



CARRERA: ADMINISTRACIÓN

TEMA:

“Proyecto de factibilidad para la instalación de un Gimnasio en el Barrio El Palmar, de la ciudad de Manta, provincia de Manabí”

Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnóloga Superior en Administración

AUTORA:

Aguilar Muñoz Verónica Alexandra

TUTOR:

Eco. Byron Báez

D.M. Quito, 05 de marzo de 2022

DEDICATORIA

Dedico este trabajo primeramente a Dios, por ser nuestro creador y bendecirme cada día de mi vida, por permitirme llegar a este momento tan especial. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a valorarte cada día más.

Y con mucho amor a toda mi familia por el apoyo incondicional, por siempre impulsarme a ser mejor y lograr con éxito mi carrera.

AGRADECIMIENTO

Gracias a Dios, por haberme dado la vida, acompañado a lo largo de mi carrera, por ser mi luz en mi camino y por darme la sabiduría, fortaleza para alcanzar mis objetivos.

Gracias a mi familia, a quienes amo y han sido mi apoyo en todo momento y han creído en mí.

Gracias, a mis profesores y asesor de tesis por haberme guiado en este proyecto, en base a su experiencia y sabiduría ha sabido direccionar mis conocimientos.

AUTORÍA

Yo, Verónica Alexandra Aguilar Muñoz autora del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente,

Verónica Alexandra Aguilar

AUTORA

D.M. Quito, 05 marzo de 2022

Eco. Byron Báez

Tutor de Trabajo de Titulación

CERTIFICACIÓN

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

Eco. Byron Báez

D.M. Quito, 05 marzo de 2022

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **Eco. Byron Báez** y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Srta. Verónica Aguilar Muñoz, por sus propios derechos, en calidad de autora del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Srta. Verónica Alexandra Aguilar, realizó el trabajo fin de carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la instalación de un Gimnasio en la ciudad de Manta, provincia de Manabí”**, para optar por el título de, Tecnólogo/a en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Eco. Byron Báez**

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **Eco. Byron Báez** en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Srta. Verónica Aguilar Muñoz, como autora del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la instalación de un Gimnasio en la ciudad de Manta, provincia de Manabí”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

Eco. Byron Báez

D.M. Quito, marzo de 2022

Srta. Verónica Aguilar Muñoz

ÍNDICE DE CONTENIDOS

DEDICATORIA	i
AGRADECIMIENTO	ii
AUTORÍA.....	iii
CERTIFICACIÓN	iv
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS	vi
ÍNDICE DE TABLAS	x
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xii
CAPÍTULO I.....	2
1. RESUMEN EJECUTIVO.....	2
CAPÍTULO II	5
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL	5
2.1 Creación de la empresa.....	5
2.2 Descripción de la empresa.....	5
2.2.1 Importancia	5
2.2.2 Características	6
2.2.4 Actividad.....	7
2.3 Tamaño de la empresa	7
2.4 Necesidades que satisfacer	8
2.4.1 Necesidad Fisiológica	8
2.4.2 Necesidad de seguridad	9
2.4.3 Necesidad de afiliación.....	9
2.4.4 Necesidad de reconocimiento	9
2.4.5 Necesidad de autorrealización	9
2.5 Localización de la empresa	10
2.6 Filosofía de la empresa.....	10
2.6.1 Misión	10
2.6.2 Visión.....	11
2.6.3 Objetivos.....	11
2.6.4 Metas.....	11

2.6.5 Estrategias	12
2.6.6 Políticas.....	12
2.6.7 FODA.....	13
2.7 Desarrollo Organizacional.....	14
2.7.1 Tipo de estructura	14
2.7.2 Diferenciación.....	14
2.7.3 Formalización	15
2.7.4 Centralización – Descentralización	15
2.7.5 Integración	15
2.8 Organigrama Empresarial.....	17
2.9 Funciones del personal	18
CAPÍTULO III.....	24
3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING	24
3.1 Objetivo de mercadotecnia	24
3.2 Investigación de mercado	24
3.2.1 Modalidad	25
3.3 Plan de Muestreo	25
3.4 Análisis de las encuestas (Ver anexo 1 Encuesta).....	27
3.4.1 Análisis general.....	37
3.5 Entorno empresarial	38
3.5.1 Micro entorno	38
3.5.2 Macro entorno.....	42
3.6 Producto y servicio	45
3.6.1 Producto Esencial.	46
3.6.2 Producto real.	46
3.6.3 Características.....	47
3.6.4 Calidad.	47
3.6.5 Estilo.	48
3.7 Marca.....	48
3.7.1 Producto aumentado.	49
3.8 Plan de introducción al mercado	49
3.8.1 Distintivos y Uniformes.....	49

3.8.2 Materiales de identificación.....	52
3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas.....	55
3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio	56
3.9 Fijación de Precios	57
3.9.1 Fijación de precios por temporada.....	57
3.10 Implementación del negocio	58
3.11 Estudio arquitectónico	62
CAPÍTULO IV.....	64
4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	64
4.1. Servicio de Rentas Internas / SRI	64
4.2. Impuesto al valor Agregado.....	65
4.3. Impuesto a la Renta.....	65
4.4. Régimen Simplificado para emprendedores y Negocios Populares (RIMPE)	66
4.5. Permiso de los Bomberos.....	67
4.6. Permiso de los bomberos para locales medianos (Desde 101 m2 hasta 499 m2).....	68
4.7. Licencia de funcionamiento comercial y profesional en el GAD Manta.....	68
4.8. Patente Municipal	69
4.9. IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)	69
4.10. Derechos y obligaciones de los Empleadores	70
4.11. Derechos y obligaciones de los Trabajadores	70
4.12. Inscripción en la Cámara de Comercio de Manta	71
4.13. Registro de Marcas de Productos y Servicios único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras	71
4.14. Trámite para el registro de la marca	72
CAPÍTULO V	73
5. Proceso de Impacto Ambiental y Social	73
5.1 Objetivo de área.....	73
5.2 Impacto ambiental	74
5.2.1 Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar el gimnasio.....	74
5.2.2 Medidas para contrarrestar los impactos generados el gimnasio.....	75

5.3 Impacto social.....	78
5.3.1 Bajo normas legales	78
5.3.2 Igualdad de género	78
5.3.3 Generar empleo	78
5.3.4 Atracción de empleados	78
CAPÍTULO VI.....	79
6. PROCESO FINANCIERO	79
6.1. Introducción	79
6.2. Inversiones	79
6.3. Activos Fijos	79
6.4. Activos diferidos	80
6.5. Capital de trabajo	80
6.6. Inversión total	81
6.7. Sueldos.....	81
6.8. Depreciación activos fijos.....	82
6.9. Amortizaciones	83
6.9. Estructura capital	83
6.10. Tabla de amortización.....	84
6.11. Punto de equilibrio.....	84
6.12. Estado de Resultados	86
6.13. Flujo de caja.....	87
6.14. Cálculo del TIR y el VAN	88
6.14.1. VAN (Valor Actual Neto).....	88
6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno).....	88
CAPÍTULO VII	89
7.1. CONCLUSIONES	89
7.2. RECOMENDACIONES	90
7.3. REFERENCIAS.....	91
7.4. ANEXOS	93

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Administrador	18
Tabla 2. Aspectos a considerar - Administrador	19
Tabla 3. Instructor	20
Tabla 4. Aspectos a considerar - Instructor	21
Tabla 5. Personal de Apoyo	22
Tabla 6. Aspectos a considerar – Personal de Apoyo	23
Tabla 7. Pregunta 1	27
Tabla 8. Pregunta 2.	28
Tabla 9. Pregunta 3	29
Tabla 10. Pregunta 4	30
Tabla 11. Pregunta 5	31
Tabla 12. Pregunta 6	32
Tabla 13. Pregunta 7	33
Tabla 14. Pregunta 8	34
Tabla 15. Pregunta 9	35
Tabla 16. Pregunta 10	36
Tabla 17. Proveedores.	41
Tabla 18. Uniforme Administrador	49
Tabla 19. Uniforme Instructor	50
Tabla 20. Uniforme Personal de Apoyo	51
Tabla 21. Financiamiento publicidad	56
Tabla 22. Fijación de precio	58
Tabla 23. Arriendo del local.	58
Tabla 24. Equipos y Maquinaria	59
Tabla 25. Equipos de computación	59
Tabla 26. Muebles y enseres	60
Tabla 27. Equipos de seguridad	60
Tabla 28. Suministros de oficina	61
Tabla 29. Servicios básicos	61
Tabla 30. Suministros de Aseo	62
Tabla 31. Derechos y obligaciones de los Empleadores	70
Tabla 32. Derechos y obligaciones de los Trabajadores	70
Tabla 33. Prevención de Impactos Recurso Suelo – Ruido	76
Tabla 34. Prevención de Impactos Recurso Energía	77
Tabla 35. Activos fijos	79
Tabla 36. Activos diferidos	80
Tabla 37. Capital de trabajo	80
Tabla 38. Total, de inversión	81
Tabla 39. Sueldos	81
Tabla 40. Décimos	81
Tabla 41. Sueldos Totales	82

Tabla 42. Depreciación activos fijos.....	82
Tabla 43. Amortizaciones	83
Tabla 44. Estructura capital.....	83
Tabla 45. Tabla de amortización.....	84
Tabla 46. Costos fijos mensuales	84
Tabla 47. Margen de contribución	85
Tabla 48. Punto de equilibrio	85
Tabla 49. Ventas proyectadas	85
Tabla 50. Estado de resultados.....	86
Tabla 51. Flujo de caja	87
Tabla 52. Cálculo VAN/TIR	88

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Piramide de Maslow.	8
Ilustración 2. Ubicación.	10
Ilustración 3. Flujograma operativo	16
Ilustración 4. Organigrama empresarial Power Gym.....	17
Ilustración 5. Pregunta 1, gráfico circular.	27
Ilustración 6. Pregunta 2, gráfico circular.	28
Ilustración 7. Pregunta 3, gráfico circular.	29
Ilustración 8. Pregunta 4, gráfico circular.	30
Ilustración 9. Pregunta 5, gráfico circular.	31
Ilustración 10. Pregunta 6, gráfico circular.	32
Ilustración 11. Pregunta 7, gráfico circular.	33
Ilustración 12. Pregunta 8, gráfico circular.	34
Ilustración 13. Pregunta 9, gráfico circular.	35
Ilustración 14. Pregunta 10, gráfico circular.	36
Ilustración 15. Esquema microentorno Power Gym	38
Ilustración 16. Ubicación.	38
Ilustración 17. Esquema macroentorno Power Gym.....	42
Ilustración 18. Imagotipo Power Gym	52
Ilustración 19. Anverso tarjeta de presentación	53
Ilustración 20. Reverso tarjeta de presentación.....	53
Ilustración 21. Hoja membretada	54
Ilustración 22. Estructura del establecimiento.	63
Ilustración 23. Impuesto a la renta para personas naturales 2022.....	65
Ilustración 24. Contenedores de reciclaje	74

**“Proyecto de factibilidad para la instalación de un Gimnasio en el Barrio El
Palmar de la ciudad de Manta, provincia de Manabí”**

Srta. Verónica Alexandra Aguilar Muñoz

Eco. Byron Báez

D.M. Quito, 05 marzo de 2022

CAPÍTULO I

1. RESUMEN EJECUTIVO

Power Gym es una microempresa enfocada principalmente en contribuir a la calidad de vida de las personas y mejorar la salud mediante la actividad física, “El llevar una vida físicamente activa produce numerosos beneficios, tanto físicos como psicológicos, para la salud.”

En particular, el servicio a ofrecer consta de un gimnasio con instalaciones apropiadas en cuanto a distribución, amplitud, ventilación, funcionalidad y limpieza se refiere, donde se impartirán clases innovadoras.

Se ubicará en el Barrio El Palmar, en la ciudad de Manta, beneficiando a la localidad del sector, así como de toda la población Mantense

Las clases serán impartidas por instructores capacitados en estas actividades y que a la vez cuenten con la experiencia necesaria para un mejor desempeño en sus funciones. Las clases de aeróbicos estarán distribuidas en distintos horarios de lunes a sábado, con la finalidad de ofrecer mayores posibilidades a los usuarios de elegir las actividades y horarios establecidos que más convengan a sus necesidades y disponibilidad de tiempo.

Para el cumplimiento de las normativas impuestas por las entidades de control se mantendrá actualizado todos los permisos de funcionamiento, se cumplirá con el código laboral también para precautelar la integridad de todos quien hace parte de la microempresa, seguiremos con los protocolos de seguridad recomendada por servicio del cuerpo de bomberos.

Así mismo, el gimnasio se centrará en su filosofía empresarial con sus objetivos, misión, visión y estrategias, manteniéndose con una diferenciación en el servicio y calidad del producto, para lograr posesionarse en un corto plazo en el mercado además tener una buena relación con el personal y lograr el crecimiento de la microempresa.

El principal propósito de la empresa, es obtener gran parte de clientes que se inscriban en el nuevo gimnasio que estará implementado en el cantón Manta, de tal manera, la empresa brindará un servicio de calidad mediante los gustos y preferencias de los encuestados.

Al ser nuestro público joven se dará importancia a publicitar el gimnasio en las redes sociales, brindando información de promociones, horarios, anuncios publicitarios y otros temas de interés a nuestros clientes. Se hará uso también de medios gráficos los cuales estarán ubicados estratégicamente en el gimnasio y también se distribuirán en nuestro local y alrededores.

El medio de publicidad y difusión más importante será el de boca a boca. Es una tarea constante mantener el prestigio del negocio ya que este nos identifica como empresa seria, de nivel y calidad esperados por las personas.

Para la administración de Power Gym se ha implementado instalaciones que están distribuidas adecuadamente, las cuales permiten un correcto trabajo así también con una excelente distribución personal para todas las áreas de producción y servicio como: gerencia, sala de bailo terapia, sala de pesas, baños y vestidores.

Con los precios y servicios que se ofrecen en el gimnasio se busca satisfacer de una manera sobresaliente las expectativas de los clientes y de este modo ser recomendados por estos a terceros y así sucesivamente. El objetivo es incrementar el radio de acción y de este modo llegar a una mayor cantidad de mercado meta.

De igual manera para tener mayor acogida se presentará una estrategia de marketing que constará de promociones y precios especiales dando beneficio al servicio y tomando en cuenta también el progreso y desarrollo de la microempresa.

Finalmente, el tema de la inversión para la implementación de la microempresa se ha determinado en invertir capital completo considerando todos los equipos, instalaciones del lugar, servicios básicos entre otros.

La microempresa manejará valores de precios reales al servicio que ofrece, proyectando un crecimiento económico a largo plazo que son de cinco años.

Tomando en cuenta los precios referenciales promedio del servicio, se realizará una evaluación donde se evidencie una valorización sostenible en el transcurso del tiempo establecido.

Las estrategias productivas, de publicidad y atención al cliente más idóneas serán los factores determinantes que buscarán siempre maximizar los beneficios y minimizar los costos para que nuestros ingresos sean sostenibles en el tiempo y ayuden a consolidar el proyecto de inversión.

CAPÍTULO II

2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

2.1 Creación de la empresa

El negocio surge con el interés de llegar no solo aquel grupo de personas que les gusta practicar el deporte de forma constante, sino también aquellas personas que no van regularmente al gimnasio desarrollando en ellos hábitos saludables de vida que contribuyan a prolongar la salud, a prevenir posibles enfermedades y a sentirse bien consigo misma ofreciéndoles una mejor calidad de vida a través de un deporte sano.

El propósito es concientizar a la población para que haga deporte ya que es la diversión más sana y provechosa que existe para el cuerpo humano, practicar un deporte significa buena salud, mentalidad despierta y un mejor estado de ánimo. El gimnasio tendrá como finalidad prestar el servicio de ejercicios aeróbicos, adelgazamiento, asesoramiento nutricional para mantener un adecuado estilo de vida.

2.2 Descripción de la empresa

2.2.1 Importancia

La finalidad de estos centros cambió, hasta hace algunas décadas, el gimnasio estaba enfocado solamente en aumentar la resistencia o capacidad muscular de las personas; sus técnicas estaban más encaminadas al fisicoculturismo y al engrosamiento de los músculos, ya participaban las mujeres, pero solo algunas resistían las fuertes rutinas.

Luego y con la finalidad de atraer al sexo femenino, se dio pie a la creación de áreas dentro de los gimnasios donde se combina la gimnasia y el acondicionamiento mediante el uso de rutinas acompañadas de música para amenizar las clases, y mediante el uso de aparatos que lejos de marcar los músculos ayudaba a moldear el cuerpo y quemar grasa principalmente.

Estas nuevas áreas de aeróbicos en los gimnasios eran practicadas inicialmente por mujeres en su mayoría, quienes encontraban en las rutinas el escape al estrés y a los trabajos cotidianos, posteriormente se fueron incorporando los hombres, ya que encuentran en este ejercicio un relajante, un deporte ameno y que requiere de mucha coordinación.

De esta forma rutinas, instructores y aparatos especiales como bicicletas fijas, caminadoras, aparatos de alto pesaje y escaladoras se fueron introduciendo en los gimnasios. En la actualidad estos centros ofrecen además de las actividades comunes, otras enfocadas al relajamiento, de tal manera que el cliente alcance su salud física y mental.

2.2.2 Características

La importancia que tiene el definir las características particulares del servicio a ofrecer, radica en poner a disposición una mejor alternativa de consumo a los demandantes de modo que sean precisamente estas características las que lo hagan distinguirse de los demás oferentes que se encuentran en el mercado.

En particular, el servicio a ofrecer consta de un gimnasio con instalaciones apropiadas en cuanto a distribución, amplitud, ventilación, funcionalidad y limpieza se refiere, donde se impartirán clases innovadoras. Se ubicará en el Barrio El Palmar, en la ciudad de Manta, beneficiando a la población del sector, así como de toda la población Mantense.

Las clases serán impartidas por instructores capacitados en estas actividades y que a la vez cuenten con la experiencia necesaria para un mejor desempeño en sus funciones. Las clases de aeróbicos estarán distribuidas en distintos horarios de lunes a sábado, con la finalidad de ofrecer mayores posibilidades a los usuarios de elegir las actividades y horarios establecidos que más convengan a sus necesidades y disponibilidad de tiempo.

Por lo que se refiere al ejercicio mediante el uso de pesas y aparatos, queda abierto el horario a los usuarios debido a que este proceso de acondicionamiento físico responde a las necesidades muy particulares de cada usuario y van de acuerdo al tipo y plan de rutina que el instructor le asigna.

Por lo que respecta a las instalaciones del gimnasio, éstas contarán con espacios y equipo suficiente a modo de que el público usuario realice su ejercicio de la manera más cómoda y eficiente posible. También se pondrá a disposición un cafetín para la venta de agua embotellada, jugos naturales, productos ligeros y nutritivos y snacks saludables. A su vez, se pondrán a la venta accesorios deportivos y complementos.

Ante todo, se garantizará un trato amable a todos los usuarios por parte de todo el personal que labore en el gimnasio y se pondrá especial cuidado en la imagen e higiene del mismo con el propósito de dejar enteramente satisfechas a las personas que hagan uso del servicio.

2.2.4 Actividad

El gimnasio brinda un servicio para mantener un buen estilo de vida, en los gimnasios son un lugar donde el cliente puede relacionarse con otras personas, a la vez que mantienen un programa de mejoramiento físico, la persona puede acudir cuando tenga la oportunidad y lo más importante se recibe una atención personalizada que le ayudara enormemente a mejorar su calidad de vida

2.3 Tamaño de la empresa

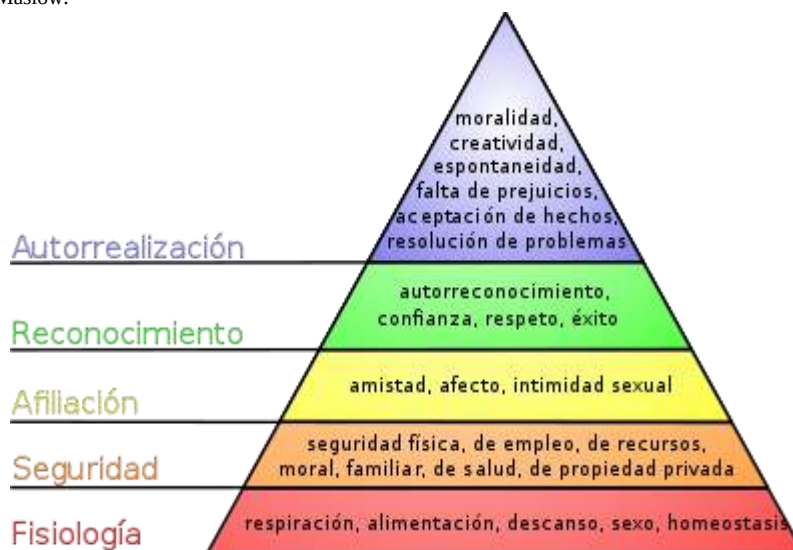
Power Gym es una microempresa que busca la satisfacción en común de las necesidades de quienes la conforman, así como también brindará empleo a otras personas y tiene compromiso con los habitantes del barrio, pero sobre todo la responsabilidad de dar un buen servicio a los clientes.

Un aspecto fundamental es que constituye un negocio con menos de 10 trabajadores y sus ingresos serán menores de \$100.000, donde su nivel de acción es local. Dicho emprendimiento contará con el siguiente personal:

- Administrador o Propietario
- Instructor
- Apoyo
- Nutricionista (Ocasional)

2.4 Necesidades que satisfacer

Ilustración 1.
Pirámide de Maslow.



(Garcia, 2020). *Pirámide de Maslow*. Recuperado de:
<https://psicologiaymente.com/psicologia/piramide-de-maslow>.

2.4.1 Necesidad Fisiológica

La práctica de actividad física adecuadamente realizada contribuye a una mejora de la salud y de la calidad de vida de las personas. El proceso de envejecimiento conlleva la interacción de múltiples factores que condicionan el nivel de capacidades y su repercusión sobre la salud y calidad de vida de la persona, siendo el movimiento, junto a la alimentación y otros hábitos, determinante de un adecuado desarrollo y/o mantenimiento de las mismas.

2.4.2 Necesidad de seguridad

El deporte, cada vez más, se le relaciona como una fuente de salud. Cada vez más nos preocupamos más de nuestra buena salud y salimos a correr, al gimnasio, a nadar, etc. Este tipo de actividades enfocadas a estar en forma estarían dentro de este escalón.

2.4.3 Necesidad de afiliación

Sobra decir las grandes opciones de socialización e integración que hay a través del deporte. Son muchas las personas que practican el deporte en equipo, en compañía, con los de su club, su grupo de amigos, etc.

2.4.4 Necesidad de reconocimiento

Es aquí donde entran los retos, las marcas, la competición, etc. Hitos que una vez conseguidos, si se consiguen, hacen que el individuo sienta el reconocimiento de los demás o el suyo propio. Y es que a todos nos gusta superar nuevos retos.

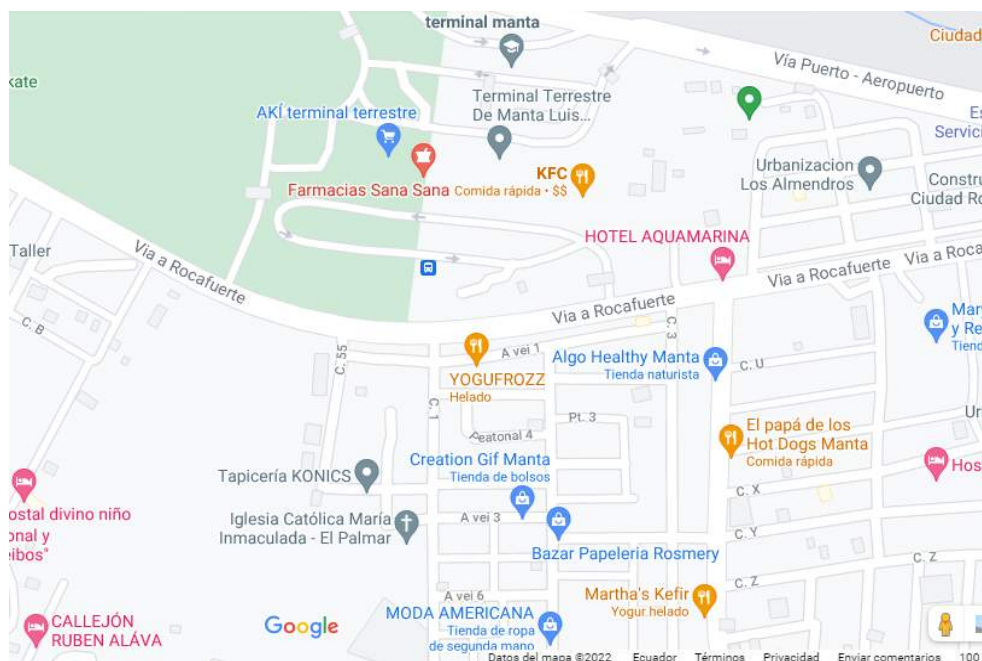
2.4.5 Necesidad de autorrealización

Aquí entrarían todos los deportistas profesionales que han visto cubiertas sus expectativas. “Personas” o atletas de primer nivel que ya no pueden llegar a lo más alto en su disciplina y han tocado techo.

2.5 Localización de la empresa

Power Gym estará ubicada en la ciudad de Manta, provincia de Manabí, Ecuador en el norte de la ciudad, barrio El Palmar.

Ilustración 2.
Ubicación.



(GoogleMaps, 2020) Ubicación. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/@-0.9610253,-80.6915868,17z?hl=es>

2.6 Filosofía de la empresa

2.6.1 Misión

“Somos una microempresa que brinda un servicio de entrenamiento físico y recreacional con un valor agregado nutricional orientado hacia el cliente, proporcionando en primera instancia mejorar su calidad de vida a través del incentivo al ejercicio, apoyado con un personal calificado y responsable para satisfacer las necesidades del cliente”.

2.6.2 Visión

“Para el año 2027 convertirse en el gimnasio líder en la ciudad de Manta, optimizando recursos y fortaleciendo la dinámica física a través de una correcta administración eficaz, confiable y oportuna, ofreciendo diversos servicios con altos estándares de calidad orientados al cliente”

2.6.3 Objetivos

General

Plantear una estructura administrativa y organizacional para la instalación de un gimnasio en la ciudad de Manta, provincia de Manabí.

Específicos

- Establecer el equipo de trabajo con el cual va iniciar el emprendimiento para fortalecer su desempeño.
- Describir las funciones y responsabilidades de cada trabajador para que las actividades sean precisas en su ejecución.
- Determinar la rentabilidad económica del proyecto para hacerle sostenible en el tiempo.

2.6.4 Metas

Power Gym buscará tener como clientes a deportistas y a todos los que busquen tener una vida saludable. Sin embargo, se aclara que la empresa, también dirigirá sus esfuerzos de marketing hacia aquellas personas que no hacen ningún tipo de actividad física, dando a conocer los beneficios que éstas podrían alcanzar al participar de las clases.

Power Gym se concentrará en atender a los usuarios frecuentes, atraer usuarios potenciales (mediante campañas comunicacionales a través de las redes sociales) y motivar a usuarios primerizos a que tomen la decisión de “mejorar su calidad de vida”.

2.6.5 Estrategias

- Brindar servicios y rutinas de ejercicios innovadores y de calidad, dirigidos por un personal calificado y profesional.
- Ofrecer a los clientes horarios flexibles que se ajusten al ritmo de vida de los usuarios.
- Ubicarse en un lugar estratégico, donde se tenga mayor acogida por clientes potenciales.
- Realizar publicidad y promoción a través de redes sociales, para captar mayor mercado.
- Ofrecer un servicio de calidad acompañado por un mejoramiento continuo y una buena atención al cliente de acuerdo a su requerimiento.
- Proveer al cliente de precios accesibles y cómodos en base a sus condiciones y necesidades.
- Establecer descuentos en días especiales o como premio a su fidelidad al establecimiento.

2.6.6 Políticas

En su estructura organizativa, el gimnasio debe contar con una serie de políticas que contribuyan en los diferentes procesos para lograr posicionarse y así cumplir con la visión planteada. Por ello se puede destacar las siguientes políticas que permiten un mejor desempeño:

- Brindar una continua capacitación obligatoria cuando exista el ingreso personal.
- Contribuir con la formación periódica de los trabajadores
- Distribuir equitativamente responsabilidades en el centro de entrenamiento
- Manejar precios siempre accesibles para los clientes.
- Mantener un ambiente de trabajo para propiciar el buen desempeño en las funciones.
- Brindar a los trabajadores un entorno amigable, divertido y confortable para sus tareas cotidianas.

- Fomentar el espíritu de trabajo desde los líderes hacia los trabajadores.
- Aportar soluciones inmediatas a las necesidades que se presenten.
- Dar estímulos económicos cuando exista mayor acogida de clientes.

2.6.7 FODA

Fortalezas

- Instructores capacitados para solventar rutinas y cargas de ejercicios.
- Alta fidelización de los clientes, mediante estrategias innovadoras de atención al cliente.
- Servicios innovadores y de calidad a un menor costo.
- Capacitación en servicios únicos de acuerdo a la experiencia del recurso humano o equipamiento físico.
- Horarios flexibles a los clientes en base a su requerimiento.
- Fácil acceso al centro de entrenamiento por su ubicación central.
- Entrenamientos personalizados con asesoría nutricional.

Oportunidades

- Adaptación a nuevas tecnologías.
- Atracción de nuevos clientes dentro del sector.
- Creación de nuevos servicios que no esté ofreciendo su competencia en la actualidad.
- La población joven se preocupa más de su salud y aspecto físico.

Debilidades

- Baja solvencia financiera en los primeros años debido al financiamiento de equipamiento físico e instalaciones.
- Insuficientes clientes por la falta de promoción y descuentos.
- Escasa presencia de estrategias de comunicación por redes sociales
- Preparación académica incompleta del propietario

Amenazas

- Entrada de nuevos competidores al mercado
- Muchos deportistas se sienten más cómodos haciendo deporte en la naturaleza.
- Imposición de nuevos impuestos para emprendimientos
- Competencia con modernos e innovadores servicios al cliente.

2.7 Desarrollo Organizacional

2.7.1 Tipo de estructura

En lo que corresponde a la estructura es importante organizar a las personas que conformarán el negocio, de una manera tal que facilite el logro de los objetivos de largo plazo, vale decir, delimitar las funciones de cada uno en forma simple y clara. En todo momento debe ser posible identificar de manera directa a quién corresponde determinadas responsabilidades y funciones.

2.7.2 Diferenciación

En Power Gym la comunicación será de tipo vertical, irá desde la cabeza de mando hasta los niveles más bajos del mismo, esto se hará para facilitar la ejecución, control y supervisión de procesos, con el fin de satisfacer al cliente.

La organización será de tipo jerárquico y está estructurada de la siguiente manera:

- **Nivel Gerencial**
 - Administrador
- **Nivel Operativo**
 - Instructor
 - Personal de Apoyo

2.7.3 Formalización

La empresa se registrará a manuales de procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, creada para su identificación, y en la búsqueda del cumplimiento del ordenamiento jurídico vigente, cumplimiento de impuestos, cotizaciones a la seguridad social (para el propietario y sus empleados) y la legislación laboral.

Para su operación será legalmente constituida y cumplirá con las exigencias solicitadas por los entes de control legislativo y tributario, teniendo así el respectivo permiso de funcionamiento.

2.7.4 Centralización – Descentralización

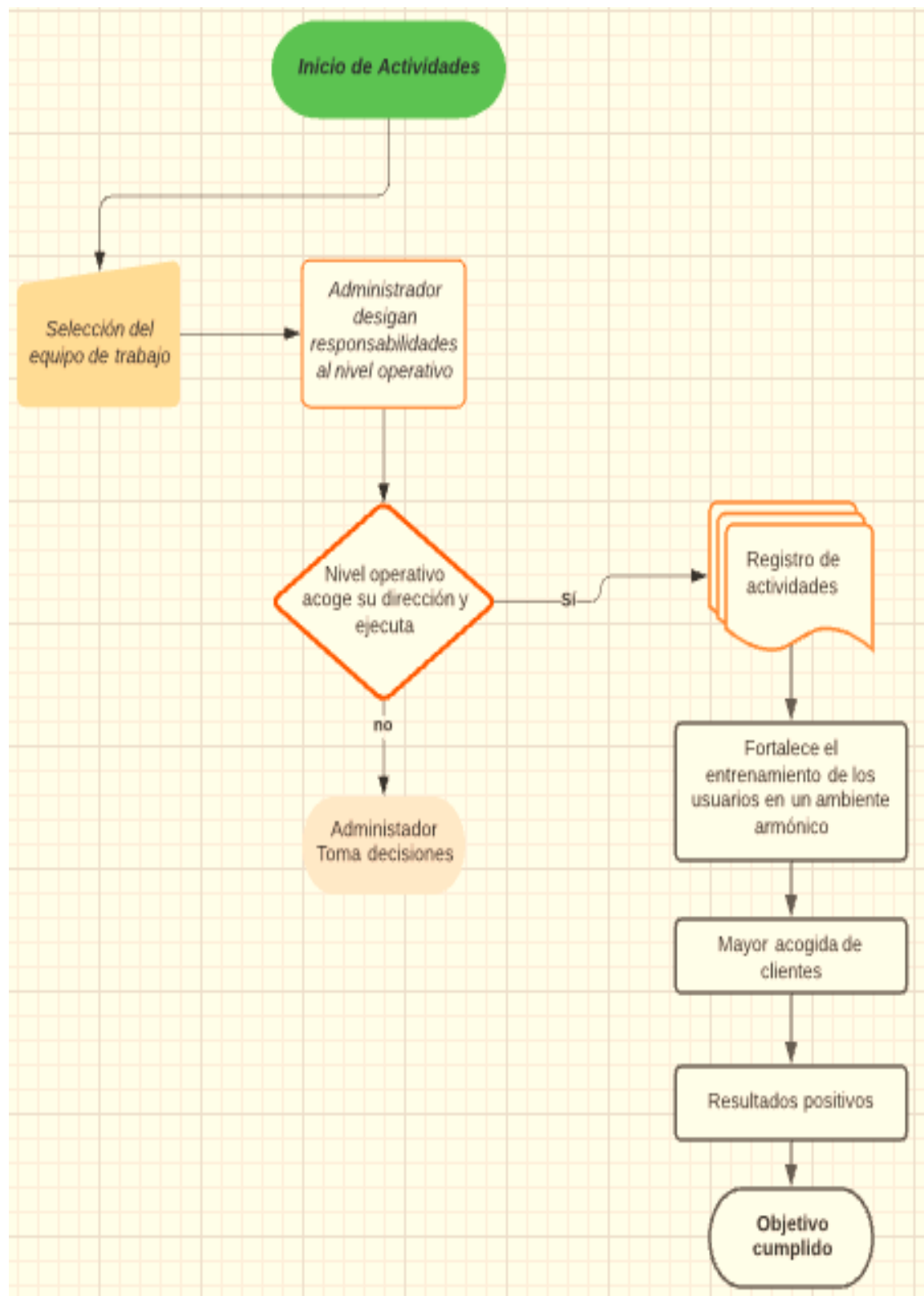
Power Gym se centrará sus actividades en las áreas de recreación y asesoría nutricional; de estas depende la satisfacción de los clientes y la creación de valor para el posicionamiento de la empresa a nivel nacional.

La descentralización se dará en la delegación de funciones a partir del nivel Gerencial permitiendo, las sugerencias, participación, la toma de decisiones y el empoderamiento de los empleados, todo esto en el beneficio y satisfacción de nuestros clientes y en el reconocimiento de la empresa.

2.7.5 Integración

La integración organizacional se basará en el sistema de gestión a través de las disposiciones a cargo del Administrador y su nivel operativo, a través de registros consolidados del Power Gym, este sistema permitirá llevar un control de las actividades correspondientes, identificando la interrelación de todo el equipo de trabajo.

Ilustración 3.
Flujograma operativo

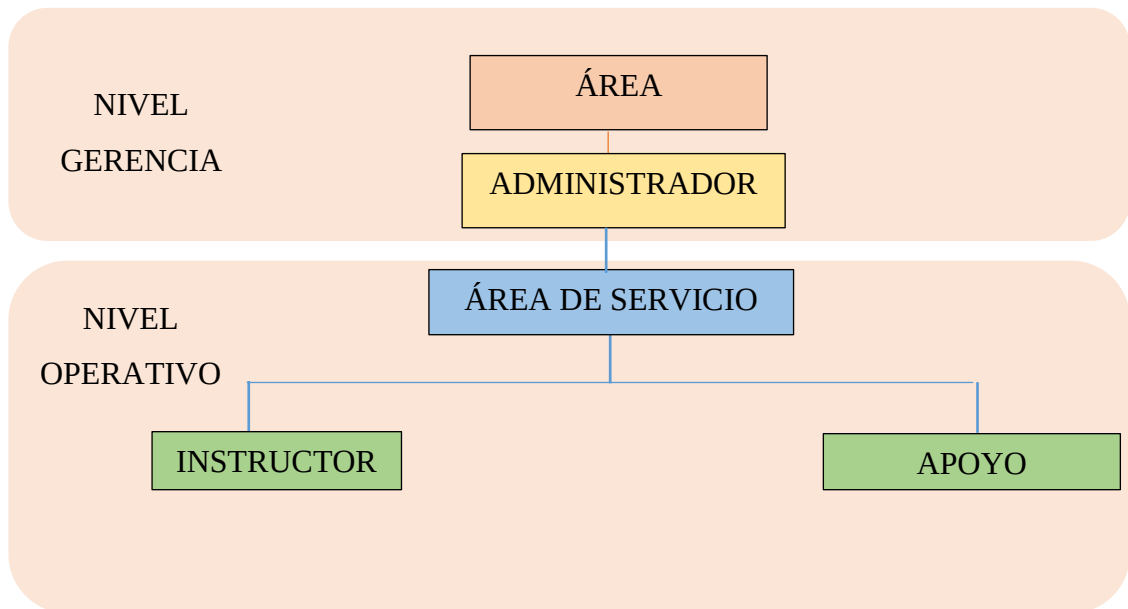


Aguilar, V. (2022). Flujograma Operatio de Power Gym. Manta

2.8 Organigrama Empresarial

Ilustración 4.

Organigrama empresarial Power Gym



Aguilar, V. (2022). Flujograma Operatio de Power Gym. Manta

2.9 Funciones del personal

Puesto de Administrador – Propietario

Tabla 1.
Administrador

Empresa	POWER GYM
Unidad Administrativa	Área Ejecutiva
Misión del puesto	• Controlar la ejecución de responsabilidades en cada una de las zonas de trabajo. • Solucionar irregularidades en el centro de entrenamiento • Administrar y programar las actividades a realizar en el gimnasio, mediante la asignación de responsabilidades a su equipo. • Verificar que los equipos y maquinarias se encuentren en buen funcionamiento.
Denominación del puesto	Administrador
Rol del puesto	Administración y supervisión del servicio y atención al cliente.
Remuneración	\$425

Aguilar, V. (2022). Detalles generales del puesto de Administrador. Manta

Méritos aspectos a considerar

Tabla 2.
Aspectos a considerar - Administrador

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Tecnólogo en Administración o carreras afines	Mínimo un año de experiencia para el cargo de Administrador	• Administración de empresas • Servicio al cliente • Talento humano • Protocolo de servicio • Marketing	• Facilidad para relacionarse con otras personas • Liderazgo • Trabajo en equipo • Buena presencia • Voluntad para aceptar críticas y escuchar recomendaciones • Habilidad para la toma de decisiones oportunas.

Aguilar, V. (2022). Aspecto a considerar. Manta

Puesto de Instructor

Detalles generales del puesto

Tabla 3.
Instructor

Empresa	POWER GYM
Unidad Administrativa	Área Operativo
Misión del puesto	• Dirigir la ejecución de programas y entrenamiento físico • Proporcionar pautas de entrenamiento para ayudar a los clientes a mejorar su estado físico. • Determinar las necesidades de ejercicio de los clientes • Asignar actividades de entrenamiento y revisarlas cuando sea necesario • Enseñar y motivar a los clientes • Crear planes de bienestar y entrenamiento personalizados, tanto individuales como grupales. • Establecer rutinas de ejercicios en función de las necesidades físicas de los clientes y supervisa sus progresos.
Denominación del puesto	Instructor
Rol del puesto	Instructor - Entrenador físico – Dirección Técnica
Remuneración	\$425

Aguilar, V. (2022). Detalles generales del puesto de Instructor. Manta

Méritos aspectos a considerar

Tabla 4.
Aspectos a considerar - Instructor

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Estudios técnicos o licenciado en educación física en fisicoculturismo	Mínimo un año de experiencia en cargos similares	• Técnicas y estrategias físicas • Servicio al cliente • Entrenador Personal • Deporte y metodología práctica. • Primeros auxilios	• Facilidad para relacionarse con otras personas • Liderazgo • Conocimiento del mecanismo de las máquinas. • Mantiene un buen ritmo y entusiasmo físico • Trabajo en equipo • Buena presencia

Aguilar, V. (2022). Aspecto a considerar. Manta

Puesto de Personal de Apoyo

Detalles generales del puesto

Tabla 5.
Personal de Apoyo

Empresa	POWER GYM
Unidad Administrativa	Área Operativo
Misión del puesto	• Asegura el correcto funcionamiento de los equipos de trabajo y de las instalaciones del gimnasio • Crea y mantiene actualizados los manuales de mantenimiento preventivo y predictivo, a través de su verificación. • Dirección, gestión y motivación de los equipos de mantenimiento. • Desempeña tareas que se requiere para proporcionar una acogida segura y confiable. • Atiende indicaciones del área administrativa en relación al aseo o alguna otra observación a efecto de mantener el correcto funcionamiento e higiene del centro.
Denominación del puesto	Personal de Apoyo
Rol del puesto	Seguimiento, mantenimiento y control de los espacios.
Remuneración	\$300

Aguilar, V. (2022). Detalles generales del puesto de Personal de Apoyo. Manta

Méritos aspectos a considerar

Tabla 6.
Aspectos a considerar – Personal de Apoyo

Instrucción Formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Técnico en Mantenimiento de maquinaria.	Mínimo un año de experiencia en cargos similares	• Control y manejo de la maquinaria de un gimnasio • Servicio al cliente • Adecuación de espacios físicos • Conocimientos de bioseguridad empresarial.	• Realiza revisiones periódicas de las máquinas. • Evalúa el funcionamiento óptimo de las máquinas. • Verifica los ambientes confortables para el uso de los usuarios. • Mantiene un ambiente saludable y con todas las medidas de bioseguridad.

Aguilar, V. (2022). Aspecto a considerar. Manta

CAPÍTULO III

3. PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING

3.1 Objetivo de mercadotecnia

Situar el servicio del Power Gym en la percepción del cliente orientando con énfasis en la relación de conservar un buen estilo de vida, a través de la realización de ejercicios orientados y motivados por un instructor, con el fin de satisfacer la necesidad del cliente, misma que contará con la presentación y difusión de una imagen cautivadora.

Los servicios del gimnasio se realizarán acorde al requerimiento de los visitantes mediante diversos medios físicos y digitales, principalmente las redes sociales que hoy día promueven la atención de clientes idóneos.

3.2 Investigación de mercado

En base a la investigación de mercado el Power Gym estableció una investigación aplicada, documental, de campo en la determinación de la investigación de mercado. En primera instancia se efectuó un estudio de los principales centros de entrenamiento de la ciudad, estableciendo los principales servicios que requieren los participantes de estos establecimientos.

Para fundamentar el estudio, se llevó a cabo una exploración documental requiriendo de fuentes primarias y secundarias, con opiniones de diferentes autores, información que corrobora una eficaz prestación de servicio deportivo, saludable y recreacional.

Por otra parte, se realizó una investigación de campo para alcanzar información veraz de la realidad de estos centros de preparación física en los alrededores de su ubicación, empleando una técnica investigativa como la encuesta, a través de su instrumento que consta de un cuestionario con preguntas cerradas y opción múltiple, que facilitó la obtención de datos claros y efectivos que facilitará una visión para la puesta en marcha de la propuesta.

3.2.1 Modalidad

Para la recopilación de información se efectuó a través de encuestas se realizó en forma online, mediante un formulario en Google que facilita extraer datos precisos y efectivos a 200 personas de forma aleatoria que colaboraron en el estudio de la presente investigación, misma que consideró un cuestionario de 10 preguntas cerradas y opción múltiple.

3.3 Plan de Muestreo

En el presente estudio existe un universo específico, ya que se considera 200 habitantes del Barrio El Palmar de la ciudad de Manta donde se pretende establecer el Gimnasio, misma que permite conocer la acogida en dicho sector, el universo involucrado consta de personas de distintas edades, las cuales practican deportes en los parques, quienes realizan actividades deportivas y recreacionales, quienes tienen buena consistencia física.

Se toma en cuenta a todas las personas que presentan ciertas características y que proporcionara información oportuna y efectiva para el establecimiento de este emprendimiento que va encaminado a satisfacer a los clientes principalmente del sector y posterior de toda la ciudad, que desea conservar un buen estilo de vida saludable. Para segregar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * (Z)^2 * P * Q}{(e)^2 * (N - 1) + (Z)^2 * P * Q}$$

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{200 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (200 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{192,08}{1,4579}$$

$$n = 131,71 \approx 132$$

3.4 Análisis de las encuestas (Ver anexo 1 Encuesta)

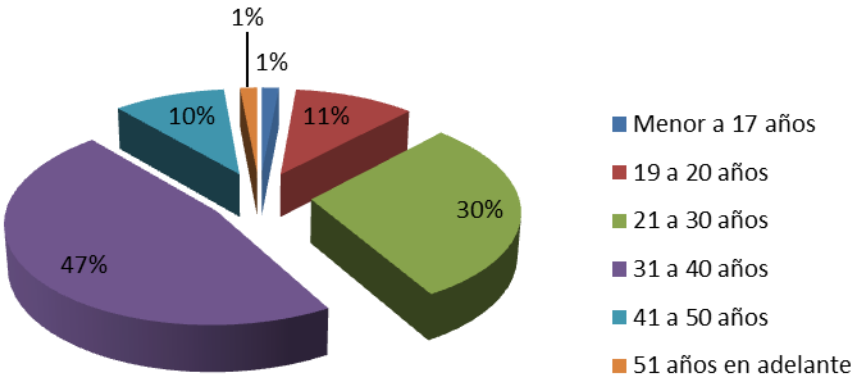
Pregunta 1.

Tabla 7.
Pregunta 1

¿A qué categoría de edad pertenece?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Menor a 17 años	2	2
10 a 20 años	14	11
21 a 30 años	39	30
31 a 40 años	62	47
41 a 50 años	13	10
51 años en adelante	2	2
TOTAL	132	100%

Aguilar, V. (2022). ¿A qué categoría de edad petenece?. Manta

Ilustración 5.
Pregunta 1, gráfico circular.



Aguilar, V. (2022). Pregunta 1, gráfico circular. Manta

Análisis Cualitativo: Los encuestados oscilan en una mayoría entre la edad de 31 a 40 años, pero se puede considerar que existen personas de diferentes edades, mientras que una minoría hace ejercicio para mantener un buen estado físico.

Análisis Cuantitativo: Del total de los encuestado un 77% pertenecen al rango de edad comprendida entre 21 y 40 años, mientras que un 13% pertenecen en la edad comprendida entre 17 y 20 años de edad y un 12% pertenecen a personas con edad entre 41 años o más.

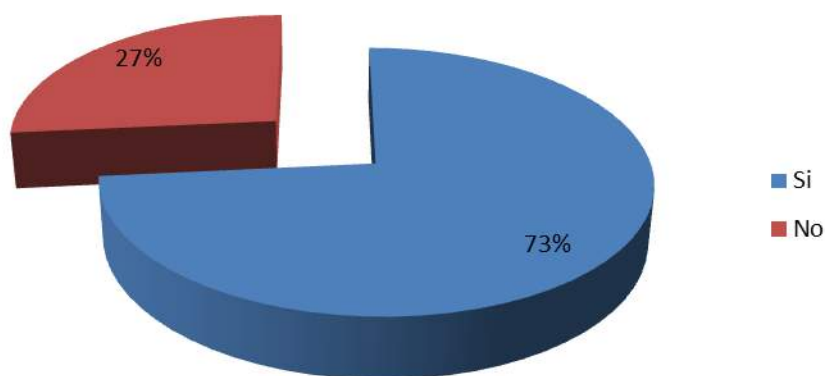
Pregunta 2.

Tabla 8.
Pregunta 2.

¿Tiene conocimiento sobre la importancia del ejercicio y actividades físicas y sus efectos sobre la salud?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	97	73
No	35	27
TOTAL	132	100%

Aguilar, V. (2022). Importancia del ejercicio. Manta

Ilustración 6.
Pregunta 2, gráfico circular.



Aguilar, V. (2022). Pregunta 2, gráfico circular. Manta

Análisis Cuantitativo: Los encuestados manifestaron en su mayoría que, si conocen de la importancia de realizar un ejercicio o actividades físicas y sus efectos sobre su salud, por lo contrario, hay una minoría no tan significativa que opina que no conoce su importancia.

Análisis Cualitativo: Se puede observar que de los 132 encuestados un 73% que corresponde a 97 personas manifiestan que, si conocen de la importancia de realizar ejercicio o actividades físicas y sus efectos de salud, mientras que un 27% que corresponde a 35 personas manifiestan lo contrario, desconocen del tema.

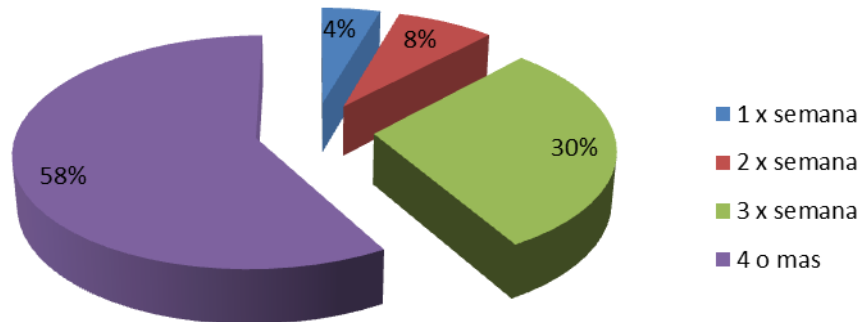
Pregunta 3.

Tabla 9.
Pregunta 3

¿Con qué frecuencia semanal hace usted ejercicios?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
1 vez por semana	6	5
2 veces por semana	10	8
3 veces por semana	39	30
4 o más veces por semana	77	58
TOTAL	132	100%

Aguilar, V. (2022). Frecuencia semanal de ejercicios. Manta

Ilustración 7.
Pregunta 3, gráfico circular.



Aguilar, V. (2022). Pregunta 3, gráfico circular. Manta

Análisis Cuantitativo: Los encuestados manifestaron en su mayoría que la frecuencia de asistencia al gimnasio será entre 3 a 4 veces por semana para la realización de actividades físicas, en cambio una minoría opina que lo hará de 1 a 2 veces por semana.

Análisis Cualitativo: De los 132 encuestados existe una mayoría con el 88% que manifiesta que asistiría con una frecuencia de 3 a 4 o más veces a la semana a realizar sus actividades físicas, esto representa 116 personas y un 13% que representa 16 personas opinan que lo hará de 1 a 2 veces por semana.

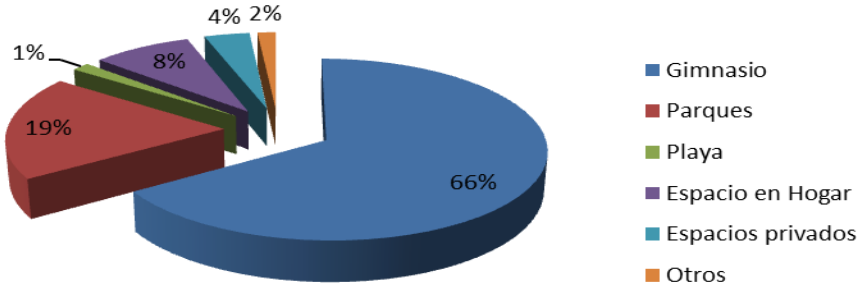
Pregunta 4.

Tabla 10.
Pregunta 4

¿Cuál es el sitio que más utiliza para realizar deporte o ejercicios físicos?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Gimnasio	87	66
Parques	25	19
Playa	2	2
Espacio en Hogar	11	8
Espacios privados	5	4
Otros	2	2
TOTAL	132	100%

Aguilar, V. (2022). Sitios para realizar deporte o ejercicios. Manta

Ilustración 8.
Pregunta 4, gráfico circular.



Aguilar, V. (2022). Pregunta 4, gráfico circular. Manta

Análisis Cualitativo: Los encuestados opinan en su mayoría que el mejor sitio de entrenamiento físico es un gimnasio, como cierta parte de ellos piensan que los parques sirven para el desarrollo de una actividad física y una minoría manifiesta que el lugar donde practica ejercicios es en la playa, hogar, espacios privados y otros.

Análisis Cualitativo: De los 132 encuestados existe un porcentaje en un 66% que corresponde a 87 personas manifiestan que el lugar para realizar ejercicios en un gimnasio, seguido de un 19% que corresponde a 25 personas que opinan que, en un parque, y un porcentaje de 16% que corresponde a 20 personas lo hacen en la playa, hogar, espacios privados y otros.

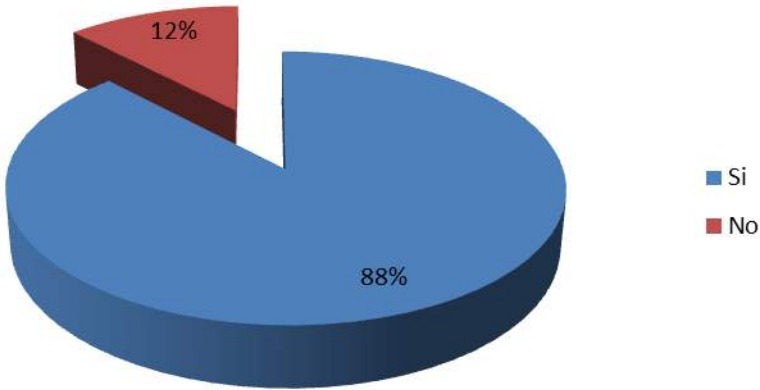
Pregunta 5.

Tabla 11.
Pregunta 5

¿Le gustaría que exista un gimnasio en el barrio el Palmar?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	116	88
No	16	12
TOTAL	132	100%

Aguilar, V. (2022). Gimnasio en su barrio. Manta

Ilustración 9.
Pregunta 5, gráfico circular.



Aguilar, V. (2022). Pregunta 5, gráfico circular. Manta

Análisis Cuantitativo: Los encuestados manifestaron en su mayoría que, si les gustaría que exista un gimnasio en el Barrio El Palmar, por lo contrario, hay una minoría no tan significativa que opina que no les interesaría.

Análisis Cualitativo: Se puede observar que de los 132 encuestados en un 88% que corresponde a 116 personas manifiestan que, si les gustaría que exista un gimnasio en el Barrio El Palmar, mientras que un 12% que corresponde a 16 personas manifiestan que no.

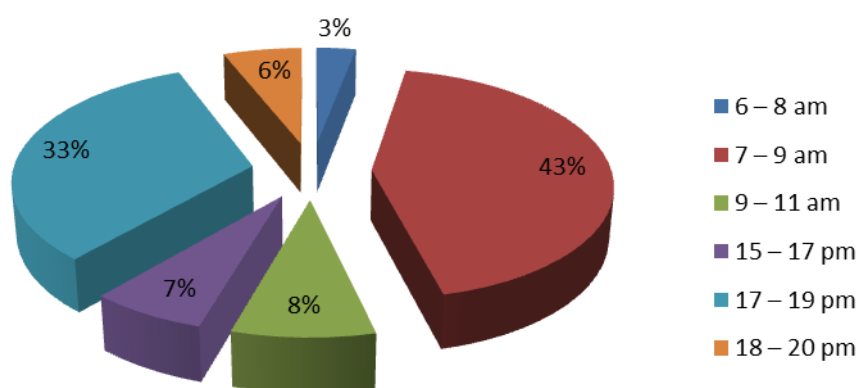
Pregunta 6.

Tabla 12.
Pregunta 6

¿Cuál es el horario de su preferencia para asistir a un centro de acondicionamiento físico?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
6 – 8 am	4	3
7 – 9 am	57	43
9 – 11 am	11	8
15 – 17 pm	9	7
17 – 19 pm	43	33
18 – 20 pm	8	6
TOTAL	132	100%

Aguilar, V. (2022). Horario de preferencia. Manta

Ilustración 10.
Pregunta 6, gráfico circular.



Aguilar, V. (2022). Pregunta 6 gráfico circular. Manta

Análisis Cuantitativo: Los encuestados en su gran mayoría son personas que tienen de preferencia un horario para asistir a un centro de acondicionamiento físico entre 7 – 9 am y 17 – 19 pm y una minoría lo hará en horarios de 6 – 8 am, 9 – 11 am, 15 – 17 pm, 18 – 20 pm.

Análisis Cualitativo: De los 132 encuestados existe un porcentaje considerable con el 76% que corresponde a 100 personas manifiestan que el horario de preferencia es de 7–9am y 17 – 19 pm, y en menor porcentajes en un 24% que corresponde a 32 personas que opinan que su horario de preferencia lo hará en horarios de 6 – 8 am, 9 – 11 am, 15 – 17 pm, 18 – 20 pm.

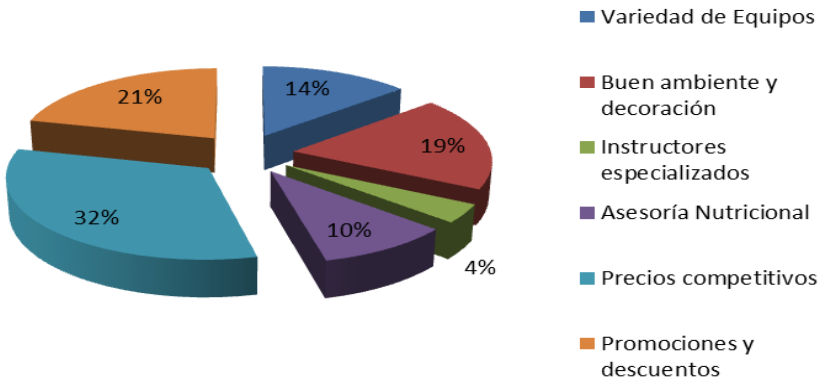
Pregunta 7.

Tabla 13.
Pregunta 7

¿Qué características le gustaría que tenga un gimnasio para asistir con seguridad y confianza?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Variedad de Equipos	18	14
Buen ambiente y decoración	25	19
Instructores especializados	5	4
Asesoría Nutricional	13	10
Precios competitivos	43	33
Promociones y descuentos	28	21
TOTAL	132	100%

Aguilar, V. (2022). Características del Gimnasio. Manta

Ilustración 11.
Pregunta 7, gráfico circular.



Aguilar, V. (2022). Pregunta 7 gráfico circular. Manta

Análisis Cuantitativo: Los encuestados en su mayoría son personas que para asistir a un gimnasio la característica principalmente es el precio, promociones, ambiente y una minoría considera que su característica es la variedad de equipos, asesoría nutricional e instructores especializados.

Análisis Cualitativo: De los 132 encuestados existe un porcentaje considerable con el 73% que corresponde a 96 personas manifiestan que para asistir a un gimnasio la característica principalmente es del precio, promociones, ambiente, y en menor porcentajes en un 27% que corresponde a 36 personas que opinan que su característica es la variedad de equipos, asesoría nutricional e instructores especializados.

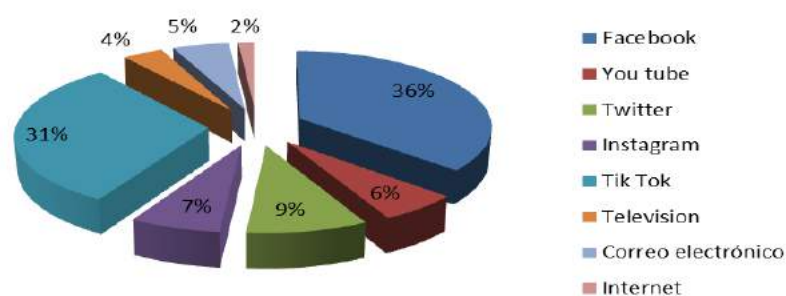
Pregunta 8.

Tabla 14.
Pregunta 8

¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría escuchar la publicidad del nuevo gimnasio?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Facebook	48	36
YouTube	8	6
Twitter	12	9
Instagram	9	7
Tik Tok	41	31
Televisión	5	4
Correo electrónico	7	5
Internet	2	2
TOTAL	132	100%

Aguilar, V. (2022). Medios de publicidad para el Gimnasio. Manta

Ilustración 12.
Pregunta 8, gráfico circular.



Aguilar, V. (2022). Pregunta 8, gráfico circular. Manta

Análisis Cuantitativo: Los encuestados en su mayoría manifiestan que sus medios de publicidad actuales son Facebook, Tik Tok y una minoría considera que son YouTube, Twitter, Instagram, televisión, correo electrónico e internet.

Análisis Cualitativo: De los 132 encuestados existe un porcentaje considerable con el 67% que corresponde a 89 personas manifiestan que sus medios de comunicación actuales son Facebook, Tik Tok y en menor porcentajes en un 33% que corresponde a 43 personas que opinan que son YouTube, Twitter, Instagram, televisión, correo electrónico e internet son medios de publicidad.

Pregunta 9.

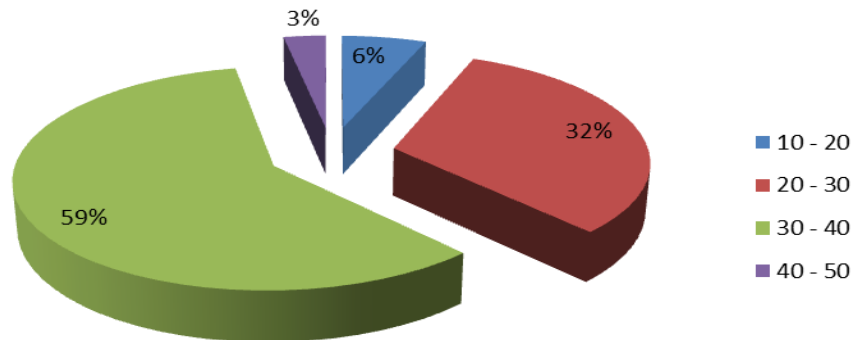
Tabla 15.
Pregunta 9

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por realizar ejercicios y deporte en un espacio seguro, especializado y con asesoría?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
10 -20	8	6
20 – 30	42	32
30 – 40	78	59
40 – 50	4	3
TOTAL	132	100%

Aguilar, V. (2022). Valor disponible a pagar por el servicio en el Gimnasio. Manta

Ilustración 13.

Pregunta 9, gráfico circular.



Aguilar, V. (2022). Pregunta 9, gráfico circular. Manta

Análisis Cuantitativo: Los encuestados en su mayoría manifiestan que su precio a pagar por el servicio en un gimnasio está en un rango de 20 - 40 dólares y una minoría considera que su precio a pagar sería 10 - 20, 40 - 50 dólares.

Análisis Cualitativo: De los 132 encuestados existe un porcentaje considerable con respecto al valor a pagar por el servicio de acondicionamiento físico entre 20 - 40 dólares en un 91% que corresponde a 120 personas y en menor porcentajes en un 9% que corresponde a 12 personas que opinan que su precio a pagar sería 10 - 20, 40 - 50 dólares.

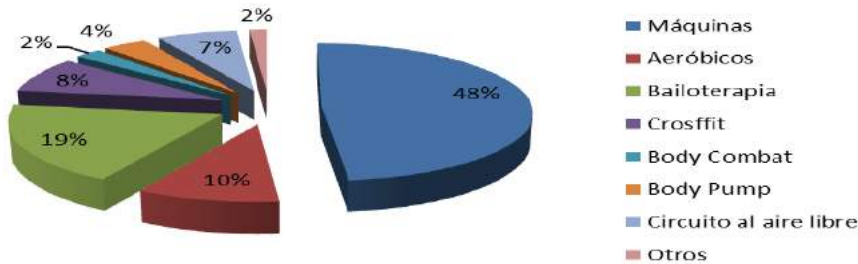
Pregunta 10.

Tabla 16.
Pregunta 10

¿Qué actividad prefiere realizar en el gimnasio?		
RESPUESTA	CANTIDAD	%
Máquinas	64	48
Aeróbicos	13	10
Bailo terapia	25	19
Crossfit	11	8
Body Combat	3	2
Body Pump	5	4
Circuito al aire libre	9	7
Otros	2	2
TOTAL	132	100%

Aguilar, V. (2022). Qué actividad prefiere realizar en el gimnasio. Manta

Ilustración 14.
Pregunta 10, gráfico circular.



Aguilar, V. (2022). Pregunta 10, gráfico circular. Manta

Análisis Cuantitativo: Los encuestados en su mayoría son personas que manifiestan que prefieren realizar actividades en máquinas y aeróbicos

Análisis Cualitativo: De los 132 encuestados existe un porcentaje considerable con el 48% que corresponde a 64 personas manifiestan que prefieren realizar máquinas y en menor porcentajes con el 13% que corresponde a 17 personas que opinan que son les gustaría realizar body pump, body combat y circuitos al aire.

3.4.1 Análisis general

Luego de haber recopilado información se puede deducir que el emprendimiento en el establecimiento de un gimnasio va dirigido a personas de diferentes edades y que harán uso del mismo, en su mayoría son clientes que oscilan entre 30 a 50 años quienes requieren del servicio del centro de entrenamiento, para ser precisos la mayoría de los encuestados requieren participar y asistir más de 4 veces por semana lo que corresponde a una ventaja que se debe aprovechar al máximo, de la cual proporcionará un beneficio con resultados a corto plazo.

Se puede considerar que las personas encuestadas supieron manifestar que el establecimiento del gimnasio es un gran aporte al sector por cuanto requieren de este servicio que permite conservar y mantener un buen estilo saludable en las personas, importante decisión que mejora la calidad de vida de quien acude a estos lugares de desarrollo físico.

Con respecto a la información vertida de los encuestados en otro aspecto y principal es la publicidad de nuevo gimnasio que hoy en día esta abarrocada en las redes sociales dominando el mundo a nivel de todas las edades, misma que hay que aprovechar para obtener resultados importantes de acogida en el centro de entrenamiento, saber beneficiarse de estos medios digitales publicitarios contribuirá en cada etapa del proyecto.

Por ello, el nuevo emprendimiento contará con todos los servicios necesarios e idóneos que permitan a sus clientes sentirse cómodos y satisfechos en la realización de sus actividades, los servicios serán inducidos por personal especializado que coadyuvara al desarrollo de sus objetivos personales.

Se logra analizar que las personas encuestadas optan por un valor acogedor y favorable en el consumo de este tipo de servicio, así como también resaltan la importancia de las promociones y descuentos que ofrezcan estos centros de entrenamiento promoviendo al ahorro y beneficio del cliente. Hay que resaltar que el valor por el servicio, las promociones y descuentos no son todo lo que busca el

cliente, también requieren de un excelente servicio garantizado y especializado, que le permita obtener resultados acordes a su necesidad.

Otro aspecto importante en los resultados en determinar las principales actividades y servicios que el Power Gym va a brindar a su distinguida clientela, como primera instancia contamos con el uso de equipos de entrenamiento que fortalece los músculos, resistencia, coordinación, buen metabolismo, en si promueve beneficios que ayudan a un buen estilo de vida.

Otro aspecto a considerar en la bailoterapia que hoy en día se la práctica en muchos lugares, pero lo fundamental es contar con un técnico especializado que innove programas en base al ritmo y música.

El punto de mayor trascendencia en el desarrollo de la técnica es analizar la acogida que pueda tener el Power Gym dentro del Barrio El Palmar, y más aún con el porcentaje de aceptación mayoritario.

3.5 Entorno empresarial

3.5.1 Micro entorno

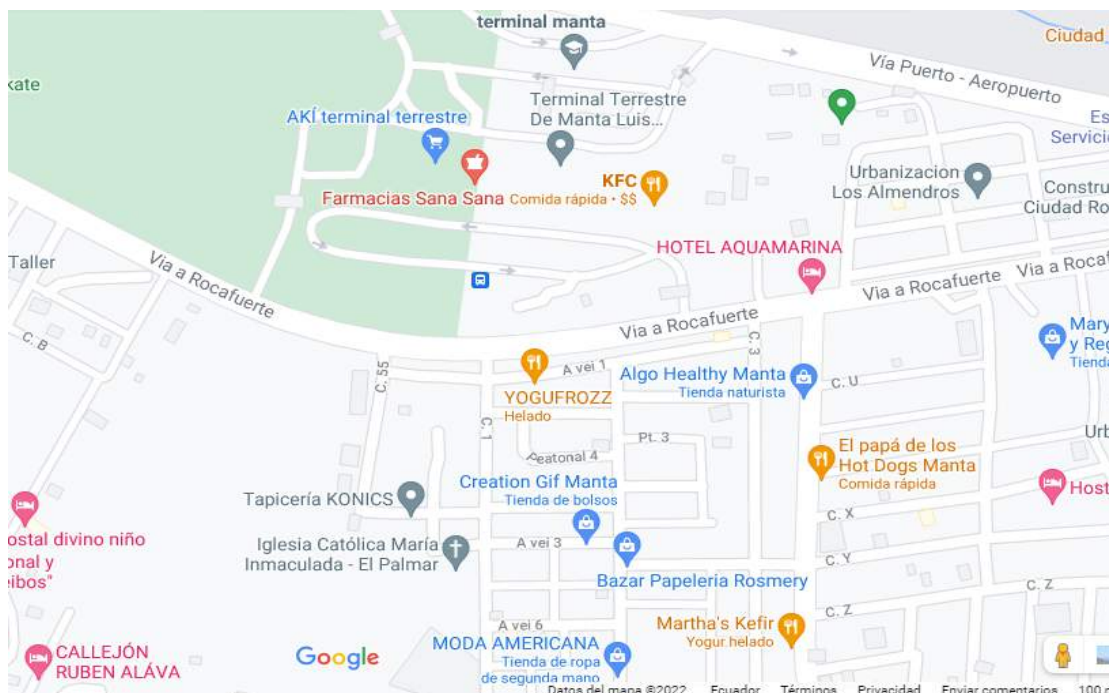
Power Gym considera su micro entorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo en sus actividades

Ilustración 15.
Esquema microentorno Power Gym



Aguilar, V. (2022). Esquema microentorno Power Gym. Manta.

Ilustración 16.
Ubicación.



(GoogleMaps, 2020) Ubicación. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/@-0.9610253,-80.6915868,17z?hl=es>

- **Competencia directa.**

Después de haber constatado y evidenciado en el Barrio El Palmar, donde se proyecta implantar un Power Gym, se observó un centro de entrenamiento como competencia directa, comprobando su poca acogida en este tipo de horario y escaso equipo físico.

Para dimensionar la competencia directa se consideraron ciertos aspectos, entre los cuales destacamos: el tipo de clientes, equipamiento y servicio ofertado, precio, necesidades que satisfacen, marketing que aplican.

En la Avenida 10 y 9 -130207 existe un establecimiento de actividad física llamado “Fitlovers Team” en el cual se pudo observar que sus servicios son limitados en cuanto a maquinaria y equipo

- **Competencia indirecta.**

Existen algunos establecimientos o centros de entrenamiento a considerarse competencia indirecta en el Barrio El Palmar que se encuentran con gran distancia de donde se provee el funcionamiento de Power Gym.

En la calle 372C+RJQ, Manta se encuentra un establecimiento que puede ser considerado como competencia indirecta.

- Kangoo Club Dali Hernandez en donde se presentan diferentes tipos de entrenamiento y ejercitación al clásico de un gimnasio, son clientes que asisten por la variedad de sus servicios.

En la calle 27- 28, C. 15, Manta se encuentran un lugar de ejercitación física con su denominación en entrenamiento personalizado y recreacional por horarios y edades que es considerado como competencia indirecta.

- Fitness Center Xtreme Evolution, local que presta sus servicios para personas de la tercera edad principalmente.

- **Alternativas al gimnasio**

Después de recorrer el Barrio El Palmar se encontró algunas alternativas de gimnasio, que se determinan a un gimnasio, no podría ser más que los parques que acogen a una gran cantidad de deportistas y que realizan su actividad física al aire libre como es el Parque de la Armada, Parque Infantil, Parque de la Madre, Parque Ciudadela Naval entre otros.

Son considerados sustitutos a emprendimiento a ejecutar, estos lugares son sustitutos porque brindan a la comunidad el desarrollo de actividad física al aire libre, a pesar de ello, no se considera competencia al no ser una zona que brinde diferentes servicios como uso de maquinaria y equipos técnicos en entrenamiento físico, personalizado y promoviendo el valor agregado en cuanto a su salud nutricional.

• **Proveedores.**

Es importante determinar la calidad del servicio ya que corresponde a unos de los principios fundamentales con los que va a trabajar Power Gym, por tal razón se ha elegido varios de los proveedores reconocidos y de confianza de acuerdo al siguiente detalle:

Tabla 17.
Proveedores.

Proveedor	Fiabilidad y beneficios	Producto
Taurus Fitness Company	• Productos de calidad • Experiencia en el mercado Fitness • Líder absoluta en venta y servicio del mercado fitness. • Exhibición y variedad de todo tipo de artículos • Facilidades de pago (crédito)	Caminadoras, máquinas de fuerza, crossfit.
Equipos Zona Gym	• Productos de calidad • Experiencia en el mercado Fitness • Líder absoluta en venta y servicio del mercado fitness. • Exhibición y variedad de todo tipo de artículos • Facilidades de pago (crédito) • Cuenta con un sinnúmero de equipos en diferentes categorías.	Aparatos de gimnasio
Dispronaguer	• Productos de calidad • Experiencia en el mercado Fitness • Exhibición y variedad de todo tipo de artículos • Facilidades de pago (crédito)	Equipos profesionales para gimnasios de alto rendimiento
Todo Criollo	• Variedad de productos. • Productos de calidad. • Precios cómodos • Facilidad de pago	Suministros de aseo y limpieza Bebidas

Aguilar, V. (2022). Proveedores. Manta.

- **Intermediarios.**

Power Gym ofrecerá sus servicios de forma directa, por lo tanto, no necesitará de intermediarios para realizar este emprendimiento.

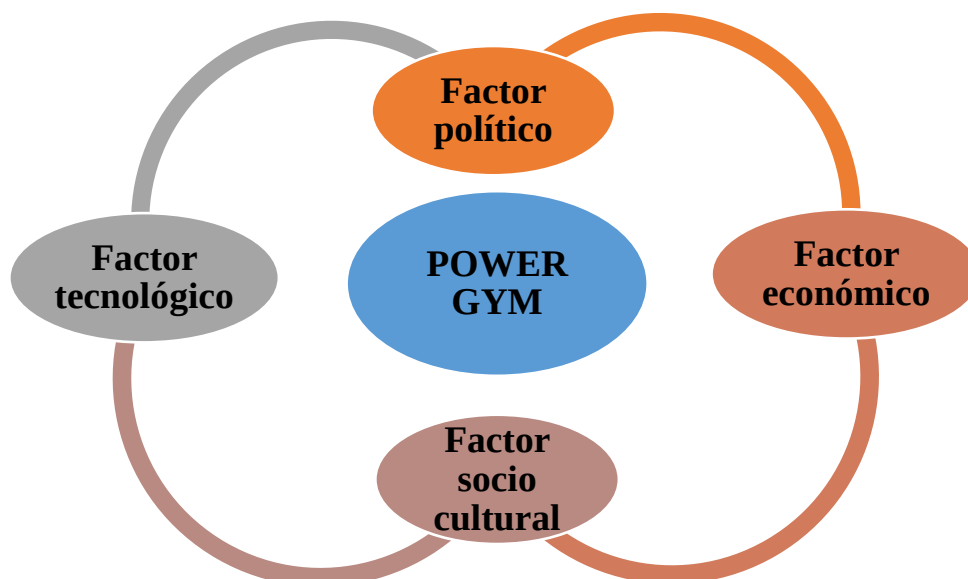
- **Clientes.**

Power Gym es una microempresa dirigida a familias, grupos de estudiantes, amigos y comunidad en general que habitan en la ciudad de Manta principalmente en el sector del Barrio El Palmar en todas las temporadas, con el fin de integrarse a practicar y conservar un buen estilo de vida, a través de la ejecución de actividades, rutinas y entrenamiento físico dirigido con la participación de personal capacitado.

3.5.2 Macro entorno

Son aquellos factores sobre los que Power Gym no tiene control directo y que van a influir en el normal funcionamiento del centro de entrenamiento físico.

Ilustración 17.
Esquema macroentorno Power Gym.



Aguilar, V. (2022). Esquema macroentorno Power Gym. Manta.

- **Factor Político.**

Se entiende que en el Ecuador los centros o establecimientos de entrenamiento físico están regulados por el Ministerio del Deporte y regidos mediante la Ley del Deporte, educación física y recreación que regula el tipo de actividad y la categoría del establecimiento.

Por otro lado, también están sujetos al control de la Secretaría de Salud del Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón manta (GAD) que emite los reglamentos en cuanto al cumplimiento de actividades. Como consecuencia a los últimos tiempos de confinamiento sin diferencia Ecuador sufrió pérdidas económicas a nivel de todas las actividades, más aún los centros de entrenamiento física quienes fueron unos de los últimos en reactivarse.

Por la estricta vigilancia sanitaria, su control lo desarrollan en base a Manuales y Normativas establecidas por las autoridades pertinentes, que deben ser acatadas con rigurosidad para un restablecimiento total.

Power Gym desarrollará sus actividades físicas dentro de los límites reglamentarios instituidos por la Constitución de la República, respetando disposiciones estipuladas para dichos emprendimientos de rehabilitación, pendientes de los cambios a futuras fechas, que permitirán llevar a cabo un correcto desempeño laboral.

- **Factor Económico.**

Se enfoca como país donde Ecuador ha sufrido sin duda unos de los mayores golpes económicos, mismo que ha afectado a cada rincón del mismo, trayendo consigo muchas complicaciones a causa de la pandemia donde las autoridades tuvieron que imponer un confinamiento donde se detuvo la actividad económica, fuente de ingresos para muchos hogares.

No siendo un caso omiso el sector de entrenamiento físico, deportivo y recreacional y muchas de ellas decidieron dejar de funcionar definitivamente, consecuencia de ello existió un despido masivo de empleados y trabajadores. Hasta la actualidad no existe una total reactivación total debido a que cada vez aparecen variantes que dificultan la actividad económica con seguridad.

En menester señalar que hay empresas que ahora desempeñan con un mínimo de su capacidad laboral.

Ante los antecedentes Power Gym está preparado y consiente para el avance y progreso económico ante las dificultades que se presenten en el entorno, como también de los indicadores financieros que regirán para la puesta en marcha del emprendimiento con el precio en sus servicios que depende de la tasa de inflación de los últimos tiempos, del salario básico vigente, del financiamiento con el que contará el negocio, pero sobre todo del esfuerzo con el que se lleve adelante el proyecto.

- **Factor Sociocultural.**

En base a este factor Power Gym ofrece un servicio de excelencia, con una atención de calidad al cliente, entrenamiento personalizado y un adicional de un seguimiento nutricional, todos estos servicios acompañarán a la utilización de equipos y máquinas, programas de bailoterapia, aeróbicos, Fitness, zumba, entre otros innovadores, para con ello destacar un beneficio común como un buen estilo de vida saludable, una costumbre ecuatoriana de nuestros haberes diarios.

La práctica que tienen las personas es de ser dirigidos por un profesional que fomenta el ejercicio a través de su conocimiento y experiencia, el experimentar cambios en su forma física motiva a todos adentrarse a este mundo ejercitante, ante todo lo dicho, ha influido en la creación del concepto de la temática deportiva para Power Gym.

- **Factor Tecnológico.**

La tecnología, la ciencia avanza a pasos agigantados, no la podemos detener, más bien nos permite cada vez ir actualizando y aprovechando cada uno de sus beneficios para el desarrollo de las actividades económicas, si bien es cierto un gimnasio hace uso de maquinaria y equipos de punta que coadyuva al entrenamiento físico de quien acude a estos centros.

Los avances mundiales permiten a que los países subdesarrollados se beneficien en todos sus aspectos como publicidad, formas de entrenamiento, equipamiento, programas innovadores, software de recepción de clientes, entre otras tecnologías.

3.6 Producto y servicio

Power Gym es un gimnasio dedicado a brindar un servicio de entrenamiento, acondicionamiento físico y recreacional.

Se orienta fundamentalmente en fomentar un estilo de vida saludable y emocional, con atención personalizada y un toque de dirección nutricional, agregando innovación y con estrictos controles en los programas o sesiones de entrenamiento global, combinando el ejercicio aeróbico, con bicicleta, simuladores de escaleras y correr, con ejercicios de musculación, para quienes quieren tener un buen nivel físico.

Combinación de movimientos suaves con ejercicios de respiración y de concentración mental, haciendo énfasis en el uso óptimo de técnicas y estrategias de entrenamiento físico y bioseguridad.

Con respecto a sus servicios adicionales, el establecimiento realiza actividades físicas vía online, control de peso periódicamente, asistencia nutricional, especificación con respecto a sus necesidades individuales.

3.6.1 Producto Esencial.

Hoy en día los usuarios de gimnasios no buscan solamente satisfacer la necesidad de tener buena apariencia física, saludable y emocional, sino que buscan un lugar donde sentirse cómodos, relajados y disfrutando al compás de una buena música y ritmo en un ambiente divertido e innovador y con un tópico llamativo.

En Power Gym, el producto esencial que se ofrece es la experiencia de poder ejecutar ejercicios innovadores dirigidos y personalizados por profesionales capacitados en su ejecución y control de cada uno de lo planificado, principalmente en un ambiente seguro, acogedor, agradable en donde pueden disfrutar de un momento de recreación y distracción, con una mente positiva y un ánimo de regresar cada día.

3.6.2 Producto real.

Power Gym maneja una gran variedad de servicios tradicionales e innovadores entre los que se pueden encontrar:

- Bailoterapia que permite una técnica de desarrollo de ejercicios mientras bailas. Una mezcla entre el cuerpo y la música, sin un género en particular, porque se hace uso de ritmos musicales actuales.
- Aeróbicos que corresponde a ejercicios de baja y media intensidad que se reliazan en un tiempo de una hora sin detenerse, son actividades continuas.
- Crossfit es un sistema de entrenamiento muscular y acondicionamiento basado en ejercicios funcionales diversos hasta alcanzar una alta intensidad.
- Uso de equipo y maquinaria que permite el fortalecimiento muscular, aumento de energía, contro de su masa corporal, enter otros.

3.6.3 Características.

Para la ejecución de las actividades de Power Gym se plantea un plan de trabajo comprometiendo innovación y compromiso de cada uno de los empleados del gimnasio.

La administración busca un contingente debido al cambio de vida que se ha experimentado en los últimos tiempos, ofrecer bioseguridad e inocuidad con el fin de que los clientes y participantes de nuestro servicio se sientan seguros en el desarrollo de sus actividades, satisfagan sus necesidades y requerimientos durante su permanencia en el establecimiento.

3.6.4 Calidad.

Para la prestación del servicio se tiene en cuenta los requerimientos legales, ajustados y diseñados cuidadosamente dentro de la microempresa, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Penetración tecnológica
- Lealtad de los clientes y empleados
- Organización de su staff
- Interacción del equipo de técnicos con sus clientes.
- Aseo personal de los empleados.
- Limpieza y desinfección detallada del área de trabajo.
- Limpieza y desinfección de equipos y máquinas de entrenamiento.
- Programas innovadores y atractivos
- Estrategias de entrenamiento

3.6.5 Estilo.

Power Gym maneja un estilo deportivo innovador, tratando de fusionar al entrenamiento con diversión y control emocional, el local tendrá una temática deportiva llamativa, así como la apertura de nuevos servicios, en cuanto al servicio en sí, la presentación será atractiva en base al ejercicio y estilo, mostrando con esto una manera diferente de ver y disfrutar la vida.

El tipo de servicio que se ofrecerá es único y garantizado siempre con complementado con un servicio al cliente de calidad.

3.7 Marca

Power Gym es un nombre llamativo formado por dos términos, en este caso Power viene a hacer referencia al poder realizar lo que nos propongamos, expresión



Fuente:
<https://es.wikipedia.org/wiki/Gimnasio>

principal dentro de la realización de ejercicio, y Gym hace referencia al lugar donde se va a ejecutar, como se había mencionado anteriormente.

Power Gym es una microempresa que busca cubrir las necesidades y expectativas de los clientes, con la presentación de nuevas formas de ejercitación y preparación física en un ambiente diferente y exclusivo, sin distracción y con absoluta diversión, Power Gym hace énfasis en la relación al estilo de vida.

Con este nombre Power Gym da la bienvenida a todas esas personas amantes del deporte que estén dispuestos a experimentar una nueva y novedosa aventura al realizar una práctica divertida.

3.7.1 Producto aumentado.

Lo que diferencia a Power Gym de su competencia es su concepto y estilo innovador, en donde los clientes que buscan practicar o ejecutar sus actividades físicas puedan obtener como beneficio adicional una asistencia nutricional.

Además de tener la oportunidad de divertirse con los diferentes ritmos musicales modernos con los que aportará su entrenamiento en la realización de sus ejercicios, Power Gym también brinda precios accesibles, descuentos y promociones, para que el factor económico no sea impedimento para acudir a este establecimiento.

3.8 Plan de introducción al mercado

3.8.1 Distintivos y Uniformes

Área de Administración

El administrador usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos, dichos uniformes constarán de:

Tabla 18.
Uniforme Administrador

ADMINISTRADOR	
Tipo de Uniforme	Imagen
- Buzo color negro con detalles en blanco y sellos distintivos del negocio. - Pantalón deportivo color negro - Camiseta polo color rojo con los sellos distintivos del negocio. - Medias blancas largas - Zapatos deportivos	

Aguilar, V. (2022). Uniforme Administrador. Manta

Tabla 19.
Uniforme Instructor

INSTRUCTOR	
Tipo de Uniforme	Imagen
• Chompa de calentador gris con detalles rojo y negro, con los sellos distintivos del negocio. • Pantalón deportivo color negro con detalles en blanco y rojo • Camiseta blanca con los sellos distintivos del negocio. • Pantaloneta negra con distintivos. • Gorra color blanco y negro con los sellos distintivos del negocio. • Medias blancas largas • Zapatos deportivos blancos (antideslizantes)	 The image displays five items of the instructor's uniform. At the top left is a grey zip-up hoodie with a logo on the chest and red and black accents on the lower front. To its right is a white short-sleeved t-shirt with the same logo. Below the hoodie is a pair of black athletic pants with red and white details on the sides. To the right of the pants is a black and white baseball cap with the logo. At the bottom right is a pair of black shorts with the logo on the left leg.

Aguilar, V. (2022). Uniforme Instructor. Manta

Personal de apoyo

El personal de apoyo usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, mismo que tendrá los distintivos del mismo, dichos uniformes constarán de:

Tabla 20.
Uniforme Personal de Apoyo

MANTENIMIENTO Y LIMPIEZA	
Tipo de Uniforme	Imagen
• Buzo color gris con detalles azul marino y con los sellos distintivos del negocio. • Pantalón de color azul marino impermeable • Medias negras largas • Zapatos deportivo blancos	 The image displays two pieces of workwear. The top item is a short-sleeved, button-down jacket in a grey and white vertical striped pattern. It features dark blue accents on the collar, cuffs, and pocket flaps. A small, rectangular logo patch is visible on the left chest. The bottom item is a pair of dark navy blue trousers, shown as a single leg with a folded cuff. They have an elasticated waistband and a small logo patch on the upper thigh area.

Aguilar, V. (2022). Uniforme Personal de Apoyo. Manta

3.8.2 Materiales de identificación.

Imago tipo

Ilustración 18.

Imagotipo Power Gym



Aguilar, V. (2022). Imago tipo Power Gym. Manta

Elementos a destacar:

- El músculo representa el resultado de un buen ejercicio..
- La pesa representa el equipo con el cuenta el negocio
- El logotipo del establecimiento “Power Gym”
- El eslogan del gimnasio “Los desafíos son lo que hacen la vida interesante”
- Los colores usados:
 - ✓ Color blanco de fondo que representa eficiencia.
 - ✓ Color rojo de la letra, pasión por el deporte
 - ✓ Color negro de la letra, induce al profesionalismo y seriedad.
- El Isotipo es claro en resaltar la relación entre el deporte y la temática recreacional, donde destacan la fuerza, diversion y su equipo de trabajo.

Tarjetas de presentación.

En el anverso puede apreciarse el Iso tipo de la empresa

Ilustración 19.
Anverso tarjeta de presentación



Aguilar, V. (2022). Anverso tarjeta de presentación. Manta

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del administrador, se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Ilustración 20.
Reverso tarjeta de presentación



Aguilar, V. (2022). Reverso tarjeta de presentación. Manta

Hoja membretada.

Otro elemento de la identidad corporativa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Ilustración 21.
Hoja membretada



Aguilar, V. (2022). Hoja membretada. Manta

3.8.3 Canal de distribución y puntos de ventas

El canal de distribución y punto de servicio físico de Power Gym es su establecimiento ubicado en la ciudad de Manta, en la calle C1 y Av. 6.

- **Canal de distribución**

- Power Gym trabajará solo desde su local principal en los horarios establecidos previamente con sus clientes, por lo que no tiene canales de distribución.

- **Promoción y ventas**

- El principal canal de promoción serán las redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp y Tik Tok
- Otro canal de promoción serán los volantes entregados a transeúntes y flyers pegados en establecimientos como tiendas, micro mercado, entre otros.
- Una vez que el negocio esté bien posicionado en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa escrita, radio o vallas publicitarias.

- **Contacto.**

- Tarjetas de presentación.
- E-mail.
- WhatsApp.
- Facebook.

- **Correspondencia.**

- A través de mail corporativo.

- **Negociación.**
 - Directa en el establecimiento
 - A través de la plataforma zoom
 - Vía telefónica.

Financiamiento.

Tabla 21.
Financiamiento publicidad

PUBLICIDAD		
Tarjetas de presentación	100 unidades	\$5,00
Publicidad Facebook	3 veces por mes	\$10.00
Publicidad Tik Tok	3 veces por mes	\$10.00
Publicidad Instagram	3 veces por mes	\$10.00
Rotulo Fluorescente	1 unidad x una vez	\$40.00
TOTAL		\$75.00
TOTAL ANUAL		\$420.00

Aguilar, V. (2022). Financiamiento publicidad. Manta

3.8.4 Riesgo y oportunidades del negocio

El riesgo más significativo que actualmente afronta, no solo Power Gym, sino también todo establecimiento deportivo y de entrenamiento físico, es la reactivación total después de haber sido golpeados económicamente, a causa de la llegada de la pandemia.

Hoy en día continuamos aplicando y cumpliendo las medidas de bioseguridad, mientras esperamos que todas las personas se vacunen para evitar posibles contagios. Con ello lograremos la reactivación inmediata a todos los establecimientos y con la seguridad de que los clientes se sientan seguros de participar y acudir a desarrollar sus ejercicios.

La oportunidad más grande que tiene Power Gym es la lograr atraer sus clientes que por estos últimos tiempos tuvieron que detener sus rutinas de ejercicios, dando un valor agregado a su servicio general como es asesoría nutricional, esto fomentará sobre todo la atención al cliente en primera instancia personalizada y sobre todo brindando calidad en el servicio.

Hoy en día el país de a poco trata de regresar a la normalidad, y con esto los nuevos gimnasios están sobrellevando y proporcionando modernos servicios donde el cliente se sienta satisfecho y con ganas de retornar nuevamente.

Estos servicios deben contar con un ambiente cálido, atención de calidad, pagos por dividendos, descuentos a clientes fieles, promociones por temporada, servicio garantizado y personalizado que fomentará un continuo progreso en el desarrollo de sus actividades y principalmente poder introducirse al mercado digital a través del uso de las diferentes redes sociales, que actualmente generan ingresos satisfactorios.

3.9 Fijación de Precios

3.9.1 Fijación de precios por temporada

Los precios fijados por temporada de iniciación presentados a continuación han sido deducidos para un solo cliente. Se considera en cuenta el precio de mercado el cual permite cubrir los costos y gastos de la producción del servicio, este precio se lo determino en base a una investigación de campo. A este valor se le agregará un cierto porcentaje por diversos factores que intervienen para la prestación del servicio, por ejemplo:

- Asesoría Nutricional
- Servicios profesionales
- Gastos administrativos
- Utilidad
- IVA

Es importante establecer un precio que sea cómodo para el cliente, es por ello que se lo determinará mediante los resultados obtenidos por las encuestas que fueron aplicadas a un grupo establecido de personas de la ciudad de Manta, la información del estudio de mercado relacionado a los precios, establecieron una fluctuación mínimo de 30 y máximo 40 dólares por el servicio de gimnasio al mes, este análisis conjuntamente con la determinación de costos ayuda a la fijación del precio final, el mismo que se establecerá más adelante.

Por lo tanto, el precio que se considera para inicio de actividades será el siguiente:

Tabla 22.
Fijación de precio

PRECIO DE MERCADO	PRECIO DE RESULTADOS	PRECIO FIJADO EN PROYECTO PVP	PRECIO FIJADO MÁS SERVICIO COMPLEMENTARIO
>30 a 40<	>30 a 40<	35 (MES)	35+5= \$40

Aguilar, V. (2022). Fijación de precios. Manta

3.10 Implementación del negocio

- **Arriendo del local**

Tabla 23.
Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$ 300	\$ 1800	\$ 3600

Aguilar, V. (2022). Arriendo del local. Manta

- **Equipos y Maquinaria** (Ver anexo 2 cotización)

Tabla 24.
Equipos y Maquinaria

EQUIPOS INDUSTRIALES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Prensa	1	\$ 500.00	\$ 500.00
Caminadora	1	\$ 950.00	\$ 950.00
Escaladora	1	\$ 450.00	\$ 450.00
Hammer para espalda	1	\$ 50.00	\$ 450.00
Bancos de uso múltiple	2	\$ 220.00	\$ 440.00
Abdomen	1	\$ 150.00	\$ 150.00
Bicicletas de spinning	2	\$ 400.00	\$ 800.00
Set de pesas	5	\$ 125.00	\$ 625.00
Barras para pesas	8	\$ 45.00	\$ 360.00
Mancuernas	8	\$ 30.00	\$ 240.00
Colchonetas	5	\$ 20.00	\$ 100.00
Step	5	\$ 30.00	\$ 150.00
Minicomponente	1	\$ 250.00	\$ 250.00
Amplificador	1	\$ 150.00	\$ 150.00
TOTAL			\$ 5,615.00

Aguilar, V. (2022). Equipos y Maquinaria. Manta

- **Equipos de computación** (Ver anexo 3 cotización)

Tabla 25.
Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP Core I5	1	\$500.00	\$500.00
Impresora EPSON Stylus	1	\$100.00	\$100.00
TOTAL			\$600.00

Aguilar, V. (2022). Equipos de computación. Manta

- **Muebles y enseres.** (Ver anexo 4 cotización)

Tabla 26.
Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Espejos	5.00	\$30.00	\$ 150.00
Escritorio	1.00	\$250.00	\$250.00
Sillas giratorias	2.00	\$50.00	\$100.00
Sillas de espera	1*3	\$100.00	\$100.00
Casillero	2.00	\$200.00	\$400.00
Moquetas	10.00	\$50.00	\$500.00
TOTAL			\$1,500.00

Aguilar, V. (2022). Muebles y enseres. Manta

- **Equipos de seguridad.**

Tabla 27.
Equipos de seguridad

EQUIPOS DE SEGURIDAD			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Extintor (polvo seco) 10 Lb.	3	\$20.00	\$60.00
Bomba de mano desinfectante	1	\$10.00	\$10.00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	5	\$2.00	\$10.00
TOTAL			\$80.00

Aguilar, V. (2022). Equipo de Seguridad. Manta

- **Suministros de oficina.**

Tabla 28.
Suministros de oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Papel bond (resma)	2	\$3.50	\$7.00
Grapadora	1	\$3.00	\$3.00
Grapas (caja)	5	\$1.00	\$5.00
Resaltadores	3	\$0.60	\$1.80
Esferos BIC (rojo, azul, negro)	5	\$0.40	\$2.00
Perforadora	1	\$2.00	\$2.00
Agenda	1	\$2.00	\$2.00
Carpeta de cartón	5	\$0.30	\$1.50
Cuaderno de contabilidad	1	\$2.50	\$2.50
Tijera	1	\$1.25	\$1.25
Cinta adhesiva	2	\$0.50	\$1.00
Corrector	2	\$1.25	\$2.50
TOTAL			\$22.05
TOTAL ANUAL			\$264.60

Aguilar, V. (2022). Suministros de oficina. Manta

- **Servicios básicos**

Tabla 29.
Servicios básicos

SERVICIOS BÁSICOS	
DESCRIPCIÓN	Pago Mensual
Agua Potable	\$10.00
Luz Eléctrica	\$20.00
Internet	\$10.00
Teléfono	\$10.00
TOTAL MENSUAL	\$50.00
TOTAL ANUAL	\$600.00

Aguilar, V. (2022). Servicios básicos. Manta

- **Suministros de Aseo** (Ver anexo 5 cotización)

Tabla 30.
Suministros de Aseo

SUMINISTROS DE ASEO			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Desinfectante Gal. 1/2	1	\$5.00	\$5.00
Cloro Gal. 1/2	1	\$2.50	\$2.50
Fundas basura industriales (10 unidades)	1	\$1.50	\$1.50
Fundas para baño	2	\$1.50	\$3.00
Escoba	1	\$2.50	\$2.50
Trapeador	1	\$3.00	\$3.00
Jabón líquido manos 1/2 Gal	1	\$3.00	\$3.00
Papel higiénico jumbo 200 metros	2	\$1.50	\$3.00
Toalla de papel	1	\$3.00	\$3.00
Alcohol antiséptico gel 1/2 Gal	1	\$4.00	\$4.00
Limpiones o franelas	2	\$2.50	\$5.00
Guantes	3	\$2.00	\$2.00
TOTAL			\$37.50
TOTAL ANUAL			\$450.00

Aguilar, V. (2022). Suministros de Aseo. Manta

3.11 Estudio arquitectónico

Se toma en cuenta para el diseño del Power Gym la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la microempresa y el aforo que se manejará (50 personas). En el espacio determinado para las máquinas se contará con un espacio mínimo entre máquina y máquina, para optimizar el área, donde los clientes podrán moverse con tranquilidad en el cumplimiento de sus actividades.

El espacio de bailoterapia es un área amplia donde se podrá receptar un máximo de 30 clientes, con una separación considerable. No se detallan áreas específicas por cuanto se desea aprovechar todo el local para la realización del entrenamiento físico.

Ilustración 22.
Estructura del establecimiento.



Aguilar, V. (2022). Estructura del establecimiento. Manta

CAPÍTULO IV

4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL

La microempresa antes de empezar a operar necesita obtener ciertos permisos y registros que hay que tener en orden y al día.

Se tomará en cuenta normas legales que sean aplicadas al proyecto, en este caso para la parte administrativa del emprendimiento corresponde a permisos municipales que se los obtendrá en el Gobierno Autónomo Centralizado Municipal del Cantón Manta.

También se debe obtener el respectivo Registro de Marca en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), Inscripción en la Cámara de Comercio de la ciudad de Manta y los permisos que debemos tener por parte del benemérito cuerpo de bomberos.

Para la puesta en marcha es importante cumplir y formalizar mediante la realización de trámites y permisos pertinentes que admitan el buen desempeño de la actividad, ante ello se presenta los siguientes:

4.1. Servicio de Rentas Internas / SRI

En esta entidad obtener el RUC (Régimen Único de Contribuyentes) no tiene ningún costo (SRI, 2022).

Para obtener el RUC se necesita:

- Cédula de identidad.
- Certificado de votación actualizado.
- Documento que certifique el lugar donde se realizará la actividad económica, como planilla de agua, luz, teléfono u otros servicios; contrato de arriendo; pago de Impuesto Predial.
- Calificación artesanal emitida por el organismo competente

4.2. Impuesto al valor Agregado

La Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno Vigente, nos da a conocer los siguientes aspectos a considerar para el pago del impuesto en base al emprendimiento a poner en marcha:

- Es un impuesto que grava al valor de las transferencias locales o importaciones de bienes muebles, en todas sus etapas de comercialización y al valor de los servicios prestados.
- Quienes hayan pagado el IVA podrán utilizarlo como crédito tributario en los casos contemplados en la Ley de Régimen Tributario Interno.
- Las personas y sociedades que presten servicios y/o realicen transferencias o importaciones de bienes.
- Este impuesto se declara y paga de forma mensual cuando las transacciones gravan una tarifa y/o cuando se realiza retenciones de IVA y de forma semestral cuando las transacciones gravan tarifa 0%. (SRI, 2022, p. 1)

4.3. Impuesto a la Renta

El Impuesto a la Renta se aplica sobre aquellas rentas que obtengan las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades sean nacionales o extranjeras.

El ejercicio impositivo comprende del 1 de enero al 31 de diciembre.

Ilustración 23.

Impuesto a la renta para personas naturales 2022

Fracción Básica	Exceso hasta	Impuesto sobre la fracción básica	% de impuesto sobre la fracción excedente
0	11.310	0,00	0%
11.310	14.410	0,00	5%
14.410	18.010	155,00	10%
18.010	21.630	515,00	12%
21.630	31.630	949,40	15%
31.630	41.630	2.449,40	20%
41.630	51.630	4.449,39	25%
51.630	61.630	6.949,39	30%
61.630	100.000	9.949,39	35%
100.000		23.378,88	37%

Fuente: <https://www.jezl-audidores.com/index.php/tributario/101-tabla-de-impuesto-a-la-renta-ir-2021-2020-y-2019-personas-naturales-ecuador>

La declaración de Impuesto a la Renta es obligatoria para todas las personas naturales, las sucesiones indivisas y las sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o no en el país, conforme los resultados de su actividad económica; aun cuando la totalidad de sus rentas estén constituidas por ingresos exentos, a excepción de:

- Los contribuyentes domiciliados en el exterior, que no tengan representante en el país y que exclusivamente tengan ingresos sujetos a retención en la fuente.
- Las personas naturales cuyos ingresos brutos durante el ejercicio fiscal no excedieren de la fracción básica no gravada.

La normativa tributaria define a estos contribuyentes como "sujetos pasivos". (SRI, 2022, p.1)

4.4. Régimen Simplificado para emprendedores y Negocios Populares (RIMPE)

Todos los negocios de personas naturales o jurídicas que inicien actividades, al momento de la inscripción en el RUC, se incluirán en el régimen RIMPE desde el primer año de operación.

Se consideran negocios populares aquellos negocios de personas naturales con ingresos brutos existentes de hasta veinte mil dólares de los Estados Unidos de América (US\$ 20.000,00) en el ejercicio económico del año inmediatamente anterior.

Se incluyen en este régimen a los artesanos y emprendedores. Es importante considerar que para que una persona sea considerada como artesano, deberá cumplir con los parámetros establecidos en la Ley de Fomento Artesanal. Así también, un emprendedor deberá constar en el Registro Nacional de Emprendimiento RNE, para beneficiarse de los incentivos de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación.

Para el caso de negocios populares, el pago de la cuota establecida en la tabla progresiva incluye el pago del Impuesto al Valor Agregado generado por la transferencia de bienes, prestación de servicios o derechos que abarque su actividad de conformidad con la Ley.

Esto quiere decir que los negocios populares, que son aquellos con ingresos brutos de hasta \$20,000.00 (veinte mil dólares de los Estados Unidos), pagarán una cuota única de \$60.00 dólares que incluye el pago del Impuesto a la Renta y el Impuesto al Valor Agregado. (Hidalgo, 2021, p.3)

4.5. Permiso de los Bomberos

Para obtener el permiso de funcionamiento, debe presentar al cuerpo de bomberos la siguiente documentación:

- Solicitud de inspección de local
- Informe favorable de la inspección;
- Copia del RUC; y,
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados), (Si la actividad aplica).
- Presentar informe de compatibilidad de uso de suelo para los siguientes establecimientos: Centros de tolerancia, cantinas, bares, karaokes, discotecas, licorerías, distribuidoras de gas, bodegas de combustible, estaciones de servicios – gasolineras, asaderos, carpinterías, granjas agrícolas, fábricas en general, y otros establecimientos que se encuentren regulados en el PD y OT.

Según su taxonomía: Clasificación de los servicios de la institución que permite proporcionar de una manera eficaz los requisitos para un determinado servicio.

4.6. Permiso de los bomberos para locales medianos (Desde 101 m² hasta 499 m²)

- Extintor de 10 lb. de polvo químico seco PQS (ABC), uno por cada 50 m². Debe instalarse a una altura de 1.50 mt. del piso al soporte.
- Lámparas de emergencia que estarán ubicadas en todas las vías de evacuación y puertas de salida.
- Instalaciones eléctricas en buen estado.
- Sistema de detección de humo con panel centralizado (no a batería ni pila).
- Letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería o foto luminiscente en la parte superior de la puerta principal y alterna.
- Apertura de las puertas en sentido de la evacuación, es decir, de adentro hacia afuera. Se prohíbe la implementación de cualquier dispositivo de cierre que impida el ingreso o egreso de personas.
- Puerta de emergencia debidamente señalizada con letrero de “SALIDA” de tipo luminoso constante a batería o foto luminiscente.
- Escaleras de emergencia en caso de ser requeridas.
- Plan de Emergencia y Evacuación será presentado mediante el formato de entrega firmado por el representante legal. (Cuerpo de Bomberos Portoviejo, 2022)

4.7. Licencia de funcionamiento comercial y profesional en el GAD Manta

- Número de RUC
- Permiso del Cuerpo de Bomberos vigente.
- Declaración de impuesto a la renta
- Cancelar la patente municipal.
- Reparto proporcional en relación a los ingresos y los totales de los activos del Cantón Manta.
- Arrendada – Contrato de arriendo.
- Propia – Pago de impuesto predial actualizado. (GAD Manta, 2022)

4.8. Patente Municipal

- Número de RUC.
- Declaración de impuesto a la renta
- Permiso del Cuerpo de Bomberos vigente.
 - Si es empresa nacional además presentará el reparto proporcional en relación a los ingresos y los totales de los activos del Cantón Manta.
 - Los artesanos calificados también presentarán: copia de calificación artesanal y copia de la recalificación artesanal (cuando se calificaron como artesanos. (GAD Municipal, 2022)

4.9. IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo (IESS, 2021).

- Ingresar a la página web del IESS www.iesg.gob.ec.
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.

4.10. Derechos y obligaciones de los Empleadores

Tabla 31.

Derechos y obligaciones de los Empleadores

Derechos	Obligaciones
Ejercer la potestad y facultad en la organización, dirección y control.	Celebrar un contrato de trabajo.
Poder establecer un orden reglamentario y disciplinario.	Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
Obtener prestaciones del trabajo	Afiliar al trabajador a la seguridad social (IESS).
Sacar beneficio de la productividad del trabajo.	A pagar una compensación por el salario digno.

Fuente: <https://acl.com.ec/derechos-y-obligaciones-del-trabajador-y-empleador-2021-2/>

4.11. Derechos y obligaciones de los Trabajadores

Tabla 32.

Derechos y obligaciones de los Trabajadores

Derechos	Obligaciones
Afiliación a la seguridad social desde el primer día de trabajo.	Ejecutar el trabajo en términos del contrato, con la intensidad, cuidado y esmero.
Percibir como mínimo el sueldo básico (\$425).	Restituir al empleador los materiales no usados y conservar en buen estado los instrumentos de trabajo.
A percibir horas extras y suplementarias, en el caso que trabaje estas horas.	Observar buena conducta durante el trabajo.
A percibir los décimos tercer y cuarto en las fechas establecidas.	Dar aviso al empleador cuando por causa justa faltare al trabajo.
A un periodo de vacaciones laborales remuneradas.	Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales de fabricación de los productos

Fuente: <https://acl.com.ec/derechos-y-obligaciones-del-trabajador-y-empleador-2021-2/>

4.12. Inscripción en la Cámara de Comercio de Manta

Los requisitos para inscribirse son los siguientes:

- Copia de Ruc
- Copia de escritura de constitución de la compañía.
- Copia de la cedula de ciudadanía del propietario del negocio.
- Certificado de honorabilidad.
- Declaración del capital que se ha invertido del negocio.
- Llenar la solicitud de Inscripción.
- 3 fotografías tamaño carnet.
- Pago de la inscripción a la Cámara de Comercio de Manta (ninguna)
(Cámara de Comercio de Manta, 2022)

4.13. Registro de Marcas de Productos y Servicios único para personas naturales y jurídicas sean nacionales o extranjeras

¿Cuál es el proceso para registro de marca?

- Ingresar en la página de Servicio Nacional de Derechos Intelectuales
SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
- Seleccione programa/servicios
- Ingrese opción casillero virtual, llene los datos que le solicitan en el casillero virtual (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa)
- Una vez que haya dado este procedimiento le llegara a su correo el usuario y contraseña; así como un enlace de mi casillero para proceder a cambiar la contraseña; obteniendo su casillero Virtual.
- Después de haber realizado este procedimiento; regresar a la página principal; y, usted podrá ingresar a solicitudes en línea.

- Ingrese con su usuario y contraseña Ingrese a la opción pagos Opción trámites no en línea Opción generar comprobante Se despliega una plantilla que usted tiene que llenar los datos; le solicitan que ingrese el código o al menos 3 caracteres de la descripción de la Tasa de Pago: (Ingrese el código 1.1.10.)
- Ingrese los datos y Botón generar comprobante
- Imprima el comprobante
- Y asista el Banco del Pacifico a pagar la tasa de \$16,00 o realice el pago en línea (Manual de uso)
- Escanee los comprobantes de pago (tanto el que imprimió del SENADI, como el que le entregaron en el Banco del Pacífico después de haber pagado)
- Envíe vía mail a la siguiente dirección www.derechosintelectuales.gob.ec así como el nombre exacto de la marca, que desea verificar. Se le enviará el informe de búsqueda a su correo.

4.14. Trámite para el registro de la marca

- Una vez que usted verifique en el listado de marcas, que **no** esté registrado o en trámite de registro el nombre de su marca.
- Ingrese a solicitudes en línea con su usuario y contraseña
- Opción registro
- Del listado escoja la opción solicitud de signos distintivos
- Y proceda a llenar la plantilla que se va a desplegar en el sistema con los datos de su marca
- Después de haber ingresado los datos
- Botón guardar
- Botón vista previa
- Botón generar comprobante de pago, que tiene un costo de \$208,00
- Cancele en el Banco del Pacífico

CAPÍTULO V

5. Proceso de Impacto Ambiental y Social

5.1 Objetivo de área

Dentro de la industria del Fitness, frecuentemente se dialoga o se escucha sobre un eco gimnasio y Fitness verde, es decir, centros de entrenamiento y desarrollo físico con intentos de reducir las huellas de carbono de estos lugares para ayudar al medio ambiente.

Por ello se manifiesta que hacer el bien, nunca había sido tan relevante. Los gimnasios están notando que ser sostenibles no solo es bueno para el medio ambiente, sino también para el negocio.

Por lo tanto, Power Gym tiene como objetivo la de minimizar y reducir el recurso hídrico y contaminación del agua, de igual forma la disminución de residuos sólidos a disponer y otro punto importante reducir la contaminación de suelo y ruido, todos estos factores permiten que el impacto ambiental sea mínimo y de gran afección.

Los clientes que originan residuos sólidos al momento de ingresar y utilizar las instalaciones del gimnasio, deben procurar colocar en su lugar de acuerdo a su clasificación y utilizar lo necesario para sus actividades.

El impacto social en base al emprendimiento de Power Gym se considera en la sociedad o barrio donde funcionará el establecimiento, fomentando a sus habitantes en su cambio de estilo de vida, siendo un aspecto positivo en el desarrollo de sus actividades rutinarias.

5.2 Impacto ambiental

5.2.1 Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar el gimnasio.

- **Reciclar**

Para que esta tarea resulte más fácil, el gimnasio puede instalar contenedores en donde se coloquen latas, botellas de vidrio, toallas desechables, plásticos y papel organizar que todo se envíe a planta de reciclaje.

Ilustración 24.

Contenedores de reciclaje



Aguilar, V. (2022). Contenedores de reciclaje. Manta

- **Desconectar la tecnología cuando no se usa**

La electrónica consume energía cuando está conectada y apagada. Para ahorrarla es buena idea desconectar las máquinas, los cargadores y las computadoras en la noche, o incluso cuando no haya gente en el gimnasio.

- **Ofrecer agua filtrada**

En vez de vender botellas de agua de un solo uso, los gimnasios pueden ofrecer botellas reutilizables de marca y agua filtrada ilimitada para los clientes del establecimiento.

- **Usar iluminación eficiente**

Las bombillas LED, por ejemplo, usan del 20% al 25% de energía menos que las bombillas incandescentes tradicionales, y duran 25 veces más.

- **Escoger productos de limpieza ecológicos**

El gimnasio puede elegir productos de limpieza sin toxinas ni productos químicos.

5.2.2 Medidas para contrarrestar los impactos generados el gimnasio

- Instalar lámparas LED.
- Iniciar programas inteligentes de agua: instalar inodoros, duchas y grifos de bajo flujo puede ahorrar 2.5 galones de agua por minuto.
- Colocar instalaciones solares en el techo o el suelo.
- Usar productos reciclados u orgánicos.
- Seleccionar tapetes, pesas y otros equipos de productos reciclados.
- Utilizar equipo de ejercicio verde.
- Elegir equipos cardio de energía eficiente (si es posible, obtener máquinas que no utilicen energía externa, 45 minutos en una máquina no eléctrica puede ahorrar 0,8 kW de energía).
- La basura generada en el local colocar en sus debidos sitios estratégicos que estén visibles a los clientes.
- Comprobar que las instalaciones de agua estén en buen estado.

Tabla 33.
Prevención de Impactos Recurso Suelo – Ruido

PLAN DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN AL RECURSO SUELO /RUIDO							
Objetivo: Prevenir y minimizar los impactos negativos al recurso SUELO / RUIDO Lugar de aplicación: Gimnasio Responsable: Administrador					PMI-S/R01		
Aspecto Ambiental	Impacto identificado	Medidas propuestas	Indicadores	Medios de verificación	Plazos		
					Inicio	Periodicidad	Finalización
Generación golpes y desgaste del suelo por actividades físicas. Reproducción de ruido por sonidos emitidos de equipos electrónicos.	Contaminación del suelo y ruido	Los golpes o desgastes del suelo a causa de la utilización de los instrumentos del gimnasio como ejemplo las pesas, como también de las actividades de bailoterapia y aeróbicos, que promueven el desgaste. Otro aspecto es el ruido emitido por el uso de medios electrónicos para la realización de las actividades físicas.	N° de usuarios que utilizan equipos o maquinaria física. N° de sesiones programadas para bailoterapia y aeróbicos.	Registro de clientes que asisten para ejercitarse solo en máquinas. Registro de sesiones de bailoterapia. Registro de sesiones de aeróbicos.	A partir de la emisión del Certificado Ambiental	Semanal	Fin de la vida útil del proyecto o el emprendimiento

Aguilar, V. (2022). Prevención de Impactos. Manta

Tabla 34.
Prevención de Impactos Recurso Energía

PLAN DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN DE IMPACTOS PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y MITIGACIÓN AL RECURSO ENERGÍA							
Objetivo: Prevenir y minimizar los impactos negativos al recurso ENERGÍA Lugar de aplicación: Gimnasio Responsable: Administrador					PMI-RE01		
Aspecto Ambiental	Impacto identificado	Medidas propuestas	Indicadores	Medios de verificación	Plazos		
					Inicio	Periodicidad	Finalización
Uso y consumo desmedido del recurso de energía eléctrica.	Crisis energética global	El uso innecesario de energía eléctrica se está dando sin considerando el futuro, debido a que no se economiza, por tal razón es importante utilizar medios o equipos ahorradores de energía. La energía de las instalaciones ocupar en determinadas actividades.	N° de equipos y maquinarias utilizadas. N° de sesiones programadas para bailoterapia y aeróbicos.	Registro de clientes que ocupan equipos y maquinaria eléctrica. Registro de sesiones de bailoterapia. Registro de sesiones de aeróbicos.	A partir de la emisión del Certificado Ambiental	Semanal	Fin de la vida útil del proyecto o el emprendimiento

Aguilar, V. (2022). Prevención de Impactos. Manta

5.3 Impacto social

5.3.1 Bajo normas legales

Power Gym cumple con todos los requerimientos legales actuales de cada entidad y organismo de control, para su respectivo funcionamiento por lo que los servicios que brinda el emprendimiento son lícitas amparadas por el Código de Trabajo y la Constitución de la República del Ecuador.

5.3.2 Igualdad de género

El propietario de Power Gym determinará una estrategia de equidad de género la cual evita la discriminación tanto profesional como de edad.

También se considerará que sus empleados o colaboradores sean de ambos sexos aceptando las políticas internas del establecimiento.

5.3.3 Generar empleo

Power Gym generará empleos a habitantes del sector que sean capacitados y cuente con experiencia de la actividad a realizar, apoyando y contribuyendo al desarrollo económico del barrio.

5.3.4 Atracción de empleados

Establecer una política que incluya una gestión empresarial sostenible y responsable, logrando aceptación de los empleados para que se sientan seguros y confiados del lugar de trabajo y promuevan al máximo su desempeño profesional. Es importante crear un ambiente armónico en el lugar de trabajo para que cada uno aporte con su esfuerzo e ímpetu laboral, logrando que todo marche bien a satisfacción de los clientes.

CAPÍTULO VI

6. PROCESO FINANCIERO

6.1. Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero del plan de negocio Power Gym, donde se indica la perspectiva del punto de vista económico y en donde se estudia cada punto financiero hasta llegar a la inversión total que se requiere para lograr posesionar al gimnasio dentro del Cantón Manta.

6.2. Inversiones

Una inversión determina recursos con el objetivo de obtener un beneficio de compra o creación de activos o de capital, es decir el acto de no consumir esos recursos ahora para satisfacer necesidades en el presente, sino de destinarlos a satisfacer necesidades en el futuro.

6.3. Activos Fijos

Abarca equipos industriales y de seguridad, equipos de computación y muebles – enseres, sumando como total de activos fijos \$ 7795.

Tabla 35.
Activos fijos

TOTAL ACTIVOS FIJOS	
Equipos Industriales./ seguridad	\$5,695.00
Equipos de Computación	\$600.00
Muebles – enseres	\$1,500.00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$7,795.00

Aguilar, V. (2022). Activos fijos. Manta

6.4. Activos diferidos

Concierne en todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se define dentro de los Gastos de Constitución el que cuenta con la suma de \$350 en lo que determina pagar la obtención de permisos de funcionamiento, copias, abogado, traslado, etc.

Tabla 36.
Activos diferidos

ACTIVOS DIFERIDOS	
Gastos de Constitución	350
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	350

Aguilar, V. (2022). Activos diferidos. Manta

6.5. Capital de trabajo

El capital de trabajo es la cantidad necesaria para que Power Gym pueda realizar sus operaciones con normalidad para el cálculo se realizó de forma mensual, trimestral y anual dando como total la cantidad de \$ 32891.6

Tabla 37.
Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	MENSUAL	3 MESES	12 MESES
Sueldos	\$ 1181	\$ 3543.15	\$ 14172.6
Servicios Básicos	\$ 50	\$ 150	\$ 600
Material oficina	\$ 22	\$ 66	\$ 264
Material limpieza	\$ 38	\$ 112.5	\$ 450
Alquiler local	\$ 300	\$ 900	\$ 3600
Publicidad	\$ 35	\$ 105	\$ 420
Insumos / Mantenimiento	\$ 250	\$ 750	\$ 3000
Gastos financieros	\$ 187	\$ 560	\$ 2,240.00
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 2062	\$ 14331.65	\$ 24.746,60

Aguilar, V. (2022). Capital de trabajo. Manta

6.6. Inversión total

Inversión total teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo es de \$ 32891.60.

Tabla 38.
Total, de inversión

TOTAL, DE INVERSIÓN	
Activo fijo	\$7,795.00
Activo diferido	\$350.00
Capital de trabajo	\$24.746,60
TOTAL, DE INVERSIÓN	\$32891,60

Aguilar, V. (2022). Detalles de inversión. Manta

6.7. Sueldos

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales.

Tabla 39.
Sueldos

PERSONAL	SUELDOS	ANUAL	IESS EMP.	IESS EMPRESA	GASTO SUELDOS ANUAL
Administrador	\$425.00	\$5,100.00	\$481.95	\$619.65	\$5,237.70
Instructor	\$425.00	\$5,100.00	\$481.95	\$619.65	\$5,237.70
Personal de apoyo	\$300.00	\$3,600.00	\$340.20	\$437.40	\$3,697.20
TOTAL	\$1,150.00	\$13,800.00	\$1,304.10	\$1,676.70	\$4,172.60

Aguilar, V. (2022). Sueldos. Manta

Tabla 40.
Décimos

PERSONAL	SUELDOS	DÉCIMO 4º	DÉCIMO 3º	TOTAL DÉCIMOS
Administrador	\$425.0	\$425.0	\$425.0	\$850.0
Instructor	\$425.0	\$425.0	\$425.0	\$850.0
Personal de apoyo	\$300.0	\$425.0	\$300.0	\$725.0
TOTAL	\$1,150.0	\$1,275.0	\$1,150.0	\$2,425.0

Aguilar, V. (2022). Décimos. Manta

Tabla 41.
Sueldos Totales

TOTAL SUELDOS	TOTAL DÉCIMOS	TOTAL ANUAL
\$14,172.60	\$2,425.00	\$16,597.60

Aguilar, V. (2022). Sueldos totales. Manta

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$ 16,597.60 anual.

6.8. Depreciación activos fijos.

En esta tabla se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 % y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$919.48.

Tabla 42.
Depreciación activos fijos

DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS			
		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Industriales	\$5,695.00	10 %	\$569.50
Equipos de Computación	\$600.00	33.33 %	\$199.98
Muebles y Enseres	\$1,500.00	10 %	\$150.00
TOTAL DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS FIJOS			\$919.48

Aguilar, V. (2022). Depreciación activos fijos. Manta

6.9. Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a setenta dólares, ya que el monto por constitución equivale a trescientos cincuenta dólares.

Tabla 43.
Amortizaciones

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución	350	20%	70

Aguilar, V. (2022). Amortizaciones. Manta

6.9. Estructura capital

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$16891.6 que equivale a una estructura del 51%; costo 13% con una tasa de descuento de 7.7 %; por consiguiente el Capital Financiero es de \$16000 con una estructura del 49% , el costo es del 14 % que otorga el 6.8% de tasa de descuento; con un Total Inversión de \$32891.6 que en la suma total nos da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento) que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,5% valor indicador de la factibilidad de la empresa.

Tabla 44.
Estructura capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	16891.6	51%	13%	6.7%	
Capital Financiero	16000	49%	14%	8.8%	
TOTAL INVERSIÓN	32891.6	100%		13.5%	TMAR

Aguilar, V. (2022). Estructura capital. Manta

6.10. Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización:

Tabla 45.
Tabla de amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	16000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERÉS	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	16000
1	4660.54	2,240.00	2,420.54	13,579.46
2	4660.54	1,901.12	2,759.41	10,820.05
3	4660.54	1,514.81	3,145.73	7,674.32
4	4660.54	1,074.41	3,586.13	4,088.19
5	4660.54	572.35	4,088.19	0.00

Aguilar, V. (2022). Tabla de amortización. Manta

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 16000 con una tasa del 14 % en un plazo de cinco con años; lo que con lleva al pago de interés de \$ 572.35 y a su vez el pago capital de \$ 4.088.19 de que al final del periodo establecido nos da un saldo de cero dólares.

6.11. Punto de equilibrio

Tabla 46.
Costos fijos mensuales

COSTOS FIJOS MENSUALES	
Insumos / Mantenimiento	\$250
Arriendo	\$300
Sueldos	\$1181
Servicios Básicos	\$50
Total Costos fijos mensuales	\$1781

Aguilar, V. (2022). Punto de Equilibrio. Manta

Tabla 47.
Margen de contribución

SERVICIO ESTÁNDAR		
Precio referencial	35	
Costo referencial	23.40	
Ganancia	11.6	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN

Aguilar, V. (2022). Margen de contribución. Manta

Tabla 48.
Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO			
Venta	154	35	5373.7
Costo	154	23,4	3592.7
Gasto			1781
PUNTO DE EQUILIBRIO			0

Aguilar, V. (2022). Punto de equilibrio. Manta

En el punto de equilibrio nos indica el nivel de ventas en donde la empresa no pierde ni gana.

Para la proyección de ventas hemos partido de la base del punto de equilibrio y también de la encuesta de demanda de consumidores de acuerdo a la pregunta 6 referente a los horarios de atención para acudir a realizar actividad física con un 100% y la pregunta 9 referente a los precios en los que hemos considerado el 97% por estar dentro del precio promedio establecido para nuestro proyecto por lo que la proyección promedio de 99%, será de la siguiente manera:

Proyección Ventas. = 154 mensuales * 99% de proyección

Proyección Ventas. = 154 * 152,46 = 306,46

Proyección Ventas = 306

Tabla 49.
Ventas proyectadas

VENTAS PROYECTADAS			
306	10693.7	128324.1	ventas
306	7149.5	85793.8	costo

Aguilar, V. (2022). Ventas proyectadas. Manta

6.12. Estado de Resultados

El estado de resultados se basa en un periodo de cinco años en el mismo que tendremos ventas para conocer el monto de primer año.

Tabla 50.
Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
	0	1	2	3	4	5
Ventas		128324.12	132186.68	136165.50	140264.08	144486.03
Costo de ventas		85793.84	88376.24	91036.36	93776.55	96599.23
Utilidad bruta en ventas		42530.28	43810.44	45129.14	46487.52	47886.80
Gastos administrativos		14172.60	14599.20	15038.63	15491.29	15957.58
Servicios básicos		600.00	618.06	636.66	655.83	675.57
Material oficina		264.00	271.95	280.13	288.56	297.25
Material de limpieza		450.00	463.55	477.50	491.87	506.68
Publicidad		420.00	432.64	445.66	459.08	472.90
Alquiler de local		3600.00	3708.36	3819.98	3934.96	4053.41
Depreciaciones		919.48	919.48	919.48	919.48	919.48
Amortizaciones		70.00	70.00	70.00	70.00	70.00
Utilidad operativa		22034.20	22727.21	23441.09	24176.45	24933.94
Gastos financieros		2240.00	1901.12	1514.81	1074.41	572.35
Utilidad antes de impuestos		19794.20	20826.09	21926.28	23102.04	24361.59
Base impositiva		7175.40	7549.46	7948.28	8374.49	8831.08
Utilidad neta		12618.80	13276.63	13978.00	14727.55	15530.52

Aguilar, V. (2022). Estado de resultados. Manta

La tabla es contemplada a cinco años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$ 12618.80 mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$ 15530.52.

6.13. Flujo de caja

El flujo de caja corresponde en finanzas como los flujos de entradas y salidas de efectivo o caja en un periodo determinado, accediendo llevar el control de ingresos como egresos para de esta manera saber el nivel de fluidez que posee la empresa.

Tabla 51.
Flujo de caja

FLUJO DE CAJA						
	0	1	2	3	4	5
Utilidad operativa		22034.20	22727.21	23441.09	24176.45	24933.94
Depreciación		919.48	919.48	919.48	919.48	919.48
Amortización		70.00	70.00	70.00	70.00	70.00
- Base impositiva		7175.40	7549.46	7948.28	8374.49	8831.08
- Gastos financieros		2240.00	1901.12	1514.81	1074.41	572.35
- Pago capital		2,420.54	2,759.41	3,145.73	3,586.13	4,088.19
= Flujo neto de caja	-32891.60	11,187.75	11,506.70	11,821.75	12,130.90	12,431.81

Aguilar, V. (2022). Flujo de caja. Manta

Para el primer año se tendrá un flujo neto de caja de \$11187.75, mientras que para el quinto año esta aumentará a \$ 12431.81.

6.14. Cálculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero tenemos el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

6.14.1. VAN (Valor Actual Neto)

Indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el van es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$8504.01.

6.14.2. TIR (Tasa Interna de Retorno)

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN) es igual a cero. Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 22,83% que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión, teniendo una diferencia del 13,497% con el TMAR.

Tabla 52.
Cálculo VAN/TIR

CÁLCULO VAN/TIR	
VAN ¹	8504.01
TIR ²	22.83%
TMAR ³	13.49%

Aguilar, V. (2022). Cálculo VAN/TIR. Manta

¹ Valor Actual Neto

² Tasa Interna de Retorno

³ Tasa Mínima de Rendimiento

CAPÍTULO VII

7.1. CONCLUSIONES

- A través de la investigación realizada se determinó que en la ciudad de Manta barrio “El Palmar” existen pocos gimnasios, los mismos que por el paso de los años y la falta de innovación no brindan un servicio de calidad que cubra con las expectativas y necesidades de sus clientes, es por esta razón que existe una gran demanda insatisfecha que necesita ser cubierta, ya que hoy en día el verse y sentirse bien físicamente se ha vuelto una prioridad en la vida de las personas tanto jóvenes como adultas.
- Después de realizadas las encuestas al mercado objetivo se logró identificar que existe una gran aceptación por la idea de instalar un gimnasio en dicho barrio dando un porcentaje de 88%.
- Para la instalación del gimnasio se ha determinado que es mejor arrendar un local para su funcionamiento, el mismo que estará ubicado en una zona estratégica de la ciudad de Manta, ya que debido al análisis de factores se determinó que es la mejor opción por su excelente ubicación y por contar con todos los servicios básicos necesarios.
- El Gimnasio está constituido como una microempresa, cuya estructura organizacional estará liderada por el Administrador y tendrá a su cargo a dos personas más que serán un instructor y una persona de apoyo.
- En el estudio económico se determinó el valor de la inversión requerida para poner en marcha la empresa, la misma que tiene un total de \$32891.6 dólares, de los cuales el 49% será financiado por una cooperativa de ahorro y crédito.
- Los índices de evaluación económica y financiera arrojaron resultados favorables, haciendo atractivo al proyecto, tenemos entonces así los indicadores financieros VAN (8,504.01) la TIR de (22.83%) y la relación Costo/Beneficio.

7.2. RECOMENDACIONES

- El gimnasio es un lugar que está de moda y son los jóvenes los clientes potenciales, es por esta razón que se debe poner todos los esfuerzos por captar una mayor cantidad de este tipo de clientes, mejorando el servicio, a través de la innovación de las máquinas.
- Como se conocen las características del mercado a cubrir, será necesario fijar líneas de acción que permita ofrecer un mejor servicio para satisfacer al máximo las expectativas de los posibles clientes potenciales.
- Es necesario tener en cuenta estrategias de comercialización que no impliquen costos muy elevados, sino que, por el contrario, fomente mayores entradas de ingresos.
- Mantener un trato de cordialidad, amabilidad y respeto con los usuarios del gimnasio, así como con el personal interno de la empresa.
- Con el tiempo, y cuando la empresa vaya ganando mayor participación en el mercado, y las necesidades de la misma se incrementen, será necesario ampliar los servicios ofrecidos, implementando nuevas técnicas o actividades en diferentes horarios y que sea atractivo para los clientes.
- El personal que se contrate deberá demostrar que además de ser profesional, cuenta con la sencillez y carisma necesarios para que los clientes se sientan en confianza y cumplan con sus expectativas.
- Mantener una comunicación e información constante al personal sobre sus funciones, la misión, visión, objetivos, políticas y estrategias de la empresa, para así lograr que todos los esfuerzos se vean encaminados hacia el cumplimiento de los mismos

7.3. REFERENCIAS

- Bembibre, C. (2009). Definición de Gimnasio. Recuperado el 2022, de <https://www.definicionabc.com/deporte/gimnasio.php>
- Cámara de Comercio de Manta. (2022). Requisitos en la Cámara de Comercio. Recuperado el 2022, de <https://ccm.org.ec/>
- Cuerpo de Bomberos Portoviejo. (2022). Requisitos mínimos para establecimientos . Recuperado el 2022, de <https://www.bomberosportoviejo.gob.ec/requisitos-para-aprobacion-de-local/>
- Duarte, D. (2017). Factibilidad para la Implementación de un Gimnasio en el Cantón Pindal, Provincia de Loja. Loja - Ecuador: Universidad Nacional de Loja.
- GAD Manta. (2022). Requisitos Permiso de Funcionamiento. Recuperado el 2022, de <https://portalciudadano.manta.gob.ec/portalciudadano/serviciosdigitales>
- GAD Municipal. (2022). Requisitos Patente Municipal. Recuperado el 2022, de <https://portalciudadano.manta.gob.ec/portalciudadano/serviciosdigitales>
- Hidalgo, K. (2021). Régimen Simplificado para emprendedores y Negocios Populares – RIMPE. Recuperado el 2022, de <https://imgroup.com.ec/blog/regimen-simplificado-emprendedores-negocios-populares-rimpe>
- IESS. (11 de 01 de 2021). IESS. Obtenido de <https://www.iesgob.ec/home-preguntas-frecuentes/>
- Instituto Ecuatoriano del Propiedad Intelectual (IEPI). (2022). Registro de Marca/o Nombre o lema comercial de la empresa. Recuperado el 2022, de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- Marketing: concepto, evolución, componentes, definición y tipología. (14 de mayo de 2014). Obtenido de ACTUALIDAD empresa: <http://actualidadempresa.com/marketing-concepto-evolucion-componentes-definiciones-y-tipologia/>
- Mazzoli, S. (2019). Plan de negocios de un gimnasio. Recuperado el 2022, de <https://www.emprendedores.es/plan-de-negocio/plan-de-negocio-gimnasio/>

- Nuño, P. (15 de mayo de 2018). Tipos de marketing. Obtenido de Emprende pyme: <https://www.emprendepyme.net/tipos-de-marketing.html>
- Perisport. (2020). Historia de los gimnasios. Recuperado el 2022, de <https://periesport.com/D/post/historia-de-los-gimnasios-1/>
- PORTAL DE SERVICIOS MUNICIPALES. (23 de 12 de 2020). PORTAL DE SERVICIOS MUNICIPALES. Obtenido de <https://pam.quito.gob.ec/PAM/Servicios.aspx>
- PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS. (21 de 12 de 2020). PORTAL UNICO DE TRAMITES CIUDADANOS. Obtenido de <https://www.gob.ec/gaddmq/tramites/licencia-metropolitana-unica-ejercicio-actividades-economicas-luae>
- SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES. (12 de 01 de 2021). SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES. Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>
- Smartfit. (2021). Datos de gimnasio - Historia de los centros fitness. Recuperado el 2022, de <https://blog.smartfit.com.mx/datos-de-gimnasio-definicion-e-historia/>
- SRI. (2022). Impuesto a la Renta. Recuperado el 2022, de <https://www.sri.gob.ec/impuesto-renta>
- SRI. (2022). Impuesto al Valor Agregado. Recuperado el 2022, de <https://www.sri.gob.ec/impuesto-al-valor-agregado-iva>
- SRI. (17 de 01 de 2022). SRI. Obtenido de <https://www.sri.gob.ec/web/guest/regimen-impositivo-simplificado-rise>

7.4. ANEXOS

ANEXO NRO. 1 ENCUESTA


INSTITUTO TECNOLÓGICO INTERNACIONAL
ENCUESTA PARA IMPLEMENTAR UN GIMNASIO EN EL BARRIO EL PALMAR DE LA CIUDAD DE MANTA PROVINCIA DE MANABI

Género:

Masculino

Femenino |

Edad:

Menor a 17 años ☐18 a 20 años ☐21 a 30 años ☐31 a 40 años ☐41 a 50 años ☐51 años en adelante ☐

1. ¿Asiste algún gimnasio?

Si ☐No ☐

2. ¿Cuál es la razón por la que acude al gimnasio?

Recreativa ☐Salud ☐Estética ☐Alto rendimiento ☐

3. ¿Con que frecuencia acude al gimnasio?

1 vez por semana ☐De 2 a 3 veces por semana ☐5 veces a la semana ☐Todos los días ☐

4. ¿En qué horario prefiere asistir al gimnasio?

Mañana ☐Tarde ☐Noche ☐

5. ¿Cuál de los siguientes servicios espera que el nuevo gimnasio ofrezca?

Aeróbicos ☐Crossfit ☐Baile terapia ☐Máquinas ☐

6. ¿Le gustaría que exista un gimnasio en el barrio el Palmar?

Si ☐No ☐

7. ¿Por cuál de los siguientes medios le gustaría escuchar la publicidad del nuevo gimnasio?

Prensa ☐Internet ☐Televisión ☐Radio ☐

8. ¿Cuánto está dispuesto a pagar mensualmente por este servicio?

De \$ 20 a \$ 30 ☐De \$ 30 a \$ 40 ☐

9. ¿Qué característica es más importante de las siguientes opciones?

Instalaciones ☐Servicio ☐Equipo ☐Precio ☐

ANEXO NRO. 2 COTIZACIÓN



Buscar en Novocompu.com

Categorías

Contactos

Tiendas

1

0



Bicicleta Estatica De Spinning profesional De Alto Trafico

\$378,00

Cantidad

1

AÑADIR A CARRITO

Referencia: G-ONE22-YK-BK1099

Compartir

DESCRIPCIÓN

ESPECIFICACIÓN

Descripción del producto

- Bicicleta tipo spinning que le permite realizar trabajo aeróbico
- Ideal para ampliar la capacidad cardiovascular y pulmonar
- Ayudará a tonificar glúteos, piernas y la región de la columna vertebral
- Sistema de frenado multirregulable y silencioso
- Estructura de hierro para una mejor estabilidad
- Manubrio antideslizante
- Manilla tipo triatlón con apoyo para los antebrazos y regulable en altura



Buscar en Novocompu.com

Categorías

Contactos

Tiendas

1

0



ONE

Máquina para abdominales

\$145,95

Cantidad

1

AÑADIR A CARRITO

Referencia: IDSMI06

Compartir

DESCRIPCIÓN

ESPECIFICACIÓN

Descripción del producto

IMAGEN REFERENCIAL: Tonificar sus abdominales de una mejor forma, lo levanta del suelo y ejercita con un fácil movimiento hacia arriba minimizando la tensión en su cuello, espalda y hombros, es lo último para esculpir el abdomen y reducir las medidas de la cintura. Su estructura está construida en acero con rieles de 1.5 pulgadas, rodillos de nylon, cojinetes de acero y cubierta de espumas, además es fácil de ensamblar. El movimiento natural de su arco hacia arriba crea una contracción constante de su abdomen desde el momento que sus rodillas se mueven hacia adelante, usted involucra todo el músculo abdominal de principio a fin. Contador de revoluciones. Usuarios de hasta 300 libras.



Buscar en Novocompu.com

Categorías

Contactos

Tiendas

1

0

Deportes y Fitness

Equipos Para Gimnasio

Caminadores

Caminadora 3HP, velocidad 20k, inclinación, pantalla 7 pulg



ONE

Caminadora 3HP, velocidad 20k, inclinación, pantalla 7 pulg

\$955,51

Cantidad

1

AÑADIR A CARRITO

Referencia: G-ONE18-YK-ET1001A

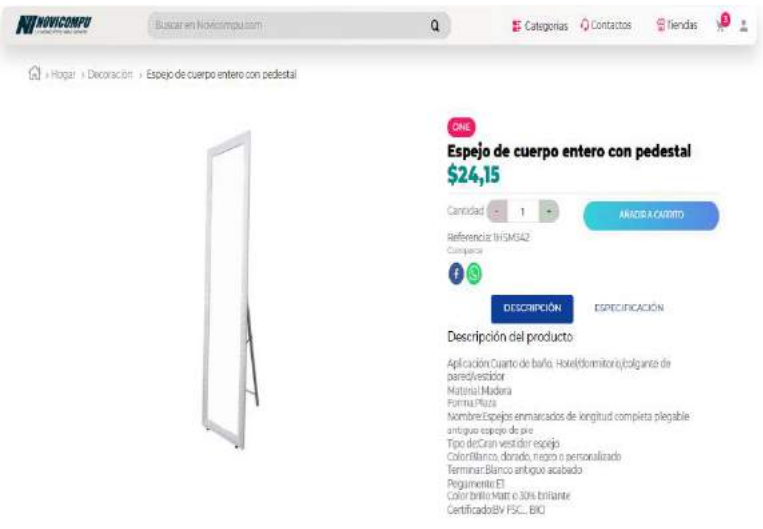
Compartir

DESCRIPCIÓN

ESPECIFICACIÓN

ANEXO NRO. 3 COTIZACIONES

ANEXO NRO. 4 COTIZACIONES



NOVIOMPU

Buscar en noviompu.com

Q

Categorías Contactos Tiendas

Hogar Decoración Espejo de cuerpo entero con pedestal

ONE

Espejo de cuerpo entero con pedestal

\$24,15

Cantidad: 1 [Añadir a carrito](#)

Referencia: W/SMS42

Compartir

DESCRIPCIÓN ESPECIFICACIÓN

Descripción del producto:

Aplicación: Cuarto de baño, Hotel/dormitorio, sala de pared/visor

Materia: Madera

Forma: Placa

Nombre: Espejo enmarcado de longitud completa plegable antiguo espejo de pie

Tipo de: Gran vestidor espejo

Color: Blanco, dorado, negro o personalizado

Terminar: Blanco antiguo acabado

Pegamento: El

Color brillo: Matt o 30% brillante

Certificado: BV FSC, BKO



Nuevo | 4 vendidos

Escritorio Moderno Para Pc, Laptop, Hogar U Oficina

U\$S 250

[Ver los medios de pago](#)

☒ Entrega a acordar con el vendedor

Calderon (Carapungo), Quito

[Ver costos de envío](#)

Color: Negro

Cantidad: 1 unidad (11 disponibles)

[Comprar ahora](#)



Nuevo | 10 vendidos

Casillero - Locker - Armario

U\$S 240

[Ver los medios de pago](#)

☒ Entrega a acordar con el vendedor

Quito, Quito

[Ver costos de envío](#)

Cantidad: 1 unidad (2 disponibles)

[Comprar ahora](#)

Información sobre el vendedor

ANEXO NRO. 5 COTIZACIONES

	Nuevo 1 vendido Desinfectante Galon Amonio Cuaternario U\$S 6 Ver los medios de pago Entrega a acordar con el vendedor Quito, Guayaquil Ver costos de envío Cantidad: 1 unidad (998 disponibles) Comprar ahora
UNIZEL Un mundo de limpieza 	Nuevo Cloro Liquido Ozz 5.5% Galon U\$S 3⁸⁶ Ver los medios de pago Entrega a acordar con el vendedor Ver costos de envío Cantidad: 1 unidad (49 disponibles) Comprar ahora 1 meses de garantía de fábrica.
	Nuevo 37 vendidos Jabon Liquido Antibacterial Dr Clean Galon U\$S 6⁵⁵ Ver los medios de pago Entrega a acordar con el vendedor Quito, Guayaquil Ver costos de envío Cantidad: 1 unidad (47 disponibles) Comprar ahora Información sobre el vendedor