

La estructura organizacional elegida para nuestra empresa es de tipo “funcional” ya que todas se dedican a la producción de algo útil que desean otros.

La ventaja más importante de la departamentalización funcional es que constituye un método lógico y probado durante mucho tiempo. También es la mejor forma de asegurarse que los más altos administradores defenderán el poder y el prestigio de las actividades básicas de la empresa, es una consideración importante entre los gerentes funcionales, pues ven por todas partes la intromisión de los grupos de staff y de servicios que en ocasiones amenaza la seguridad de los principales ejecutivos de la línea. Otra ventaja: sigue el principio de la especialización ocupacional por consiguiente facilita la eficiencia en la utilización del personal. Además simplifica la capacitación y debido a que los altos gerentes tienen la responsabilidad de los resultados finales proporciona un medio para ejercer un control estricto en la cima.

Entre las desventajas de este tipo de organización tenemos: Resta importancia a los objetivos globales de la compañía, exagera la especialización

y reduce los puntos de vista del personal clave. Reduce la coordinación entre las funciones la responsabilidad de las utilidades se encuentra solo en la alta dirección, adaptación lenta a los cambios del ambiente, limita el desarrollo de los gerentes generales.

### 3.1. CONSTITUCIÓN DEL NEGOCIO

La empresa se constituirá como una Compañía Anónima, siendo así su razón social “AQUA-GYM” la compañía anónima es una sociedad cuyo capital está formado por la aportación de los accionistas, dividido en acciones negociables.

Las características principales son:

- Es una compañía capitalista
- Las compañías anónimas en que participen instituciones de derecho público o privado con finalidad social o pública podrán subsistir con uno o más accionistas
- Los accionistas responden únicamente por el monto de sus acciones

- ④ Existen dos formas de constitución: por un solo acto; por convenio entre los que otorgan la escritura o en forma sucesiva por suscripción pública de acciones
- ④ Los accionistas con derecho a voto lo tendrán en proporción a su valor pagado
- ④ Es obligatoria la existencia de organismos internos de fiscalización
- ④ La convocatoria a junta general de sus accionistas deberá hacerse en uno de los periódicos de mayor circulación.

Nosotros constituiremos nuestra compañía por un solo acto para lo cual debemos:

1. Otorgar la escritura de la constitución de la compañía.
2. Presentar a la Superintendencia de Compañías tres copias notariales de la escritura, competición suscrita por abogado y la persona autorizada para tramitar aprobación, con la certificación de que la Cía. en formación está afiliada a la Cámara correspondiente.
3. La Superintendencia de compañías de aprobarlas, dispondrá su suscripción en el registro mercantil.

4. Se debe publicar una sola vez el extracto de la escritura en el periódico de mayor circulación.
5. Se inscribe en el registro mercantil de la Superintendencia una copia de la escritura constitutiva con las razones que debe poner el notario ante quien se otorgó y el registrador mercantil, junto con el certificado del RUC de la compañía y la copia de los nombramientos del representante legal y del administrador que subrogue.

La escritura de fundación de nuestra compañía anónima deberá contener lo siguiente:

- Nombres, apellidos y estado civil de los socios.
- La denominación objetiva o razón social de la compañía.
- El objeto social debidamente concretado.
- El domicilio de la compañía, la forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, además de los representantes legales.
- El importe del capital social con el número de acciones que cada socio suscriba y pague en numerario.
- La forma de deliberar y tomar resoluciones.

- Los demás pactos lícitos y condiciones que los socios desean establecer.

## **REQUISITOS DE LOS TITULOS DE ACCIÓN Y LOS DERECHOS DE LOS ACCIONISTAS.**

Los requisitos que deberán contener los títulos de acción emitidos por la compañía anónima son:

- Nombre y domicilio de la Cía.
- Las cifras de capital autorizado, suscrito y el número de acciones
- El número de orden de la acción y del título si este representa varias acciones y la clase que pertenece
- La fecha de la escritura de constitución de la Cía., la notaria en que se inscribió, y número de registro mercantil. (tomo y folio).
- La ubicación del nombre de propietarios de acciones.
- Si la acción es ordinaria o preferida y objeto de la preferencia
- Fecha de expedición del título
- La firma de la persona o personas autorizadas.

Los derechos fundamentales del accionista son:

- Negociar acciones libres
- Derecho a voto propio
- Derecho de preferencia.

En las juntas de accionistas si los asistentes no suscriben el acta habiendo aceptado la celebración de la junta, las resoluciones serán declaradas nulas.

### **REGISTRO ÚNICO DE CONTRIBUYENTE (RUC)**

Para poder obtener el Registro Único de Contribuyente RUC se deberá presentar:

- Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación de inscripción correspondiente; Ley de creación o Acuerdo Ministerial de creación, según corresponda.
- Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil cuando así lo exija la Ley.

- ④ Copia de la Cédula de Identidad y Papeleta de Votación del Representante Legal. En el caso de extranjeros: fotocopia y original de la cédula de identidad, pasaporte y censo.
- ④ Fotocopia de un documento que certifique la dirección en la que se desarrolla la actividad económica: recibo de luz, agua o teléfono.

### **DISPOSICIONES EMITIDAS POR EL BENEMÉRITO CUERPO DE BOMBEROS DE GUAYAQUIL (BCBG)**

- ④ Antes de empezar la actividad comercial se debe presentar los planos del establecimiento en el Departamento de Ingeniería y Proyectos (DIP) del BCBG para que den las disposiciones técnicas relacionadas a la seguridad. (Número y tipo de extintores, puertas de emergencias, señalización obligatoria, etc.)
- ④ El costo dependerá de la cantidad de metros cuadrados de la construcción.
- ④ Las disposiciones técnicas serán entregadas por el BCBG una semana después de entregados los planos y cancelado el valor indicado.
- ④ Cuando la empresa inicie su actividad deberá solicitar una inspección para certificar que cumple las regulaciones establecidas por el BCBG.



### **PERMISO DE FUNCIONAMIENTO EMITIDO POR EL BCBG**

- ④ Comprar una especie valorado en la Oficina Técnica de Prevención de Incendios (OTPI) y hacer la solicitud de obtención del permiso.
- ④ Presentar la solicitud con copia del RUC y cancelar el valor asignado.

### **CERTIFICADO DE USO DE SUELO**

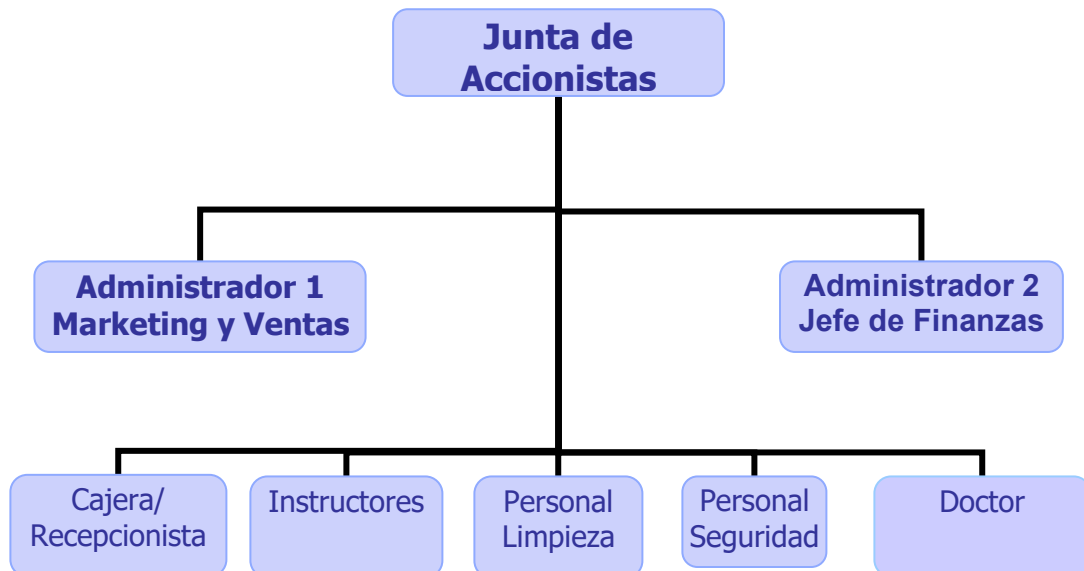
- ④ Este certificado se lo obtiene en la oficina de Dirección de Urbanismo, Avalúo y Registro, para lo cual el interesado debe comprar en las ventanillas el formulario para solicitar el permiso y entregarlo junto con el RUC y el Estudio de Suelo en la ventanilla. El certificado deberá ser retirado quince días después.

### **PATENTE Y TASAS**

Para obtener la patente se debe presentar el Certificado de Uso de Suelo, pagar lo establecido y retirar la patente.

Las tasas son establecidas por la Dirección de Vía Pública y se calcula de acuerdo a las dimensiones del terreno, la ubicación y la actividad comercial que vaya a desempeñar la compañía. El procedimiento es similar para pagar el certificado de uso de suelo.

### 3.2. ORGANIGRAMA



### 3.3. FUNCIONES

Administrador 1: Es el encargado de llevar el Marketing y Ventas de la empresa.

Administrador 2: Es el encargado de llevar las Finanzas de la empresa.

Cajera/Recepcionista: Encargada de el Servicio al Cliente así como de la recolección de ingresos generados por los servicios de la empresa.

Instructores: Encargados de las terapias y rehabilitaciones ofrecidas por la empresa.

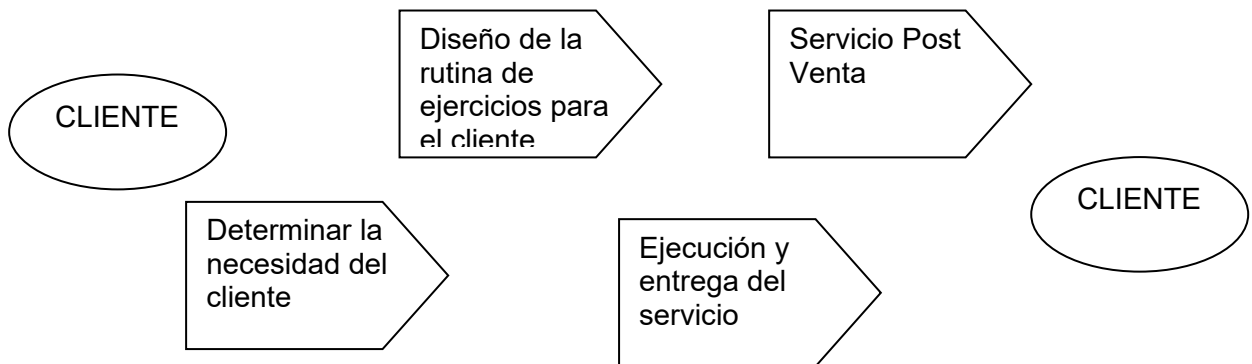
Personal de Limpieza: Encargados del mantenimiento general del establecimiento.

Personal de Seguridad: Encargados del cuidado de los clientes y establecimiento.

Doctor: Encargado de la salud de los clientes y del personal en general.

### **3.4. CADENA DE VALOR Y OPERACIONES**

Las actividades deben contar con procedimientos formales establecidos que deberán ser evaluados mediante una batería de indicadores de calidad, tanto para sus aspectos tangibles (tiempo de desarrollo del servicio, puntualidad, limpieza, higiene, etc) como para los intangibles (actitud del personal, amabilidad, modos de comportamiento ante el cliente, etc.) que necesariamente deben estar vinculados entre sí.



### 3.5. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE

“La responsabilidad social ambiental empresarial concilia lo ambiental, social y lo económico financiero en el actual cotidiano de la empresa. La responsabilidad y el compromiso de la empresa con lo ambiental y con lo social, traducido en prácticas socio ambientales sanas, medibles a través de indicadores de sostenibilidad, que permitan monitorear el desempeño de la empresa y hacer viable la instrumentación del concepto de eco eficiencia en la práctica habitual de la empresa, y en el marco de la rendición de cuentas que haga posible reportar de manera transparente las actividades que la empresa realiza (reportes sociales, ambientales y de sostenibilidad).

La responsabilidad social ambiental empresarial se traduce entonces en un modelo estratégico de gestión empresarial que comporta el desempeño de las actividades productivas de manera sostenible, cuidando el medioambiente, la salud de los trabajadores, y los intereses de la comunidad a la vez que la maximización de lucro de la empresa”. (1)

En concordancia con la antes mencionado la empresa Aqua Gym genera nuevas plazas de trabajo aportando al desarrollo económico y social del país a la vez que protege a sus trabajadores con todos los beneficios otorgados por la ley para que estos y sus familias tengan acceso a una vida y salario digno permitiéndoles alcanzar el tan anhelado buen vivir contemplado en la Constitución de la República del Ecuador.

Siendo importante recalcar que en el aspecto medio ambiental, la empresa Aqua Gym utilizará tecnología ambientalmente amigable para el mantenimiento de sus instalaciones así como el cuidado del entorno donde se desarrollarán las actividades para los usuarios.

## **CAPITULO IV**

### **4. INGENIERIA DEL PROYECTO**

#### **4.1. DETERMINACION DE RECURSOS**

Esta empresa es una entidad independiente de otras organizaciones, pero dependiente del Estado Ecuatoriano en el aspecto tributario como toda empresa. El Estado es el regulador de todo tipo de actividades y organizaciones particulares, y sus impuestos son algo por lo que todas las empresas tienen que pasar y analizar la influencia.

En el marco legal estudiamos el conjunto de trámites iniciales necesarios para la puesta en marcha de la compañía y demás permisos y patentes necesarios: como inscripciones en cámaras de comercio y en asociaciones.

Los recursos que necesitaremos son:

- Mobiliario
- Publicidad
- Equipos informáticos
- Mano de obra especializada
- Capacitación y mejora del personal

En el desarrollo de la actividad vamos a contar con varios tipos de proveedores que ya tenemos establecidos y otros que podemos ir variando según las necesidades de materiales y la negociación de precios. Algunos de los proveedores necesarios serian:

Nuestros proveedores en nuestro caso, serán:

- INTERAGUA: Es la empresa que se encarga de proveer agua a todo Guayaquil, de ahí la elección de esta empresa para que sea nuestro proveedor.

- EEE: Es la empresa que provee el servicio de la luz en Guayaquil, por lo tanto, tenemos que contratar este servicio con ellos si queremos acceder a ella.

- CNT: Entre las empresas que se encargan de dar servicios telefónicos, esta es la empresa con mejor trayectoria y mejor servicio de todo Guayaquil.

- TV CABLE: Para el servicio de Internet y comparando los diversos proveedores de este servicio, elegimos esta empresa, porque presenta el mejor servicio, los mejores precios y la mejor cobertura en toda la ciudad.

Estos proveedores son fijos de cada uno de los servicios necesarios para la empresa, y son elegidos por su prestigio y calidad de los servicios. Sin embargo, para la compra de materiales de oficina no poseeremos un proveedor fijo,

debido que se comprara al que mejor precio ofrezca, junto con un producto de calidad.

#### **4.2. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA**

El terreno que hemos seleccionado para comprar está localizado en la Ciudadela “Kennedy Norte” como referencia atrás del Edificio “Las Cámaras”. Este terreno tiene una dimensión de 300 m<sup>2</sup> y es considerado un lugar de fácil acceso para nuestros futuros clientes.





PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO Y  
REHABILITACIÓN EN AGUA “AQUA GYM”

---



#### 4.3. INVERSIÓN INICIAL

La inversión inicial para nuestra empresa será la siguiente:

Item	Cantidad	Costo	Total
Terreno	1	\$40.000,00	\$40.000,00
Construcción Edificio Administrativo	1	\$16.000,00	\$16.000,00
Construcción de Piscina	1	\$30.000,00	\$30.000,00
Casilleros	3	\$250,00	\$750,00
Bebederos	2	\$120,00	\$240,00
Computador	2	\$500,00	\$1.000,00
Impresoras	2	\$80,00	\$160,00
Counter	1	\$300,00	\$300,00
Sillas Secretaria	4	\$50,00	\$200,00
Escritorio	2	\$100,00	\$200,00
Teléfonos	2	\$60,00	\$120,00
Aire Acondicionado	1	\$800,00	\$800,00
Archivadores Aéreos	2	\$50,00	\$100,00

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO Y  
REHABILITACIÓN EN AGUA “AQUA GYM”

---

Archivadores	2	\$150,00	\$300,00
Butacas Visitantes	2	\$300,00	\$600,00
Balanza	1	\$120,00	\$120,00
Tensiometro	1	\$30,00	\$30,00
Termómetro	1	\$1,00	\$1,00
Cinta Métrica	1	\$1,00	\$1,00
Equipo de Sonido	1	\$300,00	\$300,00
Servicios higiénicos	6	\$100,00	\$600,00
Lava Manos	4	\$50,00	\$200,00
Secador Eléctrico para manos	4	\$40,00	\$160,00
Duchas	6	\$20,00	\$120,00
Lavadero	1	\$50,00	\$50,00
Caja Registradora	1	\$200,00	\$200,00
Tablas de Natación	50	\$5,00	\$250,00
Ula Ula	25	\$1,50	\$37,50
Pesas	20	\$20,00	\$400,00
Bomba de Agua	1	\$250,00	\$250,00
Sistema de Seguridad	1	\$1.000,00	\$1.000,00
Cama Enfermería	1	\$150,00	\$150,00
Congelador pequeño	1	\$350,00	\$350,00
Línea Telefónica	2	\$150,00	\$300,00
Extintores	3	\$80,00	\$240,00
Constitución de la Empresa	1	\$500,00	\$500,00
Permisos	1	\$800,00	\$800,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$92.978,50</b>	<b>\$96.829,50</b>

Se realizará un préstamo a la Corporación Financiera Nacional quien presenta la tasa más baja del mercado, ayudando a nuevos proyectos para la ciudad. La diferencia será capital de los accionistas para soportar los costos fijos mientras se realiza la captación de los clientes.

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO Y  
REHABILITACIÓN EN AGUA "AQUA GYM"

TABLA DE AMORTIZACION DE PRESTAMO INTERES 11% ANUAL						
AÑO	SALDO INICIAL	INTERES	AMORTIZACION	PAGO ANUAL	SALDO FINAL	PAGO MENSUAL
0					\$50.000,00	
1	\$50.000,00	\$5.500,00	\$7.142,86	\$12.642,86	\$42.857,14	\$1.053,57
2	\$42.857,14	\$4.714,29	\$7.142,86	\$11.857,14	\$35.714,29	\$988,10
3	\$35.714,29	\$3.928,57	\$7.142,86	\$11.071,43	\$28.571,43	\$922,62
4	\$28.571,43	\$3.142,86	\$7.142,86	\$10.285,71	\$21.428,57	\$857,14
5	\$21.428,57	\$2.357,14	\$7.142,86	\$9.500,00	\$14.285,71	\$791,67
6	\$14.285,71	\$1.571,43	\$7.142,86	\$8.714,29	\$7.142,86	\$726,19
7	\$7.142,86	\$785,71	\$7.142,86	\$7.928,57	(\$0,00)	\$660,71

BALANCE INICIAL			
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>		<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
Banco	\$30.000,00	Proveedores	\$0,00
	\$30.000,00		
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>		<b>OBLIGACIONES INSTITUCIONAL</b>	
Terreno	\$40.000,00	Préstamo	\$50.000,00
Edificio	\$46.000,00	Interés	\$50.000,00
Muebles y Enseres	\$4.530,00		
Instalaciones	\$41.210,00		
Eq. De Computación	\$1.160,00	Capital Social	\$116.579,50
Depreciación Acumulada	\$132.900,00		
Gastos Preoperacionales	\$3.679,50		
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>\$166.579,50</b>	<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>	<b>\$166.579,50</b>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO Y  
REHABILITACIÓN EN AGUA "AQUA GYM"

---

<b>CLASIFICACION ACTIVOS</b>	
TERRENO	40.000,00
EDIFICIO	46.000,00
INSTALACIONES	41.210,00
MUEBLES Y ENSERES	4.530,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	1.160,00
GASTOS PREOPERACIONALES	3.679,50

<b>DEPRECIACION ANUAL</b>			
<b>ACTIVOS</b>		<b>AÑOS</b>	
TERRENO	\$ 40.000		\$0,00
EDIFICIO	\$ 46.000	20	\$2.300,00
INSTALACIONES	\$ 41.210	10	\$2.060,50
MUEBLES Y ENSERES	\$ 4.530	10	\$453,00
EQUIPOS DE COMPUTACION	\$ 1.160	10	\$386,67
<b>TOTAL</b>			\$5.200,17

<b>AMORTIZACION ANUAL</b>			
		<b>AÑOS</b>	
GASTOS PREOPERACIONALES	\$3.679,50	5	\$735,90
<b>TOTAL</b>			\$735,90

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO Y  
REHABILITACIÓN EN AGUA “AQUA GYM”

#### 4.4. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

AQUA GYM CIA LTDA								
BALANCE GENERAL PROYECTADO								
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>								
Banco	30.000,00	39.014,67	42.592,64	56.027,61	65.486,39	89.092,33	107.137,85	137.922,47
<b>Total</b>	<b>30.000,00</b>	<b>39.014,67</b>	<b>42.592,64</b>	<b>56.027,61</b>	<b>65.486,39</b>	<b>89.092,33</b>	<b>107.137,85</b>	<b>137.922,47</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>								
Terreno	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00	40.000,00
Edificio	46.000,00	46.000,00	46.000,00	46.000,00	46.000,00	46.000,00	46.000,00	46.000,00
Muebles y Enseres	4.530,00	4.530,00	4.530,00	4.530,00	4.530,00	4.530,00	4.530,00	4.530,00
Instalaciones	41.210,00	41.210,00	41.210,00	41.210,00	41.210,00	41.210,00	41.210,00	41.210,00
Eq. De Computación	1.160,00	1.160,00	1.160,00	1.160,00	1.160,00	1.160,00	1.160,00	1.160,00
Depreciación Acumulada		(\$5.200,17)	(\$10.400,33)	(\$15.600,50)	(\$20.800,67)	(\$26.000,83)	(\$31.201,00)	(\$36.401,17)
<b>Total</b>	<b>132.900,00</b>	<b>127.699,83</b>	<b>122.499,67</b>	<b>117.299,50</b>	<b>112.099,33</b>	<b>106.899,17</b>	<b>101.699,00</b>	<b>96.498,83</b>
<b>GASTOS PREOPERACIONALES</b>	<b>3.679,50</b>	<b>2.943,60</b>	<b>2.207,70</b>	<b>1.471,80</b>	<b>735,90</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>166.579,50</b>	<b>169.658,10</b>	<b>167.300,01</b>	<b>174.798,91</b>	<b>178.321,62</b>	<b>195.991,50</b>	<b>208.836,85</b>	<b>234.421,30</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>								
Proveedores		2.290,01	2.404,51	2.524,73	2.650,97	2.783,52	2.922,69	3.068,83
Participacion a trabajadores e impuesto a		2.672,90	2.474,65	5.727,71	5.482,00	10.164,66	10.114,61	14.388,48
<b>Total</b>	<b>0,00</b>	<b>4.962,91</b>	<b>4.879,15</b>	<b>8.252,44</b>	<b>8.132,96</b>	<b>12.948,17</b>	<b>13.037,31</b>	<b>17.457,31</b>
<b>OBLIGACIONES INSTITUCIONAL</b>								
Préstamo	50.000,00	42.857,14	35.714,29	28.571,43	21.428,57	14.285,71	7.142,86	-
Interés								
<b>Total</b>	<b>50.000,00</b>	<b>42.857,14</b>	<b>35.714,29</b>	<b>28.571,43</b>	<b>21.428,57</b>	<b>14.285,71</b>	<b>7.142,86</b>	<b>0,00</b>
Capital Social	116.579,50	116.579,50	116.579,50	116.579,50	116.579,50	116.579,50	116.579,50	116.579,50
Resultados		5.258,55	10.127,07	21.395,53	32.180,59	52.178,11	72.077,19	100.384,49
<b>Total</b>	<b>116.579,50</b>	<b>121.838,05</b>	<b>126.706,57</b>	<b>137.975,03</b>	<b>148.760,09</b>	<b>168.757,61</b>	<b>188.656,69</b>	<b>216.963,99</b>
<b>TOTAL PASIVO Y CAPITAL</b>	<b>166.579,50</b>	<b>169.658,10</b>	<b>167.300,01</b>	<b>174.798,91</b>	<b>178.321,62</b>	<b>195.991,50</b>	<b>208.836,85</b>	<b>234.421,30</b>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO Y  
REHABILITACIÓN EN AGUA “AQUA GYM”

ESTADO DE FLUJO DE CAJA PROYECTADO								
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	
<b>FLUJO DE CAJA DE ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</b>								
Ventas	109.840,00	109.840,00	120.150,00	120.150,00	134.850,00	134.850,00	148.500,00	
Gastos operacionales	-90.472,48	-91.846,48	-93.289,19	-94.804,03	-96.394,61	-98.064,72	-99.818,34	
Gastos impuestos	-2.672,90	-2.474,65	-5.727,71	-5.482,00	-10.164,66	-10.114,61	-14.388,48	
Variacion cuentas por pagar	2.290,01	114,50	120,23	126,24	132,55	139,18	146,13	
Variacion participacion a trabajadores e l	2.672,90	-198,25	3.253,06	-245,72	4.682,66	-50,04	4.273,87	
<b>TOTAL DE EFECTIVO RECIBIDO EN ACTIVIDAD</b>	<b>21.657,53</b>	<b>15.435,12</b>	<b>24.506,39</b>	<b>19.744,50</b>	<b>33.105,94</b>	<b>26.759,80</b>	<b>38.713,19</b>	
<b>FLUJO DE CAJA DE INVERSION</b>								
Adiciones activos Fijos	-	-	-	-	-	-	-	
Ventas de activos Fijos	-	-	-	-	-	-	-	
<b>TOTAL FLUJO DE CAJA DE ACTIVIDADES DE INVERSION</b>								
<b>FLUJO DE CAJA DE ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>								
Intereses Financiamiento	-5.500,00	-4.714,29	-3.928,57	-3.142,86	-2.357,14	-1.571,43	-785,71	
Capital	-7.142,86	-7.142,86	-7.142,86	-7.142,86	-7.142,86	-7.142,86	-7.142,86	
<b>TOTAL EFECTIVO PAGADO EN ACTIVIDADE</b>	<b>-12.642,86</b>	<b>-11.857,14</b>	<b>-11.071,43</b>	<b>-10.285,71</b>	<b>-9.500,00</b>	<b>-8.714,29</b>	<b>-7.928,57</b>	
<b>Movimiento del año</b>	<b>9.014,67</b>	<b>3.577,97</b>	<b>13.434,96</b>	<b>9.458,78</b>	<b>23.605,94</b>	<b>18.045,52</b>	<b>30.784,62</b>	
Caja y equivalente de caja comienzo del a	30.000,00	39.014,67	42.592,64	56.027,61	65.486,39	89.092,33	107.137,85	
<b>Caja y equivalente de caja fin del año</b>	<b>39.014,67</b>	<b>42.592,64</b>	<b>56.027,61</b>	<b>65.486,39</b>	<b>89.092,33</b>	<b>107.137,85</b>	<b>137.922,47</b>	

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO Y  
REHABILITACIÓN EN AGUA “AQUA GYM”

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO							
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7
Número de personas	148	148	155	155	161	161	165
Matricula	\$40,00	\$40,00	\$50,00	\$50,00	\$55,00	\$55,00	\$60,00
Mensualidades	\$55,00	\$55,00	\$60,00	\$60,00	\$65,00	\$65,00	\$70,00
Tarifa por sesión	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$70,00	\$70,00	\$75,00
Meses	12	12	12	12	12	12	12
Inflación		1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05
<b>Ingresos</b>							
Ingresos por matriculas	\$2.800,00	\$2.800,00	\$3.750,00	\$3.750,00	\$4.290,00	\$4.290,00	\$4.800,00
Ingresos por mensualidades	\$107.040,00	\$107.040,00	\$116.400,00	\$116.400,00	\$130.560,00	\$130.560,00	\$143.700,00
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$109.840,00</b>	<b>\$109.840,00</b>	<b>\$120.150,00</b>	<b>\$120.150,00</b>	<b>\$134.850,00</b>	<b>\$134.850,00</b>	<b>\$148.500,00</b>
<b>Gastos Operacionales</b>							
Teléfono	\$600,00	\$630,00	\$661,50	\$694,58	\$729,30	\$765,77	\$804,06
Agua	\$3.000,00	\$3.150,00	\$3.307,50	\$3.472,88	\$3.646,52	\$3.828,84	\$4.020,29
Electricidad	\$7.200,00	\$7.560,00	\$7.938,00	\$8.334,90	\$8.751,65	\$9.189,23	\$9.648,69
Limpieza de Piscinas	\$4.200,00	\$4.410,00	\$4.630,50	\$4.862,03	\$5.105,13	\$5.360,38	\$5.628,40
Sueldos y Beneficios	\$62.992,40	\$62.992,40	\$62.992,40	\$62.992,40	\$62.992,40	\$62.992,40	\$62.992,40
Suministros de Oficina	\$1.200,00	\$1.260,00	\$1.323,00	\$1.389,15	\$1.458,61	\$1.531,54	\$1.608,11
Publicidad	\$7.680,08	\$8.064,08	\$8.467,29	\$8.890,65	\$9.335,19	\$9.801,94	\$10.292,04
Otros gastos	\$3.600,00	\$3.780,00	\$3.969,00	\$4.167,45	\$4.375,82	\$4.594,61	\$4.824,34
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$90.472,48</b>	<b>\$91.846,48</b>	<b>\$93.289,19</b>	<b>\$94.804,03</b>	<b>\$96.394,61</b>	<b>\$98.064,72</b>	<b>\$99.818,34</b>
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$19.367,52</b>	<b>\$17.993,52</b>	<b>\$26.860,81</b>	<b>\$25.345,97</b>	<b>\$38.455,39</b>	<b>\$36.785,28</b>	<b>\$48.681,66</b>
Intereses	\$5.500,00	\$4.714,29	\$3.928,57	\$3.142,86	\$2.357,14	\$1.571,43	\$785,71
Depreciación	\$5.200,17	\$5.200,17	\$5.200,17	\$5.200,17	\$5.200,17	\$5.200,17	\$5.200,17
Amortizaciones	\$735,90	\$735,90	\$735,90	\$735,90	\$735,90	\$0,00	\$0,00
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$7.931,45</b>	<b>\$7.343,16</b>	<b>\$16.996,17</b>	<b>\$16.267,05</b>	<b>\$30.162,18</b>	<b>\$30.013,69</b>	<b>\$42.695,78</b>
Impuestos	\$2.672,90	\$2.474,65	\$5.727,71	\$5.482,00	\$10.164,66	\$10.114,61	\$14.388,48
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$5.258,55</b>	<b>\$4.868,52</b>	<b>\$11.268,46</b>	<b>\$10.785,05</b>	<b>\$19.997,53</b>	<b>\$19.899,07</b>	<b>\$28.307,30</b>
<b>ANALISIS CUENTAS POR PAGAR</b>							
Dias transcurridos	360	360	360	360	360	360	360
Costos y gastos	\$27.480,08	\$28.854,08	\$30.296,79	\$31.811,63	\$33.402,21	\$35.072,32	\$36.825,94
Cuentas por pagar	\$2.290,01	\$2.404,51	\$2.524,73	\$2.650,97	\$2.783,52	\$2.922,69	\$3.068,83
Días promedios	30	30	30	30	30	30	30
<b>Cuentas por pagar anual</b>	<b>\$2.290,01</b>	<b>\$2.404,51</b>	<b>\$2.524,73</b>	<b>\$2.650,97</b>	<b>\$2.783,52</b>	<b>\$2.922,69</b>	<b>\$3.068,83</b>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO Y  
REHABILITACIÓN EN AGUA “AQUA GYM”

SUELDOS Y BENEFICIOS PROYECTADOS								
	Jefe de Finanzas	Jefe de Marketing y Ventas	Cajera / Recepcionista	Instructores	Personal de limpieza	Personal de Seguridad	Doctor	Totales
Sueldo	\$600,00	\$600,00	\$300,00	\$500,00	\$300,00	\$300,00	\$700,00	
Periodo Trabajado (Meses)	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	\$12,00	
Número de Empleados	\$1,00	\$1,00	\$1,00	\$2,00	\$1,00	\$1,00	\$1,00	
<b>Sueldo Anual</b>	<b>\$7.200,00</b>	<b>\$7.200,00</b>	<b>\$3.600,00</b>	<b>\$12.000,00</b>	<b>\$3.600,00</b>	<b>\$3.600,00</b>	<b>\$8.400,00</b>	\$45.600,00
Decimo Tercero	\$600,00	\$600,00	\$300,00	\$1.000,00	\$300,00	\$300,00	\$700,00	\$3.800,00
Decimo Cuarto	\$294,00	\$294,00	\$294,00	\$588,00	\$294,00	\$294,00	\$294,00	\$2.352,00
Aporte Patronal	\$874,80	\$874,80	\$437,40	\$1.458,00	\$437,40	\$437,40	\$1.020,60	\$5.540,40
Fondo Reserva	\$600,00	\$600,00	\$300,00	\$1.000,00	\$300,00	\$300,00	\$700,00	\$3.800,00
Vacaciones	\$300,00	\$300,00	\$150,00	\$500,00	\$150,00	\$150,00	\$350,00	\$1.900,00
<b>Total Sueldos y Beneficios</b>	<b>\$9.868,80</b>	<b>\$9.868,80</b>	<b>\$5.081,40</b>	<b>\$16.546,00</b>	<b>\$5.081,40</b>	<b>\$5.081,40</b>	<b>\$11.464,60</b>	<b>\$62.992,40</b>

#### 4.5. RAZONES FINANCIERAS: CIRCULANTE, DEUDA, ACTIVIDAD Y RENTABILIDAD DE UN AÑO

ANALISIS DE SOLVENCIA			
<b>Capital de Trabajo =</b>	<b>Activo Corriente</b>	<b>-</b>	<b>Pasivo Corriente</b>
<b>Capital de Trabajo =</b>	\$30.000,00	-	\$4.962,91
<b>Capital de Trabajo =</b>	\$25.037,09		
<b>Rotación Corriente =</b>	<b>Activo Corriente</b>	<b>/</b>	<b>Pasivo Corriente</b>
<b>Rotación Corriente =</b>	30.000,00	/	4.962,91
<b>Rotación Corriente =</b>	6,04		

La empresa cuenta con este monto para cubrir los gastos corrientes del negocio.



ANÁLISIS DE RENTABILIDAD			
<b>Margen Neto =</b>	<b>Utilidad Neta</b>	<b>/</b>	<b>Ventas</b>
<b>Margen Neto =</b>	\$5.258,55	<b>/</b>	\$109.840,00
<b>Margen Neto =</b>	5%		
<b>ROE =</b>	<b>Utilidad Neta</b>	<b>/</b>	<b>Capital</b>
<b>ROE =</b>	5.258,55	<b>/</b>	116.579,50
<b>ROE =</b>	5%		

Este porcentaje es el margen de ganancia de la empresa con respecto al patrimonio.

#### 4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio con el análisis de la inversión, los costos fijos y los ingresos por precio, indica que la ganancia comienza cuando las ventas de matriculas e inscripciones superen los \$87,777.00 anuales (\$7,314.75 mensuales).

CF	\$ 79,192.40	
ING	\$109,840.00	
CV	\$ 11,280.08	
Q	\$87,777.00	VENTAS

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO Y  
REHABILITACIÓN EN AGUA “AQUA GYM”

**4.7. TIR Y VAN**

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS PROYECTADO								
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	
Número de personas	148	148	155	155	161	161	165	
Matricula	\$40,00	\$40,00	\$50,00	\$50,00	\$55,00	\$55,00	\$60,00	
Mensualidades	\$55,00	\$55,00	\$60,00	\$60,00	\$65,00	\$65,00	\$70,00	
Tarifa por sesión	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$65,00	\$70,00	\$70,00	\$75,00	
Meses	12	12	12	12	12	12	12	
Inflación		1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	
<b>Ingresos</b>								
Ingresos por matriculas	\$2.800,00	\$2.800,00	\$3.750,00	\$3.750,00	\$4.290,00	\$4.290,00	\$4.800,00	
Ingresos por mensualidades	\$107.040,00	\$107.040,00	\$116.400,00	\$116.400,00	\$130.560,00	\$130.560,00	\$143.700,00	
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$109.840,00</b>	<b>\$109.840,00</b>	<b>\$120.150,00</b>	<b>\$120.150,00</b>	<b>\$134.850,00</b>	<b>\$134.850,00</b>	<b>\$148.500,00</b>	
<b>Gastos Operacionales</b>								
Teléfono	\$600,00	\$630,00	\$661,50	\$694,58	\$729,30	\$765,77	\$804,06	
Agua	\$3.000,00	\$3.150,00	\$3.307,50	\$3.472,88	\$3.646,52	\$3.828,84	\$4.020,29	
Electricidad	\$7.200,00	\$7.560,00	\$7.938,00	\$8.334,90	\$8.751,65	\$9.189,23	\$9.648,69	
Limpieza de Piscinas	\$4.200,00	\$4.410,00	\$4.630,50	\$4.862,03	\$5.105,13	\$5.360,38	\$5.628,40	
Sueldos y Beneficios	\$62.992,40	\$62.992,40	\$62.992,40	\$62.992,40	\$62.992,40	\$62.992,40	\$62.992,40	
Suministros de Oficina	\$1.200,00	\$1.260,00	\$1.323,00	\$1.389,15	\$1.458,61	\$1.531,54	\$1.608,11	
Publicidad	\$7.680,08	\$8.064,08	\$8.467,29	\$8.890,65	\$9.335,19	\$9.801,94	\$10.292,04	
Otros gastos	\$3.600,00	\$3.780,00	\$3.969,00	\$4.167,45	\$4.375,82	\$4.594,61	\$4.824,34	
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$90.472,48</b>	<b>\$91.846,48</b>	<b>\$93.289,19</b>	<b>\$94.804,03</b>	<b>\$96.394,61</b>	<b>\$98.064,72</b>	<b>\$99.818,34</b>	
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$19.367,52</b>	<b>\$17.993,52</b>	<b>\$26.860,81</b>	<b>\$25.345,97</b>	<b>\$38.455,39</b>	<b>\$36.785,28</b>	<b>\$48.681,66</b>	
Intereses	\$5.500,00	\$4.714,29	\$3.928,57	\$3.142,86	\$2.357,14	\$1.571,43	\$785,71	
Depreciación	\$5.200,17	\$5.200,17	\$5.200,17	\$5.200,17	\$5.200,17	\$5.200,17	\$5.200,17	
Amortizaciones	\$735,90	\$735,90	\$735,90	\$735,90	\$735,90	\$0,00	\$0,00	
<b>Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$7.931,45</b>	<b>\$7.343,16</b>	<b>\$16.996,17</b>	<b>\$16.267,05</b>	<b>\$30.162,18</b>	<b>\$30.013,69</b>	<b>\$42.695,78</b>	
Impuestos	\$2.672,90	\$2.474,65	\$5.727,71	\$5.482,00	\$10.164,66	\$10.114,61	\$14.388,48	
<b>Utilidad Neta</b>	<b>-50000</b>	<b>\$5.258,55</b>	<b>\$4.868,52</b>	<b>\$11.268,46</b>	<b>\$10.785,05</b>	<b>\$19.997,53</b>	<b>\$19.899,07</b>	<b>\$28.307,30</b>

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO Y  
REHABILITACIÓN EN AGUA "AQUA GYM"

---

<b>VNA</b>	<b>\$9.165,36</b>
<b>TIR</b>	<b>16%</b>

## CAPITULO V

### 5. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES

Tras la realización de este trabajo las conclusiones que hemos observado son las siguientes:

a. Las fortalezas y oportunidades son mayores que las debilidades y amenazas, lo que añade viabilidad al proyecto y le suma valor agregado.

b. El mercado de este negocio es un sector con baja competencia y con creciente importancia general con respecto a la empresa, lo que nos garantiza éxito a largo plazo.

c. Las barreras de entrada en el sector son bajas, es decir, es fácil el acceso a él y por tanto, no tendremos dificultades para establecernos. Pero a la vez, esto añade competitividad al sector, por la posibilidad de que otros competidores entren.

d. La estrategia a utilizar va a posicionarnos a este segmento de mercado que esta desatendido y centrarnos en él; generando en un mediano plazo la ampliación de nuestros servicios para atenderlo correctamente y crear fidelidad.

Por lo tanto, y tras el análisis realizado podemos concluir que es el momento idóneo para crear una empresa como lo nuestra y que crecerá rápidamente, obteniendo excelentes resultados en un mediano plazo.

<b>CAPITULO I</b> .....	<b>1</b>
<b>1. ANTECEDENTES</b> .....	<b>1</b>
1.1. MACROENTORNO DEL SECTOR.....	3
1.2. MISIÓN .....	5
1.3. VISIÓN.....	5
1.4. VALORES.....	5
1.5. CULTURA EMPRESARIAL .....	6
1.6. OBJETIVOS GENERALES.....	7
1.7. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	7
1.8. ANÁLISIS FODA .....	7
1.9. ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA.....	9
1.10. FACTORES CLAVES DEL ÉXITO.....	10
1.11 LAS 5 FUERZAS DE PORTER .....	11
<b>CAPITULO II</b> .....	<b>16</b>
<b>2. ANÁLISIS DEL MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN</b> .....	<b>16</b>
2.1. CARACTERÍSTICAS Y ESTRUCTURA DEL MERCADO.....	16
2.2. MERCADO OBJETIVO .....	18
2.3. ANÁLISIS DE LA DEMANDA: ENCUESTAS Y ESTADÍSTICAS .....	19
2.4. ANÁLISIS DE LA OFERTA: EMPRESA Y SUS COMPETIDORES .....	26
2.5. PLAN DE MARKETING.....	27
2.6. ESTRATEGIAS DE MARKETING: PRECIO, PRODUCTO, PROMOCIÓN Y PLAZA.....	27
2.7 MATRIZ BCG .....	33
<b>CAPITULO III</b> .....	<b>34</b>
<b>3. ESTUDIO ORGANIZACIONAL</b> .....	<b>34</b>
3.1. CONSTITUCIÓN DEL NEGOCIO.....	35
3.2. ORGANIGRAMA.....	42
3.3. FUNCIONES.....	42
3.4. CADENA DE VALOR Y OPERACIONES .....	43
3.5. RESPONSABILIDAD SOCIAL Y CUIDADO DEL MEDIO AMBIENTE .....	44
<b>CAPITULO IV</b> .....	<b>46</b>
<b>4. INGENIERIA DEL PROYECTO</b> .....	<b>46</b>
4.1. DETERMINACION DE RECURSOS .....	46
4.2. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA.....	48
4.3. INVERSIÓN INICIAL.....	49
4.4. ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	53
4.5. RAZONES FINANCIERAS: CIRCULANTE, DEUDA, ACTIVIDAD Y RENTABILIDAD DE UN AÑO.....	56
4.6. PUNTO DE EQUILIBRIO .....	57
4.7. TIR Y VAN .....	58

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO Y  
REHABILITACIÓN EN AGUA “AQUA GYM”

---

<b>CAPITULO V</b> .....	<b>60</b>
<b>5. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES</b> .....	<b>60</b>

## **AGRADECIMIENTO**

A nuestras familias por el constante apoyo para culminar nuestros estudios, apoyándonos en nuestras decisiones, y la carrera universitaria que queríamos elegir.

A la Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil, institución donde estamos terminando nuestros estudios, por brindarnos lo necesario para ser mejores profesionales en este mundo tan competitivo.

La responsabilidad de este trabajo de investigación,  
con sus resultados, conclusiones y recomendaciones,  
pertenecen exclusivamente a los autores.

WILLIAM LETAMENDI TEJADA  
MICHELLE MARTILLO LARREA

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN GIMNASIO Y  
REHABILITACIÓN EN AGUA “AQUA GYM”

---

---