



ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

Escuela de Postgrado en Administración de Empresas

Maestría Regular en Administración de Empresas

Promoción - MAE XXII

TESIS DE GRADO

Previa a la obtención del Título de
Magíster en Administración de Empresas

T e m a :

"MEDICAL GYM" Gimnasio Médico Terapéutico

A u t o r e s :

CPA. Johana P. Chamba Mera
LSI. Manuel R. Galarza Galarza
ING. Vicenta A. Macías Meza

DIRECTORA :

ING. Alexandra Portalanza

Guayaquil - Ecuador

Octubre - 2.007



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS



MAESTRÍA REGULAR EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
PROMOCIÓN - MAE XXII

TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
MAGISTER EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TEMA:

“MEDICAL GYM” - Gimnasio Médico Terapéutico

AUTORES:

CPA. Johana P. Chamba Mera
LSI. Manuel R. Galarza Galarza
ING. Vicenta A. Macías Meza

DIRECTORA:

ING. Alexandra Portalanza

Guayaquil-Ecuador

Octubre - 2.007



MEDICAL GYM

“Un nuevo concepto en gimnasios de Guayaquil”

¡Nos especializamos en tu salud!

DEDICATORIA

A Dios, por todas las bendiciones recibidas que nos han permitido alcanzar nuestras metas.

A nuestras familias, por su comprensión y apoyo incondicional, así como a todos aquellos que nos apoyaron durante este camino de superación.

Con mucho cariño:

*Johana Chamba
Manuel Galarza
Vicenta Macias*

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
XXII PROMOCIÓN

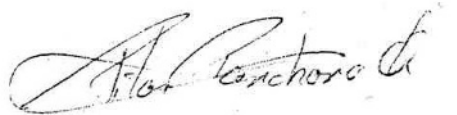
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

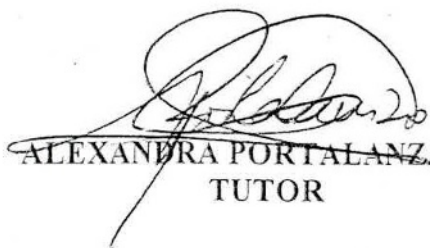
En la ciudad de Guayaquil, a los ocho días del mes de octubre de 2007, en el Auditorio de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **GIMNASIO TERAPÉUTICO: MEDICAL GYM** la Srta. **JOHANA PATRICIA CHAMBA MERA** obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final	Responsable

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: Jacqueline Mejía, Pilar Panchana y Alexandra Portalanza quienes firman a continuación:


JACQUELINE MEJÍA L.


PILAR PANCHANA CH.


ALEXANDRA PORTALANZA CH.
TUTOR

Daniela A.

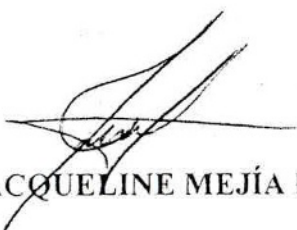
MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
XXII PROMOCIÓN

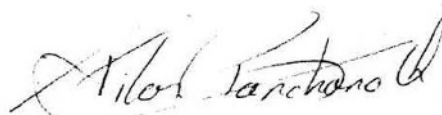
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

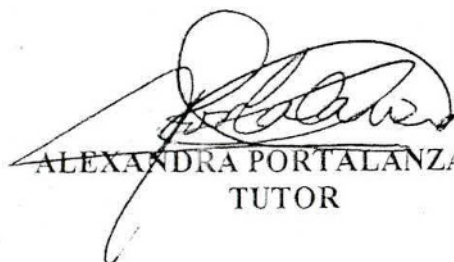
En la ciudad de Guayaquil, a los ocho días del mes de octubre de 2007, en el Auditorio de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **GIMNASIO TERAPÉUTICO: MEDICAL GYM** el Sr. **MANUEL RODDY GALARZA GALARZA** obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final	Responsable

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: Jacqueline Mejía, Pilar Panchana y Alexandra Portalanza quienes firman a continuación:


JACQUELINE MEJÍA L.


PILAR PANCHANA CH.


ALEXANDRA PORTALANZA CH.
TUTOR

Daniela A.

MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
XXII PROMOCIÓN

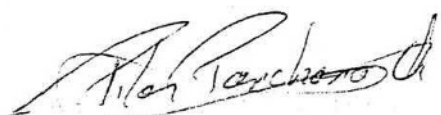
ACTA DE SUSTENTACIÓN DE TESIS DE GRADO

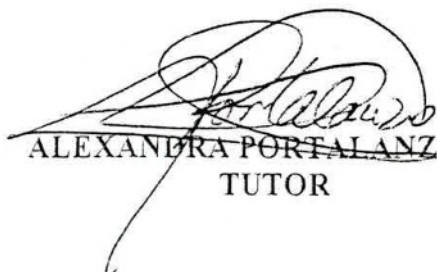
En la ciudad de Guayaquil, a los ocho días del mes de octubre de 2007, en el Auditorio de la **ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, ESPAE**, de la **ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL, ESPOL**, sustentó su tesis de grado: **GIMNASIO TERAPÉUTICO: MEDICAL GYM** la Srta. **VICENTA ALEXANDRA MACÍAS MEZA** obteniendo la siguiente calificación:

Nombres	Nota promedio sustentación	Nota promedio documento escrito	Calificación Final	Responsable

Actuaron como miembros del Tribunal los docentes: Jacqueline Mejía, Pilar Panchana y Alexandra Portalanza quienes firman a continuación:


JACQUELINE MEJÍA L.


PILAR PANCHANA CH.


ALEXANDRA PORTALANZA CH.
TUTOR

Daniela A.



RESUMEN EJECUTIVO

Medical Gym, es un gimnasio médico cuyo principal propósito en el mercado guayaquileño es introducir un nuevo concepto en gimnasios especializados en el cuidado de la salud.

Siendo un negocio de emprendimiento desarrollado por profesionales egresados de la Maestría en Administración de Empresa de la ESPAE, unidad académica perteneciente a la Escuela Superior Politécnica del Litoral, universidad de gran prestigio y reconocimiento dentro del país y de Latinoamérica.

La estrategia de negocio de Medical Gym está concentrada en la aplicación de terapias médicas asistidas y complementadas a través de la supervisión y control de especialistas médicos (cardiólogos, traumatólogos, nutricionistas, reumatólogos, fisioterapeutas). Su objetivo principal es ofrecer sus servicios, recursos y habilidades a un mercado potencial no satisfecho de guayaquileños con problemas de salud, tales como diabetes, artritis, artrosis, osteoporosis, colesterol, hipertensión, enfermedades cardiovasculares y todo tipo de lesiones físicas.

Para su puesta en marcha, Medical Gym requiere de una inversión total de USD. 140,000, de los cuales el 65% está respaldado a través de las aportaciones de sus fundadores y el 35% financiado con la aprobación de un préstamo bancario a largo plazo (3 años). La rentabilidad del proyecto, en un análisis a cinco años, es del 28% anual, su valor presente neto, al 10% es de USD. 110,899.81 y el tiempo de retorno de la inversión es de 5 años.

A continuación en los siguientes capítulos de este plan de negocio encontraran todo el estudio detallado de Medical Gym, su propuesta de valor que complementa a los servicios de un gimnasio tradicional con la asistencia de un especialista médico que enseñe al cliente a convivir mejor con su enfermedad o dolencia física mejorando su calidad de vida.



TABLA DE CONTENIDO

1. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	8
1.1 Análisis del sector y de la compañía.....	8
1.1.1 Presentación de la empresa y su producto.	8
1.1.2 Diagnóstico de la estructura actual y de las perspectivas del sector en el cual se va a entrar	9
1.1.3 Análisis del sector de gimnasios en ecuador, en términos de: productos, mercados, clientes, empresas nuevas, tecnología, administración, desarrollo, etc.	10
1.1.4 Tendencias económicas, sociales o culturales que afectan al sector positiva o negativamente.	11
1.1.5 Barreras especiales de ingreso o salida de negocios en el sector.....	12
1.1.6 Poder de negociación de los proveedores y clientes	12
1.1.7 Rivalidades existentes entre los competidores.....	12
1.2 Análisis del mercado propiamente dicho.	13
1.2.1 Producto/Servicio.....	13
1.2.1.1 Descripción detallada del servicio.....	13
1.2.1.2 Aplicación del producto o servicio.	14
1.2.1.3 Elementos especiales en el servicio.	14
1.2.1.4 Productos Competidores.	15
1.2.1.5 Fortalezas y Debilidades de su producto frente a los productos competidores.	16
1.2.1.6 Productos o servicios posibles como complementos o derivados del actual.	17
1.2.1.7 Soluciones a las debilidades:	17
1.2.1.8 Factores para destacar del producto/servicio.....	18
1.2.2 Análisis del cliente.....	19
1.2.2.1 Tipo de compradores potenciales.	19
1.2.2.2 Características básicas de esos clientes.	19
1.2.2.3 Localización geográfica de los clientes	19
1.2.2.4 Bases de decisión de compra de los clientes	20
1.2.2.5 Opiniones de expertos sobre medical gym.	20
1.2.2.6 Opiniones de clientes potenciales sobre gimnasios.	21
1.2.3 Competencia	21
1.2.4 Tamaño del mercado global.....	23
1.2.4.1 Tendencia del número de usuarios y de los patrones de consumo del servicio.	23
1.2.4.2 Factores que pueden afectar el consumo actual o futuro.	24
1.2.5 Tamaño de mi mercado.....	25



2.	PLAN DE MARKETING	29
2.1	Estrategia de precios.....	29
2.2	Estrategia de ventas.....	31
2.3	Estrategia promocional.....	36
2.4	Estrategia de distribución.....	37
2.5	Políticas de servicios.....	39
2.6	Tácticas de ventas.....	40
3.	ANÁLISIS TÉCNICO	42
3.1	Análisis del producto.....	42
3.1.1	Especificaciones del producto.....	42
3.1.2	Diagrama de flujo básico.....	43
3.1.3	Condiciones de operación.....	45
3.1.4	Maquinaria y equipos requeridos.....	45
3.1.5	Condiciones de calidad.....	46
3.2	Facilidades.....	46
3.3	Equipos y maquinarias.....	47
3.4	Distribución de la planta.....	48
4.	ANÁLISIS ADMINISTRATIVO	51
4.1	Grupo empresarial.....	51
4.2	Personal ejecutivo.....	52
4.3	Organización.....	54
4.4	Empleados.....	55
4.5	Organizaciones de apoyo.....	56
5.	ANÁLISIS LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL	58
5.1	Aspectos legales.....	58
5.1.1	Aspectos de legislación urbana.....	60
5.2	Análisis Ambiental.....	64
5.2.1	Riesgos para los trabajadores.....	64
5.2.2	Mecanismos de higiene y seguridad industrial.....	64
5.3	Análisis Social.....	65
6.	ANÁLISIS ECONÓMICO	67
6.1	Inversión en Activos Fijos.....	67
6.2	Inversión en Capital de Trabajo.....	67
6.3	Presupuesto de Ingresos.....	68
6.4	Presupuesto de materias primas, servicios e insumos.....	68
6.5	Presupuesto de Personal.....	68
6.6	Presupuesto de Otros Gastos.....	69
6.7	Deducciones Tributarias.....	69



7.	ANÁLISIS FINANCIERO	71
7.1	Flujo de Caja	71
7.2	Estado de Resultados	71
7.3	Balance General	71
8.	ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES	73
8.1	Riesgos de mercado.	73
8.2	Riesgos Técnicos.	73
8.3	Riesgos Económicos.	73
8.4	Riesgos Financieros.	74
9.	EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO	76
9.1	Análisis de la Estructura Financiera.	76
9.2	Análisis de Sensibilidad.	77
10.	ANEXOS.	79
10.1	Modelo de Encuesta.	79
10.2	Estudio de Mercado	84
10.3	Punto de Equilibrio.	92
10.4	Cálculo de la capacidad instalada.	93
10.5	Consumos unitarios por familia de productos.	93
10.6	Inversión de Activos Fijos.	94
10.7	Gastos de Depreciación.	95
10.8	Amortización del Préstamo.	97
10.9	Deducciones Diferidas.	98
10.10	Presupuesto de Gasto de Personal.	99
10.11	Inversión en Capital de Trabajo.	100
10.12	Presupuesto de Ingresos.	101
10.13	Presupuesto de Ingresos por servicios complementarios.	102
10.14	Presupuesto de Gastos administrativos.	103
10.15	Presupuesto de Gastos operativos.	103
10.16	Presupuesto de Gastos de financiamiento.	104
10.17	Presupuesto de Gastos de publicidad.	104
10.18	Otros activos.	105
10.19	Flujo de Caja.	106
10.20	Estado de Resultados.	107
10.21	Balance General.	108
10.22	Indices Financieros.	109
10.23	TIR y VAN.	110
10.24	Cálculo de reinversión de utilidades.	111
10.25	Presupuesto de Ingreso obtenido en análisis de sensibilidad pesimista.	116
10.26	Flujo de Caja obtenido en análisis de sensibilidad pesimista.	117
10.27	Estado de Resultados obtenido en análisis de sensibilidad pesimista.	118
10.28	Balance General obtenido en análisis de sensibilidad pesimista.	119
10.29	Portal web.	120

Análisis de Mercado

1. ANÁLISIS DEL MERCADO.

1.1 ANÁLISIS DEL SECTOR Y DE LA COMPAÑÍA.

1.1.1 Presentación de la empresa y su producto.

En este plan de negocio, se plantea la creación de un gimnasio médico cuyo principal objetivo será la atención a personas con problemas de salud, tales como diabetes, artritis, artrosis, osteoporosis, colesterol, hipertensión, enfermedades cardiovasculares y todo tipo de lesiones físicas.



MEDICAL GYM

“Un nuevo concepto en gimnasios de Guayaquil”

¡Nos especializamos en tu salud!

Para lo cual, Medical Gym ofrecerá programas terapéuticos integrales, preventivos y personalizados de ejercicios asistidos; con personal especializado en cada una de estas enfermedades tales como: nutricionistas, fisioterapeutas, traumatólogos, cardiólogos, etc.

Todos estos programas incluyen el uso de equipos y de máquinas de ejercicios especializados bajo la vigilancia de profesionales médicos que realizarán el control y seguimiento de los resultados obtenidos por la terapia.

Nuestra Misión:

“Mejorar la imagen y calidad de vida de nuestros clientes a través de programas terapéuticos, infraestructura adecuada y personal especializado. Poniendo énfasis en la importancia de la prevención y el buen cuidado de la salud”.

Nuestra Visión:

“Ser pioneros en el Ecuador en la implementación de nuevos conceptos en gimnasios cuyo objetivo principal sea: Fomentar en los ecuatorianos la prevención; a través de un servicio de calidad, excelencia e integridad”.

1.1.2 Diagnóstico de la estructura actual y de las perspectivas del sector en el cual se va a entrar.



Actualmente en algunos países ya existen estos tipos de gimnasios que funcionan como complementos a los centros de rehabilitación, ofreciendo servicios de terapia de ejercicios post-rehabilitación, gimnasia asistida para personas con problemas físicos, procesos degenerativos y tercera edad, de los cuales tenemos: en España, el gimnasio VITATOP y en Argentina, el instituto CAREN.¹

El sector comercial enfocado al cuidado personal, físico y salud actualmente es muy competitivo, existiendo muchos gimnasios y centros de estética o SPA. Sin embargo el segmento al cual están dirigidos todos ellos es diferente al propuesto en nuestro proyecto, ya que todos estos establecimientos se especializan en personas saludables que desean mejorar su aspecto físico y calidad de vida.

¹ Instituto CAREN, su portal web es <http://www.neurorehabilitacion.com/caren.htm>, y el gimnasio VITATOP, su portal web es <http://www.vitapopmeliana.com>.

1.1.3 Análisis del Sector de gimnasios en Ecuador, en términos de: productos, mercados, clientes, empresas nuevas, tecnología, administración, desarrollo, etc.

Muchas franquicias internacionales en gimnasios se encuentran en nuestro país como el caso de Bodytek Fitness con una capacidad para atender a 2,500 personas; Phisique Weliness Club en Quito y Gold's Gym en Guayaquil. Los clientes más frecuentes de estos gimnasios son mujeres de entre 35 y 42 años. El costo mensual por asistir a un gimnasio tradicional varía entre USD. 45.00 y USD. 70.00. Las mejores temporadas son los meses de Enero, Febrero y Marzo debido a la temporada playera. ²

Por otra parte hay que considerar que la falta de tiempo de las personas y la programación inadecuada de los horarios de atención de ciertos gimnasios, han provocado una gran oferta de máquinas para hacer ejercicios. Las preferidas son las bicicletas estáticas, las cuales cuestan entre USD. 207.89 y USD. 376.94, y todas miden las calorías estimadas que se pierden y los kilómetros recorridos. Luego se encuentran los productos para ejercitar el abdomen (USD. 14.60), brazos y piernas (USD. 344.64). ³

Sin embargo, en Guayaquil no existen establecimientos disponibles para las personas que padecen de problemas de salud o dolencias físicas y que desean realizar rutinas de ejercicios asistidos y específicos. Únicamente existen clínicas de rehabilitación enfocadas en tratamiento post-operatorio y gimnasios tradicionales que no están capacitados para dar un adecuado asesoramiento a las personas con dolencias físicas.

La ausencia de centros especializados en gimnasia asistida en Guayaquil, abre un importante nicho de mercado en el cual vamos a desarrollar nuestro proyecto, Medical Gym un gimnasio terapéutico que se adaptará a las necesidades de los guayaquileños.

² Información obtenida del Diario El Universo, Guía de Gimnasios publicado la sección La Revista del día Domingo 13 de Agosto del 2.006. <http://www.eluniverso.com/2006/08/13/0217/217/portada.aspx>.

³ Estos precios fueron tomados del portal web de Créditos Económicos <http://www.creditoseconomicos.com>

1.1.4 Tendencias económicas, sociales o culturales que afectan al sector positiva o negativamente.

Entorno Internacional.⁴

En la actualidad, patrones como el estilo de vida, valores sociales y creencias están cambiando mucho más rápido que antes, la participación en actividades de acondicionamiento físico desde ejercicios aeróbicos hasta el yoga están creciendo, de esa tendencia se han beneficiado los gimnasios y centros de estética.

Adicionalmente, en los últimos años han surgido otra variedad de establecimientos, los cuales incorporan médicos, entrenadores, nuevas técnicas de ejercicios y equipos especializados, a fin de ofrecer a los clientes otros tipos de servicios y cubrir las nuevas necesidades de la población con problemas de salud. La industria de la salud, estética y belleza mueve millones de dólares al año. Por ejemplo en los Estados Unidos se gastan 1,3 billones de dólares anuales en salud, 20 mil millones en la belleza, entre otras.

Entorno Nacional.⁵

En el país no existen establecimientos que fomenten en los ecuatorianos una cultura sólida del cuidado integral y preventivo de la salud. Los ecuatorianos acuden a un gimnasio solo para mejorar su apariencia física o moda, no por salud. En Guayaquil especialmente existen clínicas de rehabilitación enfocadas en el tratamiento post-operatorio, no gimnasios como centros de ayuda médica.

Según estudios realizados en nuestra sociedad la edad en que los habitantes empiezan a preocuparse por su apariencia física, corporal y muscular es a partir de la edad promedio de 15 hasta 60 años. Hoy en día la ciencia y la tecnología se han unido para realizar maravillas en el cuerpo a través de las cirugías estéticas como lipoescultura, aumento de bustos, estiramiento facial, entre otros.

⁴ La nueva industria del gimnasio, artículo publicado en el portal web: www.prensa.ifema.es y Jugosas Tendencias del portal web <http://www.soyentrepreneur.com/home/index.php?p=nota&idNota=3880>.

La población tiene que tomar conciencia que realizarse una cirugía sin estar acompañada de una adecuada rutina de ejercicios y vida saludable puede perjudicar la salud y agravar más la condición previa.

1.1.5 Barreras especiales de ingreso o salida de negocios en el sector

Nuestro proyecto está orientado al cuidado de la salud física supervisada por profesionales médicos. Existe competencia de dos sectores, los gimnasios y los centros de rehabilitación. Además, este tipo de negocios requiere de personal calificado y con alta experiencia en programas terapéuticos lo que representa una barrera de entrada. Como barreras de ingreso para los nuevos entrantes en este tipo de mercado requerirán lo siguiente:

- Alta inversión de capital.
- Recurso humano altamente capacitado.
- Altos costos de publicidad para posicionar la marca.

1.1.6 Poder de Negociación de los proveedores y Clientes

El poder de negociación de los proveedores locales es fuerte, tomando en consideración que existen pocas empresas que nos pueden suministrar y dar respaldo técnico de equipos especializados. En cuanto a los clientes, estos tienen otras opciones como son los gimnasios y centros de rehabilitación que se consideran como productos sustitutos.

1.1.7 Rivalidades existentes entre los competidores.

La rivalidad existente entre los competidores potenciales es alta, especialmente en el sector de gimnasios tradicionales que presentan un alto crecimiento y cada vez más implementan nuevos servicios con el fin de captar nuevos clientes. Sin embargo, Medical Gym se dirige

⁵ Los gimnasios hacen su agosto, artículo publicado en el portal web:
http://www.hoy.com.ec/NotiDinero.asp?row_id=242855 y
http://www.hoy.com.ec/NotiDinero.asp?row_id=196203

a un nicho específico que no ha sido atendido aún y que se sale del segmento de mercado al cual están dirigidos.

1.2 ANÁLISIS DEL MERCADO PROPIAMENTE DICHO.

1.2.1 PRODUCTO/SERVICIO

1.2.1.1 Descripción detallada del servicio.

Medical Gym, contará con programas que giran alrededor de la movilidad, la fuerza y el equilibrio, que se encontrarán asistidos por personas especializadas en Terapia Física y complementados con un excelente programa de nutrición.

Los objetivos de Medical Gym son ofrecer a sus clientes: Salud, Prevención y Nutrición, principales componentes que necesitan estar juntos para lograr la eficacia en nuestras rutinas y sesiones de ejercicios.

Medical Gym, siendo un gimnasio terapéutico estará dividido en tres áreas: la primera será un área cerrada destinada para las máquinas e implementos especiales destinados para los programas que ofrecemos a nuestro segmento de mercado, la segunda área la constituye una zona al aire libre, donde existirá áreas verdes y la piscina que permitirán ofrecer una mayor relajación y contacto con la naturaleza para los clientes que reciban estas sesiones, y la tercera será una área de consultorios y servicios adicionales como cafetería, tienda de productos naturales y sala de conferencias.

Entre los servicios que ofrece Medical Gym para sus clientes potenciales tenemos:

- Programas de ejercicios asistidos y bajo control médico por personal especializado.
- Planes Nutricionales personalizados.
- Medicina Natural.
- Control del Peso
- Terapias antiestrés.
- Masajes Terapéuticos.

- Ejercicios acuáticos.
- Yoga.

1.2.1.2 Aplicación del producto o servicio.

Los programas de ejercicios terapéuticos son considerados en la actualidad como la mejor forma para cuidar la salud y restablecer el movimiento y la funcionalidad normal del cuerpo humano. El objetivo de estas técnicas es fortalecer grupos de músculos; así como mejorar la capacidad muscular para producir tensión y fuerza.

En Medical Gym, las terapias son coordinadas por un personal especializado en programas terapéuticos que tiene en cuenta las necesidades particulares de cada paciente. Serán profesionales de la salud que educarán y entrenarán a nuestros clientes en técnicas de ejercicios apropiadas y seguras para guiarlos efectivamente hacia su recuperación o garantizar una salud óptima.

Como Funcionamos:

- El cliente, una vez que contrata el servicio, es evaluado íntegramente para conocer, planificar y diseñar un programa integral para su dolencia.
- Se diseñará un programa de ejercicios personalizados lo más eficaz, constante e intensivo posible, de acuerdo a la membresía contratada: cardiovascular, óseo, estructural o básico.
- Dependiendo de la edad del cliente y del programa escogido, se lo asignará a un grupo con similares características, lo que permitirá una mejor organización de nuestras instalaciones y de los horarios.

1.2.1.3 Elementos especiales en el Servicio.

Para el correcto funcionamiento de nuestros programas, Medical Gym integrará los siguientes elementos:

- Doctores especializados en Terapias Físicas.
- Servicio personalizado para el cliente.
- Programa de nutrición personalizada.

Para que nuestros clientes ejerciten diferentes movimientos y partes del cuerpo, Medical Gym cuenta con los equipos y aparatos más modernos de ejercicios terapéuticos como son:

- Caminadoras
- Bicicletas estacionarias
- Balones terapéuticos
- Colchonetas de tratamiento
- Barras paralelas
- Pesas
- Bandas elásticas para resistencia

1.2.1.4 Productos competidores.⁶

En Guayaquil existen aproximadamente 604 gimnasios y 720 centros estéticos distribuidos en todos los sectores de esta ciudad, entre los principales establecimientos tenemos: Gold's Gym, Curves, Miriam's Gym, Nautilus, Corpus, Hiper Gym, Taurus, Esperanza Ferra Soto, IO SPA, Dharma SPA, etc. Como se observa existe una dura competencia en este mercado que día a día está en crecimiento y cada vez usan e implementan nuevos servicios para sus clientes. Dentro de este grupo se destacan los siguientes:



⁶ Información tomada de la tesis “Estudio de Gimnasios” de la Facultad de Economía (ICHE).

Gold's Gym:

Es una de las cadenas de gimnasios más grande en el mundo, su misión es “Mejorar la calidad de vida de las personas”, llevando “Resultados para todo el mundo”. Este establecimiento tiene una amplia gama de productos complementarios como spinning, pilates y facilitan a sus clientes una guardería. Esta cadena internacional posee 653 gimnasios alrededor del mundo y en Guayaquil se encuentran ubicado en el World Trade Center. Posee una cafetería llamada Gold's Light, que ofrece una gran variedad de comida light.⁷

Curves:

Es otro establecimiento con franquicia internacional y que se especializa en terapias y ejercicios solo para mujeres.⁸

1.2.1.5 Fortalezas y Debilidades de su producto frente a los productos competidores.

Fortalezas

- Ofrecemos servicios especializados, se contará con profesionales del área de fisioterapia, especialistas médicos y nutricionistas, altamente capacitados, a diferencia de los gimnasios tradicionales que únicamente cuentan con instructores de aeróbicos.
- Contamos con equipos especializados para el control médico y programa de ejercicios.
- Ofrecemos sesiones integrales para cualquier tipo de dolencia física o tratamiento preventivo.

⁷ Información tomada del portal web del gimnasio Gold's Gym, www.goldsgym.com

Debilidades

- La falta de posicionamiento en el mercado a incursionar por Medical Gym, lo que ocasionará fuertes gastos en publicidad.
- Red de contactos insipiente.

1.2.1.6 Productos o servicios posibles como complementos o derivados del actual.

Existen algunos servicios complementarios que pueden funcionar adecuadamente en este proyecto de negocio como elemento de expansión entre los cuales tenemos:

- Asistencia dirigida de sesiones terapéuticas para niños y jóvenes discapacitados.
- Programas de estimulación temprana.
- Sesiones de ejercicios para mujeres embarazadas.

1.2.1.7 Soluciones a las Debilidades:

Para solucionar las debilidades expuestas se procedería a:

- Establecer dentro del plan de marketing del proyecto, tácticas que logren impulsar en la colectividad y en nuestros potenciales clientes, la idea de la prevención y de los beneficios que obtienen al acudir a las instalaciones de Medical Gym y disponer de la asistencia profesional para realizar sus sesiones de ejercicios. Estas estrategias incluirían sesiones de ejercicios gratis, descuento para el uso de nuestras instalaciones, etc.
- Buscar alianzas estratégicas con doctores, traumatólogos, cardiólogos, reumatólogos, clínicas, seguros médicos, con el fin de que sean promotores de nuestros servicios para sus clientes.

⁸ Información tomada del portal web del gimnasio Curves, <http://spanish.curves.com>.

1.2.1.8 Factores para destacar del producto/servicio.

- Diferenciación en nuestros servicios complementarios y que no son proporcionados por otros establecimientos.
- Medical Gym reconoce que su principal fortaleza es su recurso humano por lo cual debemos poner énfasis a ellos ofreciéndoles programas de capacitación con el fin de “vender satisfacciones” a las necesidades de los clientes y no ser simplemente un gimnasio con máquinas de ejercicios.

1.2.2 ANÁLISIS DEL CLIENTE.

1.2.2.1 Tipo de compradores potenciales.

- Personas que vivan en zonas residenciales ubicadas en el norte de la ciudad de Guayaquil.
- Sean hombres y mujeres
- Cuyo estatus económico sea medio, medio-alto y alto.
- Cuya edad oscile entre los 15 a 64 años de edad.
- En cuyo estilo de vida sea un factor primordial: La salud y el cuidado físico.
- Personas con problemas de salud, tales como, diabetes, hipertensión, artritis, artrosis, colesterol, osteoporosis, enfermedades cardiovasculares, lesiones musculares.

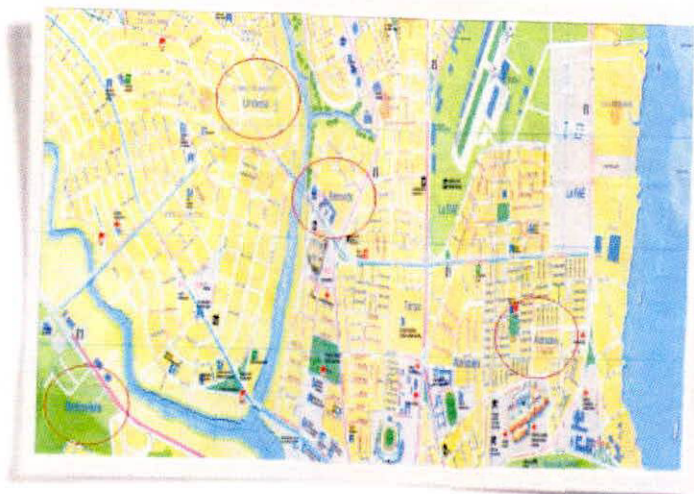
1.2.2.2 Características básicas de esos clientes.

Entre las características básicas de los clientes potenciales tenemos:

- Personas afectadas por alguna lesión aguda o que posea una enfermedad crónica como diabetes, hipertensión, artritis, osteoporosis, enfermedades cardiovasculares y toda clase de lesiones musculares.
- Personas que buscan alternativas diferentes para su recuperación o prevención.
- Personas que valoran la calidad y atención ofrecidas, además del precio.
- Personas que poseen la necesidad de bajar de peso por cuestiones de salud y deben ejercitarse para moldear el cuerpo.

1.2.2.3 Localización Geográfica de los clientes

Nuestros potenciales clientes se encuentra ubicados en la ciudad de Guayaquil, en la zona norte, en especial en las siguientes ciudadelas: Bellavista, Urdesa, Ceibos, Kennedy, Alborada, Atarazana, Garzota.



1.2.2.4 Bases de Decisión de Compra de los Clientes

- El ambiente es clave para un gimnasio para poder atraer clientes y que estos puedan decidirse por inscribirse.
- La disponibilidad y variedad de servicios.
- La flexibilidad de los horarios para asistir al gimnasio.
- La disposición de planes especiales, descuentos o membresías.
- Diversas formas de pago: efectivo, cheque, tarjeta de crédito, etc.

1.2.2.5 Opiniones de expertos sobre Medical Gym.

“Un gimnasio médico requiere de un personal altamente especializado, sugiero que los profesionales tengan un reconocimiento dentro de su rama de la medicina, por cuanto eso genera confianza en sus clientes y además un posicionamiento como un gimnasio de alto nivel, especializado y de estatus. Este tipo de negocio dentro de los próximos diez años tendrá una tendencia de crecimiento porque los clientes cada vez más buscan lugares especializados para sus enfermedades y dolencias.”

Dr. Víctor Naula, Traumatólogo, Clínica Millenium.

“El nicho de mercado de las personas con problemas cardiovasculares, hipertensos y diabéticos está en aumento. Estas personas requieren de hacer ejercicios físicos, más no cuentan con un lugar especializado donde puedan realizar sus ejercicios y con una asistencia especializada. Considero que es importante que en el gimnasio médico, los profesionales sean de alto nivel y especializados en una rama”.

Dr. Norman Campoverde, Medicina General, IESS Dispensario Norte.

“Considero que la idea es exitosa, porque muchas veces en un centro de rehabilitación existe un alto número de pacientes que una vez recuperados desean continuar con su rutinas de ejercicios asistidos. En todo caso el área de ejercicios de este nuevo gimnasio debe ser amplia con mucha ventilación, de preferencia con aire acondicionado. El piso no debe ser resbaladizo, ni tampoco recomienda piso flotante.”

Dr. Jorge Zambrano, Fisiatra, Clínica de Rehabilitación y Fisiatría Urdesa.

1.2.2.6 Opiniones de clientes potenciales sobre gimnasios.

“Algunos gimnasios tienen un staff poco amigable, ofrecen ambientes incómodos y costosos. Dentro de sus instalaciones existen demasiada gente como para entrenar cómodamente”

Lsi. Roxana Granda – roxy_grand@yahoo.com

“Muchos programas de control de peso en los gimnasios incluyendo los supervisados por médicos ofrecen la nutrición pero no lo guían ni le dan un plan de ejercicios adecuado para que los resultados sean permanentes, más rápidos y saludables y tan pronto termina está dieta, uno termina ganando más peso del que perdió”

Anl. Ginger Preciado – ginger.preciado@sasf.net

1.2.3 COMPETENCIA

Los precios de los gimnasios tradicionales varían dependiendo del status, localización, temporada, y los servicios adicionales que ofrecen para estos establecimientos, estos van

desde los USD. 33 hasta los USD. 75 por el uso de las máquinas y la asistencia a las distintas clases. De acuerdo a una encuesta realizada en los Estados Unidos ⁹, las personas que no asisten a los gimnasios no lo hacen debido a:

- Estos están llenos de gente (46%),
- No saben que tiene que hacer (21%),
- Siente que ellos son los únicos que no están en forma (19%).

Si interpretamos estas respuestas vemos que la falta de atención personalizada y el exceso de personas en un mismo espacio físico son la principal barrera para captar estos clientes. De acuerdo a las respuestas dadas por los encuestados el 87% los usuarios prefieren mayoritariamente el ejercicio asistido con entrenador. Una forma de lograr la fidelidad de los clientes es ofreciendo un servicio personalizado y un ambiente ameno, familiar y limpio.

Un gimnasio tradicional para clase media a alta tiene un promedio de 200 clientes, quienes pagan desde USD. 20 o más por inscripción y una mensualidad que oscila entre USD. 35 en adelante, para hacer uso de la sala de máquinas, sala de aeróbicos, vestidores, casilleros, duchas y recibir el asesoramiento de instructores sobre los ejercicios a desarrollar.

El esquema de venta que manejan los gimnasios en la ciudad es venta directa y personal con contratos de suscripción mensual, trimestral o anual, además planes especiales por grupos.

Un gimnasio requiere una inversión alta para adquirir todo lo necesario para montar este negocio, en donde se podría decir que la rentabilidad está asegurada y que el capital se recuperará a corto plazo debido a la demanda de clientes que buscan reducir peso, por vanidad o por salir del estrés.

Gold's Gym es la marca líder en el mercado guayaquileño debido a la innovación y los servicios adicionales que ofrece, además del posicionamiento como gimnasio exclusivo para personas de clase alta.

⁹ Club Services, su portal web <http://www.clubservices.com.mx>

Hay muchos motivos por los cuáles las personas se inscriben en un gimnasio tradicional, puede ser que su apariencia física no les agrade y por razones meramente estéticas ya que quieren verse mejor. Pero otras personas en cambio buscan un beneficio adicional que es mejorar su salud, sentirse bien y con más energía.

Nuestras estrategias de mercadeo está basada en la diferenciación a través de servicios complementarios, que no son ofrecidos por la competencia (programas de nutrición, especialistas médicos y programas de ejercicios personalizados) y en aquellos que sí lo son, trataremos de incrementar la calidad del servicio a fin de establecer una superioridad perceptible y valorable para los clientes.

En el estudio de mercado realizado se detectó que existe una gran cantidad de personas con problemas de salud y lesiones físicas que requieren realizar gimnasia asistida en un sitio que brinde todas las comodidades.

1.2.4 TAMAÑO DEL MERCADO GLOBAL

1.2.4.1 Tendencia del número de usuarios y de los patrones de consumo del servicio.

De acuerdo a los datos investigados en el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos del Ecuador, el tamaño de la población guayaquileña entre los 15 a 64 años de edad es de 1,274,962 personas, compuestos de la siguiente forma:

Tamaño de la Población: Esta tabla nos proporciona información de las personas entre 15 años y 64 años que viven en el sector urbano de la ciudad de Guayaquil.

Fuente: Censo 2001 INEC

Grupo de Edad	Total	Hombre	Mujer
De 15 a 19 años	190,338	92,427	97,911
De 20 a 24 años	207,871	100,874	106,997
De 25 a 29 años	170,284	82,322	87,962
De 30 a 34 años	158,010	77,538	80,472
De 35 a 39 años	143,225	68,304	74,921
De 40 a 44 años	126,919	62,109	64,810
De 45 a 49 años	99,642	48,572	51,070
De 50 a 54 años	79,375	38,671	40,704
De 55 a 59 años	54,997	26,332	28,665
De 60 a 64 años	44,301	20,700	23,601
TOTAL	1,274,962	617,849	657,113

Tabla 1.1



Adicionalmente, de datos obtenidos en diferentes periódicos y páginas Web, de artículos especializados sobre salud en el Ecuador, hemos encontrado las tasas de incidencia a nivel de País y hemos ponderado al número de personas en guayaquil afectadas con las enfermedades en las cuales Medical Gym se especializará. Así, tenemos: ¹⁰

Tasa de Enfermedades:

Fuente: Fundación Ecuatoriana de Diabetes

Porcentaje de Personas que sufren de Diabetes

Grupo de Edad	Tasa	Relacionado con el tamaño de población total [Tabla 1.1]
Menor a 45 años	0.07	69,765
Entre 45 y 60 años	0.20	46,803
Mayor a 60 años	0.40	17,720
TOTAL:		134,288

Tabla 1.2

Fuente: Organización Panamericana de la Salud - 2004

Porcentaje de Personas que sufren de problemas Cardiovasculares

Grupo de Edad	Tasa	Relacionado con el tamaño de población total [Tabla 1.1]
Entre 18 años a 60 años	0.20	246,132
Mayor de 60 años	0.50	22,151
TOTAL:		268,283

Tabla 1.3

Fuente: Diario "La Razon" - Ecuador -2007

Porcentaje de Personas que sufren de Artritis

Grupo de Edad	Tasa	Relacionado con el tamaño de población total [Tabla 1.1]
Población	0.02	25,499

Tabla 1.4

Fuente: Diario Hoy - 2007

Porcentaje de Mujeres que sufren Osteoporosis

Grupo de Edad	Tasa	Relacionado con el tamaño de población total [Tabla 1.1]
Entre 30 y 40 años	0.15	33,030
Mayor 45 años	0.35	50,414
TOTAL:		83,444

Tabla 1.5

1.2.4.2 Factores que pueden afectar el consumo actual o futuro.

- El riesgo de nuevos competidores potenciales.
- Los gimnasios tradicionales.
- Surgimiento de nuevas enfermedades tropicales debido a los cambios climáticos

¹⁰ La información de estos índices de ponderación para el tamaño de la población fue tomada del Internet en los portales web correspondientes de cada Institución.

pueden aumentar nuestro tamaño de mercado.

1.2.5 TAMAÑO DE MI MERCADO

Considerando que en el cálculo anterior, la cantidad de guayaquileños con enfermedades comprendidas en nuestro segmento, cabe indicar que por problemas cardiovasculares posee una cifra importante dentro de esta investigación, pero tomando en cuenta que existen personas que padecen de una o más de estas enfermedades al mismo tiempo y para efectos de no sobrestimar nuestro mercado potencial tomaremos el valor más alto obtenido (personas con problemas cardiovasculares) como el tamaño de la población guayaquileña con enfermedades tratadas en nuestro gimnasio, esto es, 268.283 guayaquileños.

Adicionalmente, para obtener el tamaño del mercado potencial necesitamos ponderar esta cantidad por el porcentaje de guayaquileños que se encuentran en las clases económicas media, media-alta y alta, de lo cual hemos obtenido lo siguiente:

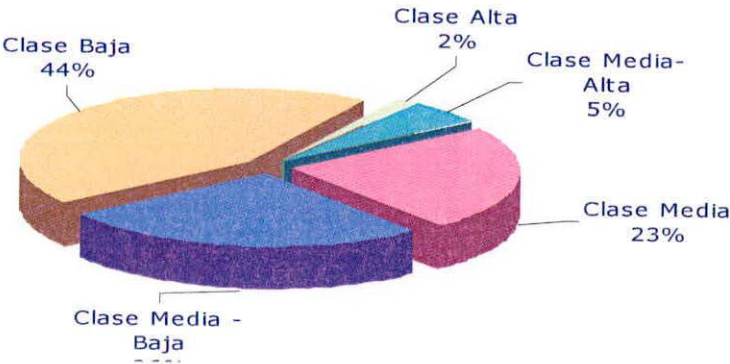
Capacidad Económica de la Población de Guayaquil

Clase	%	Población Proyectada Año 2005
Clase Alta	1.56%	36,430
Clase Media-Alta	5.32%	118,313
Clase Media	23.40%	514,755
Clase Media - Baja	26.44%	593,845
Clase Baja	43.28%	962,814
Total		2,226,157

Tabla 1.6

Fuente: "Estudio sobre la pobreza en Guayaquil" realizado por M.I. Municipalidad y el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo.

Clases Económicas en Guayaquil



Estimación del Tamaño del Mercado

Población Guayaquileña con:	Diabetes	134,288
	Problemas Cardiovasculares	268,283
	Artritis	25,499
	Osteoporosis	83,444
Población guayaquileña con enfermedades tratadas en Medical Gym		268,283
Segmento de Mercado del Gimnasio	Clase alta, media-alta y media	30.28%
Total tamaño del mercado		81,236

Tabla 1.7

De los cálculos realizados obtenemos que nuestro mercado potencial estimado es: 81.236 guayaquileños.

Tamaño de la Muestra.

Como datos relevantes a esta investigación de mercado para el cálculo del tamaño de la muestra se realizó una encuesta piloto a 31 encuestados de los cuales obtuvimos los siguientes resultados:

Resultados de Encuesta Piloto

Tamaño de la muestra piloto:31 encuestados

Hombres:12 encuestados

Mujeres:19 encuestados

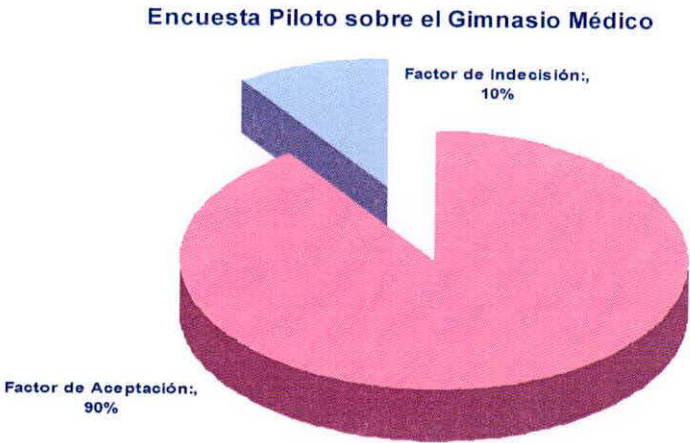
Pregunta Decisoria:Ud. estaría dispuesto asistir a un gimnasio médico terapéutico que le ayude con el mejoramiento de su salud?

Sexo	ASISTIRIA A MEDICAL GYM	
	No	Si
FEMENINO	2	17
MASCULINO	1	11
TOTAL	3	28

Tabla 1.8

Factor de Aceptación:90%

Factor de Indecisión:10%



Para poder obtener un mejor análisis de esta idea de negocio, se realizó como muestra representativa de la población al menos unas 93 encuestas para realmente estimar si el proyecto es factible o no. Por lo cual nosotros sectorizamos el mercado a encuestar por clientes que encontramos en lugares específicos como: clínicas, gimnasios y áreas deportivas al aire libre.

Tamaño real de la muestra por proporciones

Muestreo No Probabilístico			
Tamaño de la Población:	[N]	81.236	
Factor de Éxito:	[p]	0,90	Tiene relación con los respuestas afirmativas a la pregunta decisoria
Factor de Fracaso:	[q]	0,10	Tiene relación con los respuestas negativas a la pregunta decisoria
Error Máximo de muestreo:	[e]	0,06	Se tolerará hasta un 6%
Nivel de confianza (95%):	[σ]	1,96	95% de la media poblacional , 0.95/2 = 0.4750
		[No = k²pq/e²]	93
Tamaño de la muestra:	[n = No/(1+No/N)]		93

Nuestras encuestas se realizaron a las personas que se encontraban en la Clínica de Rehabilitación y Fisiatría “FisioCenter” ubicada en Urdesa, en el parque de la Kennedy y en el gimnasio Nautilus. La estrategia de la técnica de muestreo que se utilizó fue la técnica de muestreo no probabilística por cuotas ¹¹ que consiste en un número de individuos que reúnen unas determinadas condiciones, por ejemplo: 93 individuos de 15 a 60 años y residentes en Guayaquil. Una vez determinada la cuota se eligen los primeros que se encuentren que cumplan esas características.

¹¹ Libro de Marketing, Philip Kotler and Armstrong 10ª Edición y Estadística para Administradores - <http://www.monografias.com/trabajos5/estadm/estadm.shtml>

Plan de Marketing

2. PLAN DE MARKETING.

2.1 ESTRATEGIA DE PRECIOS

El precio de cada paquete depende de los elementos y actividades que incluye (consulta especialista, nutricionista, control de la presión arterial, etc.), la duración y el número de clientes que conformen el grupo. La tabla referencial de precios sería de la siguiente forma:

MEMBRESÍA # 1				
CARDIO GOLD				
Servicios Incluidos				
Para personas con problemas de hipertensión, colesterol, diabetes y afines.	Chequeo Previo			
	Historia Clínica			
	Consulta mensual con Especialista			
	Consulta quincenal del Nutricionista			
	Ejercicios Cardiovasculares asistidos (5 sesiones por semana de 2 horas: horarios a escoger)			
Control de presión arterial				
TOTAL A PAGAR		Mensual	Trimestral	Anual
		80.00	220.00	847.00

Tabla 1.9

MEMBRESÍA # 2				
OSTEO GOLD				
Servicios Incluidos				
Las personas con problemas de osteoporosis, reumatismos y afines.	Chequeo Previo			
	Historia Clínica			
	Consulta mensual con Especialista (Reumatólogo)			
	Consulta quincenal del Nutricionista			
	Ejercicios asistidos para disminuir el dolor y fortalecer músculos y articulaciones (5 sesiones por semana de 2 horas: horarios a escoger)			
Control de presión arterial				
TOTAL A PAGAR		Mensual	Trimestral	Anual
		80.00	220.00	847.00

Tabla 1.10.

Tabla 1.11.**Tabla 1.12.****Tabla 1.13.**

El precio final se asignará dependiendo de la solicitud de actividades del cliente y la forma de pago (semanal, quincenal, mensual, trimestral, anual). Se ofrecerán descuentos especiales para grupos de instituciones y empresas, clientes frecuentes y para quienes presenten nuevos clientes interesados en los servicios de Medical Gym. Debido a que esta empresa inicialmente requiere de costos fijos muy significativos, a partir del segundo año trabajará con un margen de utilidad unitario mínimo del 15%.

Según nuestra proyección de ventas, nuestro punto de equilibrio promedio se ha determinado en 299 clientes al mes, lo que permite obtener ingresos que superan los costos totales. El costo mensual por asistir a un gimnasio tradicional (competencia) varía entre USD. 40 y USD. 70. Según los resultados obtenidos de la encuesta realizada al respecto, entre el 50% de los encuestados están dispuestos a pagar un costo mayor a USD. 40. Por lo que consideramos que nuestro punto de equilibrio, nos permite mantener un precio base igual a los precios antes referidos, significaría para nosotros competir con un precio excelente, por cuanto el valor agregado y calidad del servicio a ofrecer es superior al de la competencia.¹²

2.2 ESTRATEGIA DE VENTAS

Los objetivos del plan de marketing de “MEDICAL GYM” son:

- **A corto plazo:** Dar a conocer por lo menos a un 30% de los clientes potenciales en la ciudad de Guayaquil los beneficios de los servicios que ofrecerá el Centro en un período de 6 meses.
- **A mediano plazo:** Esperamos captar clientes y convertirlos en usuarios frecuentes; nos enfocaremos en retenerlos y fidelizarlos, otorgándoles mayor cantidad y calidad de servicios buscando el posicionamiento de marca, relacionado principalmente a tres palabras: SALUD, PREVENCIÓN, ASISTENCIA.
- **A largo plazo:** Esperamos alcanzar el liderazgo en el mercado como un centro médico de ejercicios, único en su clase. Buscamos crear en nuestros clientes la satisfacción de un servicio profesional de alta calidad, y además satisfacer esta

¹² : La nueva industria del gimnasio, artículo publicado en el portal web: www.prensa.ifema.es y Jugosas Tendencias del portal web <http://www.soyentrepreneur.com/hor1e/index.php?p=nota&idNota=3880>

nueva necesidad que no ha sido completamente satisfecha por los actuales gimnasios o centros de ejercicios, donde nuestra diferenciación es protagonista del valor agregado que seremos capaces de dar.

Según datos de nuestra encuesta, el 35% de la muestra representa a los clientes que requieren mayor esfuerzo de ventas, es decir aquellos que no acostumbran ir a gimnasios, pero que estarían dispuestos a hacerlo, pensando en ellos prepararemos informativos con los beneficios que la empresa ofrece.

La forma de establecer contactos será por medio de venta personalizada, telefónica a través de directorios telefónicos de empresas, referencias de amistades y con la aplicación de la página web. Uno de los mecanismos de identificación de nuestros clientes potenciales está constituido por la base de datos de las tarjetas de crédito, farmacias, seguros médicos, gremios de profesionales, universidades particulares, empresas privadas, clubes sociales y culturales. Considerando que el servicio a ofrecer esta dirigido a personas con problemas particulares relacionados a la salud y a la prevención, otros de los lugares idóneos que consideramos importantes serán las clínicas de rehabilitación y consultorios médicos de especialistas.

La estrategia de venta enfatizará los elementos diferenciadores del servicio, como son: personal altamente capacitado, asistencia de especialistas, máquinas con tecnología avanzada, capacitación gratuita, y programas preventivos.

A fin de sustentar esta estrategia, debemos poner énfasis en la captación de personal calificado pero también debemos dedicar esfuerzos y recursos propios a capacitar e instruir a dicho personal con el propósito de que sepan “vender satisfacciones” a los clientes y no simplemente ofrecerles el acceso a aparatos y algunos servicios. Hemos desarrollado un slogan y un logotipo que identifica nuestras fortalezas como empresa y a su vez, le brinde confianza al cliente, cuando él nos contacte.



MEDICAL GYM

“Un nuevo concepto en gimnasios de Guayaquil”

¡Nos especializamos en tu salud!

La cobertura geográfica será la ciudad de Guayaquil, enfocándonos en las personas que habitan en el sector norte y centro de la urbe, de forma inicial. Posteriormente, se ampliaría la cobertura al sur de la ciudad.

Hemos dividido la publicidad en dos fases: arranque y mantenimiento.

Fase de arranque:

De acuerdo a nuestro análisis esta fase (primer año) requiere una mayor inversión en publicidad, puesto que obviamente por tratarse de un nuevo concepto de gimnasio, nadie lo conoce aún y deberemos hacer esfuerzos mayores para darlo a conocer y captar los primeros clientes. En esta fase usaremos lo siguiente:

Prensa escrita:

- Anuncio publicitario de 4x20 cm., full color, ubicado en la sección Salud de La Revista del diario El Universo, el domingo.

Tres primeros meses: 4 domingos

Tres meses posteriores: 2 domingos (primero y tercero del mes)

Tres últimos meses: 1 domingo (segundo del mes)

larevista

- Anuncio de 8x10 cm., color, en la revista de Energía Total

Todo el año: 1 anuncio mensual.

- Anuncio de 8x10 cm., color, en la revista de Cosas

Todo el año: 1 anuncio mensual.

COSAS

■ Tarjetas de Crédito:

Envío de información sobre nuestros productos en el estado de cuenta de las tarjetas de crédito.

Fase de Mantenimiento:

A partir del segundo año incurriremos en publicidad de recordación:

Prensa escrita:

- Anuncio publicitario de 4x20 cm., full color, ubicado en la sección Salud de La Revista del diario El Universo, el domingo.

Segundo domingo cada 3 meses

- Anuncio de 8x10 cm., color, en la revista de Energía Total.

Todo el año: 1 anuncio mensual.

- Tarjetas de Crédito:

Envío de información sobre nuestros productos en el estado de cuenta de las tarjetas de crédito.

El gasto de publicidad quedará distribuido así:

ESTRATEGIA DE PUBLICIDAD Y PROMOCION

			Pautas o Anuncio			Total de Gastos						
	Medio Publicitario	Costo por Anuncio	Tipo de Anuncio	1er. Año	2do. año	3er. Año	1er. Año	2do. año	3er. año	4to. año	5to. año	
MEDIOS DE COMUNICACIÓN												
Publicaciones en revistas	Revista dominical - El Universo	\$ 800.00	4x20 cm.	12	7	7	\$ 9,600.00	\$ 5,600.00	\$ 5,600.00	\$ 5,600.00	\$ 5,600.00	
	Revista Energia Total	\$ 300.00	8x10 cm.	12	12	12	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	
	Revista Hogar	\$ 400.00	4x20 cm.	12	3	3	\$ 4,800.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	\$ 1,200.00	
Distribucion de broshure en envio estado de cuenta		Tarieta de Crédito Dinners Club					\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	\$ 10,000.00	
							\$ 28,000.00	\$ 20,400.00	\$ 20,400.00	\$ 20,400.00	\$ 20,400.00	
							Total de Gastos					
							1er. Año	2do. Año	3er. Año	4to. año	5to. año	
OTRAS PROMOCIONES												
Clases gratis							\$ 500.00	\$ 550.00	\$ 605.00	\$ 665.50	\$ 732.05	
Llaveros, Gorras, T - Shirt							\$ 1,200.00	\$ 1,320.00	\$ 1,452.00	\$ 1,597.20	\$ 1,756.92	
Pancartas para la fachada de interiores y exteriores							\$ 2,000.00	\$ 2,200.00	\$ 2,420.00	\$ 2,662.00	\$ 2,928.20	
Volantes y broshure							\$ 2,000.00	\$ 2,200.00	\$ 2,420.00	\$ 2,662.00	\$ 2,928.20	
Pago por Conferencias							\$ 1,200.00	\$ 1,320.00	\$ 1,452.00	\$ 1,597.20	\$ 1,756.92	
							\$ 6,900.00	\$ 7,590.00	\$ 8,349.00	\$ 9,183.90	\$ 10,102.29	
TOTAL							\$ 34,900.00	\$ 27,990.00	\$ 28,749.00			

Tabla 1.14.

2.3 ESTRATEGIA PROMOCIONAL.

Se permitirá a los clientes potenciales acceder a un primer chequeo general de forma gratuita, de manera de que conozcan su cuadro físico. Adicionalmente los clientes potenciales podrán conocer las instalaciones, ver si se encontrarán satisfechos con el servicio y luego decidir.

Incrementar la cuota de mercado, especialmente apuntaremos a aumentar la concurrencia en la franja horaria de 10:00am a 4:00 p.m., para lo que debemos poner énfasis en hacernos conocer por los clientes potenciales disponibles en esos horarios (amas de casa, jubilados, estudiantes, etc.) con un producto que se denominará MEDICAL – ACTIVO, que corresponderá a la membresía mensual con un descuento del 10%.

La realización de conferencias tiene un impacto en la imagen del centro. Como forma de publicidad institucional, nos permite diferenciarnos en la medida en que ofrece un servicio de capacitación a nuestros clientes, en aspectos relativos a nutrición y salud. Las conferencias estarán a cargo de especialistas en medicina deportiva y nutricionistas, de vasta experiencia en su campo contratados por el “Medical Gym”. Las conferencias se realizarán una vez al mes. Trataremos de mantener un promedio estable de concurrentes durante todo el año, utilizando un instrumento diseñado especialmente a estos efectos: “sistema de puntos”, el cual consiste en que con cada cuota mensual que paga el cliente ganará un total de 10 puntos a través de los cuales el cliente podrá acceder a las recompensas que se detallan a continuación, esto permitirá ganar la fidelidad de los clientes incentivados por los futuros premios a obtener.

Se prevé modificar las recompensas en caso de que los clientes no se sientan atraídos por la promoción:

- 20 puntos - 1 Llavero
- 50 puntos - 1 Gorra
- 60 puntos - 1 camiseta
- 80 puntos - 1 Masaje gratis
- 110 puntos - 1 Mes gratis

Se utilizarán también, distintas formas de acercar las características del centro a prospectos o clientes a través de:

- Clases de prueba gratuitas, descuentos por traer a otra persona, y por inscripciones grupales (4 o más socios), etc.
- Obsequios: T-shirts, llaveros con el logo de la empresa.
- Sistema de puntos.

La mayor parte de las actividades promocionales tendrán una duración de 3 meses, nuestro mayor objetivo en este aspecto será el de retener a la mayor cantidad posible de personas que hayan concurrido inducidas por cualquiera de las promociones. A tales efectos deberemos actuar coherentemente con este objetivo y ser concientes de que es fundamental no abandonar el espíritu de servicio a nuestros clientes ni durante ni después de la promoción.

2.4 ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Medical Gym estará establecido en la ciudad de Guayaquil, en el norte en la Ciudadela Urdesa. A fin de lograr la máxima difusión y recordación de marca, se trabajará con algunos elementos estratégicos, de la siguiente manera:

a. Médicos:

Recordemos que no hay persona más interesada por la salud, que quien está siendo tratado ya por un médico. Debido a esto, consideramos es importante tener presencia en la consulta de los médicos especialistas en las áreas relacionadas a los servicios de nuestros paquetes (cardiólogo, reumatólogo y traumatólogo), el objetivo es que aquellos distribuyan la publicidad de Medical Gym, y que recomienden al cliente asistir a nuestro gimnasio. A través de las siguientes estrategias:

- Diseñar e imprimir recetarios con el nombre del médico y la identificación de la marca.
- Diseñar e imprimir tarjetas de presentación del médico con la identificación de la

marca.

- Entregar al paciente de manos del médico tratante, la tarjeta de descuento MEDICAL GYM válida para la adquisición de las membresías mensuales con hasta el 10% de descuento en la inscripción de cualquiera de los programas. Si el paciente llegara a suscribirse en el MEDICAL GYM, mediante la recomendación del doctor, se reconocerá a éste último a través de incentivos por la venta generada.

b. En los colegios médicos:

Los colegios médicos son importantes por su conexión directa con grandes grupos profesionales, lo que generará gran difusión y uso del gimnasio. Por lo tanto realizaremos:

- Seminarios para los colegios médicos patrocinados por la marca, dirigidos a enfermedades relacionadas a los servicios ofrecidos en el gimnasio.
- Publicar en los medios impresos de la información del gremio.
- Respaldar a congresos y simposios, con donación de materiales de trabajo: carpetas, bolígrafos con la imagen de la marca.

c. En sitios públicos

El público tiene variados intereses, de tal manera algunos de los puntos de exposición adecuados son:

- **Centros de Rehabilitación y Clínicas:** Lugares con potenciales clientes, se colocaría afiches de Medical Gym. Se podría realizar un acuerdo con las instituciones para entregar a cada cliente una credencial de descuento en MEDICAL GYM.
- **Universidades que posean unidades académicas de Medicina Física:** Este grupo por ser potenciales médicos, se interesarían por conocer de los servicios que brindamos. Se puede brindar pasantías profesionales con los estudiantes del último año, y a cambio las Universidades realizar promociones a través de la colocación de afiches.
- **Cadenas de farmacias:** Es importante la difusión en estos locales, por la cantidad de personas que adquieren medicamentos para el colesterol, la diabetes,

dolencias articulares, fracturas, entre otros; y pueden ser futuros clientes potenciales. Se colocarán afiches de promoción.

El servicio a ofrecer de Medical Gym es de atención directa y no requiere intermediarios.

2.5 POLÍTICAS DE SERVICIOS

Los clientes que adquieran las membresías mensuales de cualquiera de los servicios podrán acceder a la asesoría nutricional, a la rutina personalizada y asistida por los profesionales de fisioterapia. Además del chequeo básico incluido en cada una de nuestras membresías también otorgaremos descuentos y promociones planificados.

El cobro del servicio se lo realizará en forma directa: en efectivo, cheque cruzado o mediante tarjeta de crédito. Se enviarán informativos vía e-mail a los clientes registrados, en donde se hará conocer las promociones, descuentos, ofertas, y conferencias que ofrecerá Medical Gym.

Todos los clientes podrán usar los servicios de nuestro portal web para adquirir nuevas membresías y obtener más información de “Medical Gym”, además de actualizar sus datos. Se colocarán un buzón a un lado de la recepción para facilitar la comodidad de cliente para expresar sus sugerencias o quejas.

El control de quejas se llevará a través de una lectura diaria con toma de medidas de corrección inmediatas en la medida en que se pueda. Cuyo fin es crear un canal de comunicación entre Medical Gym y los clientes, a fin de hacernos conocer el nivel de satisfacción de los mismos con respecto al personal, servicio de limpieza, máquinas, servicios complementarios (saunas, piscina, cafetería, tienda, etc.). Esto permitirá determinar que actividades y servicios deben ser modificados y en que sentido, de manera que se pueda efectuar una corrección de los mismos para satisfacer al cliente.

Como mecanismo de atención al cliente se creará una base de datos de los clientes y de sus familiares o amigos que deseen ingresar también a Medical Gym.

2.6 TÁCTICAS DE VENTAS

Es absolutamente necesario identificar a todos los elementos del personal de la empresa con un proyecto común. Para alcanzar esta identificación, estableceremos unos incentivos y premios a los empleados, creando un compromiso directo con Medical Gym y sus metas. Como estrategias principales tenemos la participación de los empleados como “socios de Medical Gym”, aportando en lugar de capital, su trabajo; así a más trabajo aportado (mayor cantidad de asistentes, mayor cantidad de sesiones dadas), mayor salario percibido.

Análisis Técnico

3. ANÁLISIS TÉCNICO.

3.1 ANÁLISIS DEL PRODUCTO.

3.1.1 Especificaciones del Producto.

El servicio proporcionado por Medical Gym tiene la característica de ser personalizado y especializado. Los planes a ofrecerse consisten en atención médica, programa de ejercicios diseñados y controlados por especialistas médicos y nutricionistas.

El cliente que desee contratar el servicio de gimnasia física asistida como primer paso se le concertará una cita gratis con un profesional médico, donde se evaluará su estado físico y se le hará conocer su cuadro médico y las características generales que debe tener su tratamiento y los objetivos que logrará a través de este programa.

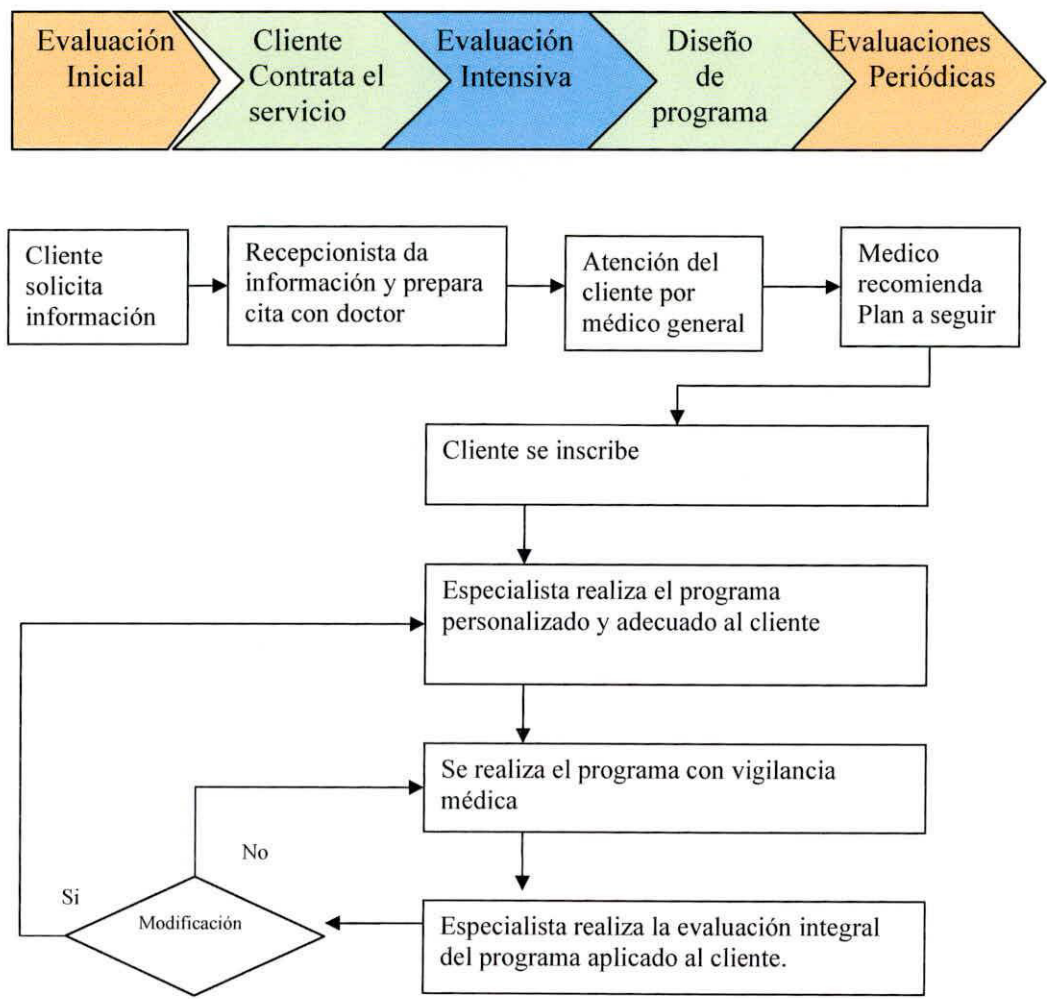
Una vez que el cliente contrate el servicio, será evaluado íntegramente para conocer, planificar y diseñar el programa de tratamiento. Un equipo (especialista, fisioterapeuta y nutricionista) diseñará y proporcionará el programa de tratamiento más eficaz, más constante e intensivo posible.

Dependiendo de la edad y del programa que requiera el cliente, este formará parte de un grupo de clientes con características semejantes. Se organizarán horarios de atención de tal manera que optimicen el uso de las instalaciones del gimnasio tratando de hacer coincidir a los mismos.

Así como también se necesita contar con recurso humano altamente capacitado como son:

- Doctores en Traumatología, cardiología, reumatología, homeopatía
- Nutricionista
- Fisioterapeutas
- Personal Administrativo

3.1.2 Diagrama de Flujo Básico



Evaluación Inicial

Cita con un especialista médico (doctor general) quien entrevistará y auscultará el cliente a fin de detectar sus problemas de salud. El especialista le recomendará el paquete que más le convenga de acuerdo a su cuadro médico.

Evaluación Intensiva

Una vez que el cliente contrata el servicio, tendrá una evaluación exhaustiva cita con un doctor especializado, fisioterapeuta y nutricionista quienes diseñarán el tratamiento de acuerdo al plan contratado. Según el cuadro médico del cliente deberá presentar exámenes y radiografías actualizadas.

Diseño de Programa:

De acuerdo al cuadro clínico presentado por el cliente, este podrá contratar alguno de los programas detallados a continuación:

- Para personas con problemas de hipertensión, colesterol, diabetes y afines, tendrán a su disposición el siguiente paquete:

Cardiovascular Gold: Evaluación y Control mensual del cardiólogo y nutricionista, programa de ejercicios cardiovasculares, control de presión arterial y pulsaciones durante las rutinas.

- Las personas con problemas de osteoporosis, artrosis, artritis y afines, tendrán a su disposición el siguiente paquete:

Osteo Gold: Evaluación y Control mensual de reumatólogo y nutricionista, programa de ejercicios para fortalecer huesos y articulaciones, control de presión arterial y pulsaciones durante las rutinas.

- Las personas con problemas de lesiones físicas y afines, tendrán a su disposición el siguiente paquete:

Estructural Gold: Evaluación y Control mensual de traumatólogo y nutricionista, programa de ejercicios para fortalecer huesos y articulaciones, control de presión arterial y pulsaciones durante las rutinas.

- Las personas que requieren ejercicios asistidos por prevención y control podrán acceder al siguiente paquete :

Básico: Evaluación y Control mensual de médico general, y nutricionista, y programa de ejercicios asistido por fisioterapeuta.

Evaluaciones Periódicas

El cliente podrá acceder a descuentos en sus exámenes de laboratorio y radiografías para sus evaluaciones periódicas:

- Exámenes
- Radiografías

3.1.3 Condiciones de Operación

Para su operación el gimnasio necesita contar con espacio suficiente tanto interno como externo que incluya áreas verdes, piscina y que sean amplios y ventilados.

- El espacio interno contará con área para ejercicios con máquinas, área de consultorios médicos, una sala de relajación, cafetería, sala de reuniones y tienda de productos para el cuidado de la salud.
- El espacio externo será utilizado para realizar ejercicios al aire libre que permitirán mayor relajación y contacto con la naturaleza.
- En la piscina se realizará hidrogimnasia para los clientes que así lo requieran.

3.1.4 Maquinaria y Equipos Requeridos

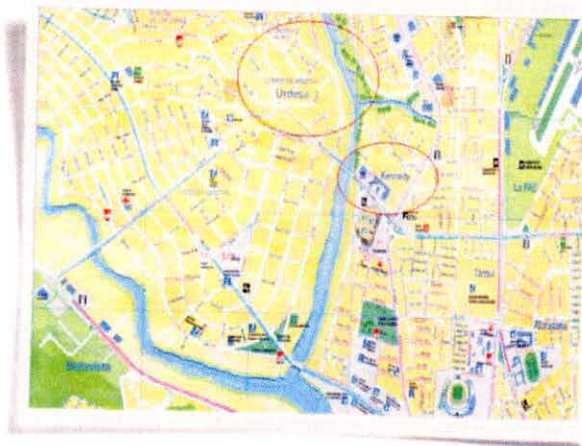
- Caminadoras
- Bicicletas Estacionarias
- Equipos de Fuerza
- Multi-estacionarias
- Balones Medicinales
- Colchonetas
- Gradas-Escaleras
- Platos trampolines
- Bandas elásticas
- Tubos de Resistencia
- Tanque de compresas
- Láser
- Magneto
- Ultrasonido
- Electro-estimulador
- Hidrocolator

3.1.5 Condiciones de Calidad

Las instalaciones del gimnasio, así como sus equipos y personal deben reflejar limpieza, orden y pulcritud. Los equipos deben ser de última tecnología y el recurso humano debe estar constantemente capacitado para realizar con eficiencia su trabajo.

3.2 FACILIDADES.

El sitio más idóneo para la ubicación de este gimnasio es el sector norte, específicamente una urbanización como la ciudadela Urdesa o Kennedy Norte, donde existen casas muy grandes con piscina que pueden ser adecuadas para las instalaciones. Además, este sector se encuentra dentro de una zona residencial antigua de la ciudad, la misma que ha experimentado el aumento de su actividad comercial a través de los años.



Todos los servicios básicos como son agua, luz, teléfono, alcantarillado y recolección de basura son proporcionados en el sector.

El sector tiene una posición estratégica ya que esta muy cerca de las principales ciudadelas y barrios residenciales del norte de la ciudad donde están nuestros potenciales clientes y proveedores. Este sector, por estar dentro del casco urbano de la ciudad presenta facilidad de transporte tanto público como privado. La ciudadela Urdesa y Kennedy Norte cuentan con múltiples vías de acceso pero con la desventaja de que existe mucho tráfico especialmente en las horas pico. La legislación local permite la instalación de empresas comerciales dentro del sector.

Se requiere un área aproximada de 400 metros cuadrados, se necesita aproximadamente unos 300 m² de construcción de cemento. El inmueble debe contar con facilidad de parqueo. La construcción debe ser amplia y ventilada con piso revestido de madera y alfombrado y ventanales de vidrio que den iluminación y aire natural.

El inmueble debe contar con un área de servicios higiénicos, duchas con agua caliente y vestidores tanto para hombres y otro para mujeres. Se debe tener especial cuidado de que estén adecuados para los clientes con problemas físicos. Localmente se cuenta con profesionales de fisioterapia que han estudiado en la Universidad de Guayaquil. Además existe un amplio número de profesionales médicos de las diferentes especialidades laborando en la ciudad.

3.3 EQUIPOS Y MAQUINARIAS

Hemos dividido en tres partes el gimnasio médico:

- **Área Administrativa (Recepción, administración).**

En el área Administrativa se requieren: computadores, impresora, muebles de oficina y consultorios, muebles para sala de espera, televisores, DVD, Pagina WEB.

- **Área de Operaciones (Consultorios, sala de máquinas, SPA) .**

En el área Operativa se requieren: Caminadoras, Bicicletas Estacionarias, Equipos de Fuerza, Multi-estacionarias, Balones Medicinales, Colchonetas, Gradas-Escaleras, Platos trampolines, Bandas elásticas, Tubos de Resistencia, Tanque de compresas, Láser, Magneto, Ultrasonido, Electro-estimulador, Hidrocolator

- **Área de Ventas varias (cafetería, tienda).**

En el área de Ventas Varias se requieren: Computadores, Impresora, estanterías, Muebles para cafetería, Televisores, DVD.

La forma de adquisición de los equipos será al contado o mediante tarjeta de crédito. Los equipos e implementos especializados serán adquiridos con proveedores nacionales y/q extranjeros.

Para la atención a los clientes se requieren doctores especializados en: Traumatología, Cardiología, Reumatología, Homeopatía, Nutricionista, Fisioterapeutas, Enfermera, Recepcionista, Gerente, Asistentes, entre otros.

3.4 DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA.

Como se detalló anteriormente, los equipos requeridos para las instalaciones son caminadoras, bicicletas, equipos de resistencia, entre otros, los cuales varían en su tamaño de acuerdo al tipo de máquina.

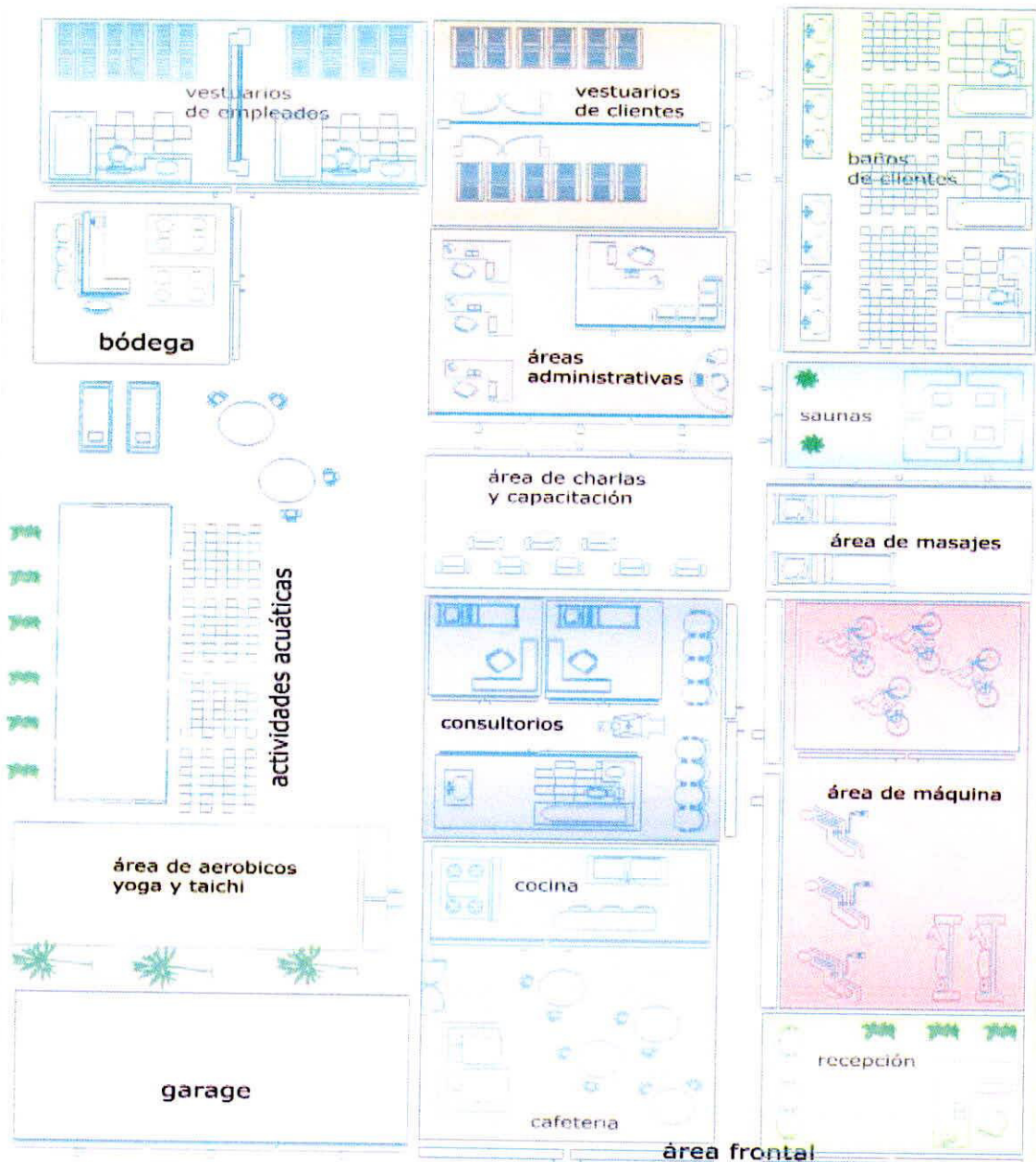
Se ha establecido que se necesita aproximadamente 3 metros cuadrados por cada caminadora y 2 metros cuadrados por cada bicicleta. Si necesitamos ubicar un total de 20 máquinas, necesitaríamos 60 metros cuadrados para el área de ejercicios.

Se han planificado adicionalmente un área para aeróbicos y yoga ubicada en los jardines para que se aproveche el contacto con la naturaleza y la luz solar. Esta zona tendrá ventanales de vidrio y ventilación natural.

Se distinguen también la zona de consultorios, cafetería, sala de masajes, sala de conferencias, sauna, baños y vestidores.



Medical Gym – Vista Frontal de la posible edificación a alquilar.



Medical Gym – Vista Interna de la edificación.

Como sistema de control se implementará un buzón de sugerencias y un sistema periódico de evaluación del servicio para calificar el desempeño y aceptación del gimnasio para luego realizar una retroalimentación y mejorar la calidad del servicio.

Análisis Administrativo

4. ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

4.1 GRUPO EMPRESARIAL.

Medical Gym es una compañía anónima por tanto; sus dueños son miembros activos que conforman la Junta General de Accionistas, dentro de los cuales tenemos:

ING. Vicenta Macías M., Ingeniera Eléctrica graduada en la Escuela Superior Politécnica del Litoral con Maestría en Administración de Empresas y posee experiencia en gestión y administración de áreas operativas especialmente de empresas de telecomunicaciones y industriales.

LSI. Manuel Galarza G, Licenciado en Sistemas de Información graduado en la Escuela Superior Politécnica del Litoral con Maestría en Administración de Empresas y posee experiencia en gestión y administración de módulos informáticos implementados especialmente en entidades bancarias y empresas de servicios.

CPA. Johana Chamba M., Contadora Pública Autorizada graduada en la Universidad de Técnica de Manabí con Maestría en Administración de Empresas de la Escuela Superior Politécnica del Litoral y posee experiencia en áreas contables, finanzas, tributación y auditoría de empresas públicas y privadas.

Los miembros del grupo empresarial no participarán dentro de la gestión de la compañía y serán considerados accionistas mayoritarios. El nivel de participación en la junta directiva de los socios es de acuerdo al monto de sus acciones:

- ING. Vicenta Macías M., invierte en el negocio un monto de USD. 50.000,00 capitalizado en acciones en un 50%.
- LSI. Manuel Galarza G., invierte en el negocio un monto de USD. 25.000,00 capitalizado en acciones en un 25%.
- CPA. Johana Chamba M., invierte en el negocio un monto de USD. 25.000,00 capitalizado en acciones en un 25%.

Los miembros de la junta directiva de Medical Gym no percibirán salario alguno ya que no ocuparán ningún cargo dentro de la gestión administrativa solo percibirán las dividendos por sus acciones.

Dentro de las políticas de distribución de utilidades tenemos que Medical Gym espera que a partir del quinto año de conformación de la compañía, (una vez construido el local propio) se entregará dividendos del 10% de las utilidades a sus accionistas.

4.2 PERSONAL EJECUTIVO

NIVEL EJECUTIVO: Constituye el nivel de autoridad que orienta y ejecuta la política directriz de los directivos, representa a la Empresa en todas las actuaciones de carácter oficial, en concordancia con los deberes y atribuciones legalmente otorgados por la Ley de Creación de Compañías y sus reglamentos. Está integrado por la Junta General de Accionistas y el Administrador.

NIVEL DE APOYO: Es aquel que presta ayuda a los otros niveles de la Empresa para el cumplimiento de sus funciones, sus servicios son generales y de carácter interno. Está integrado por la: Secretaria que desempeñará además de asistencia al administrador, funciones de asistente contable.

NIVEL OPERACIONAL: Es aquel que cumple directamente con los objetivos, finalidades de la Empresa, ejecuta los planes, programas, y políticas de trabajo impartidas por el Nivel Ejecutivo. Está integrado por los entrenadores y especialistas médicos.

Medical Gym de acuerdo a su política salarial considera que el pago a sus empleados como mínima remuneración básica unificada de USD. 160,00 más los beneficios adicionales como son:

Pagos Adicionales	
USD por año	
Décima Tercera Remuneración (1)	\$ 150.00
Décima Cuarta Remuneración (2)	\$ 150.00
Vacaciones Pagadas (3)	\$ 75.00
Fondo de Reserva (4)	\$ 150.00
Participación de Trabajadores en Utilidades (5)	15%

Tabla 1.15

- (1) Valor mínimo. En remuneraciones superiores, es la doceava parte de los ingresos totales anuales.
- (2) Valor único, denominado también Bono Educativo.
- (3) Valor mínimo. Corresponde a 15 días de descanso obligatorio por año.
- (4) Valor mínimo. Se calcula igual que la décima tercera remuneración.
- (5) Adicionalmente, el empleador o empresa reconocerá en beneficio de sus trabajadores el 15% de sus utilidades líquidas.

Aportes al IESS	
Aporte mensual	
Aporte Personal al IESS (1)	9.35%
Aporte Patronal al IESS (2)	11.15%

Tabla 1.16

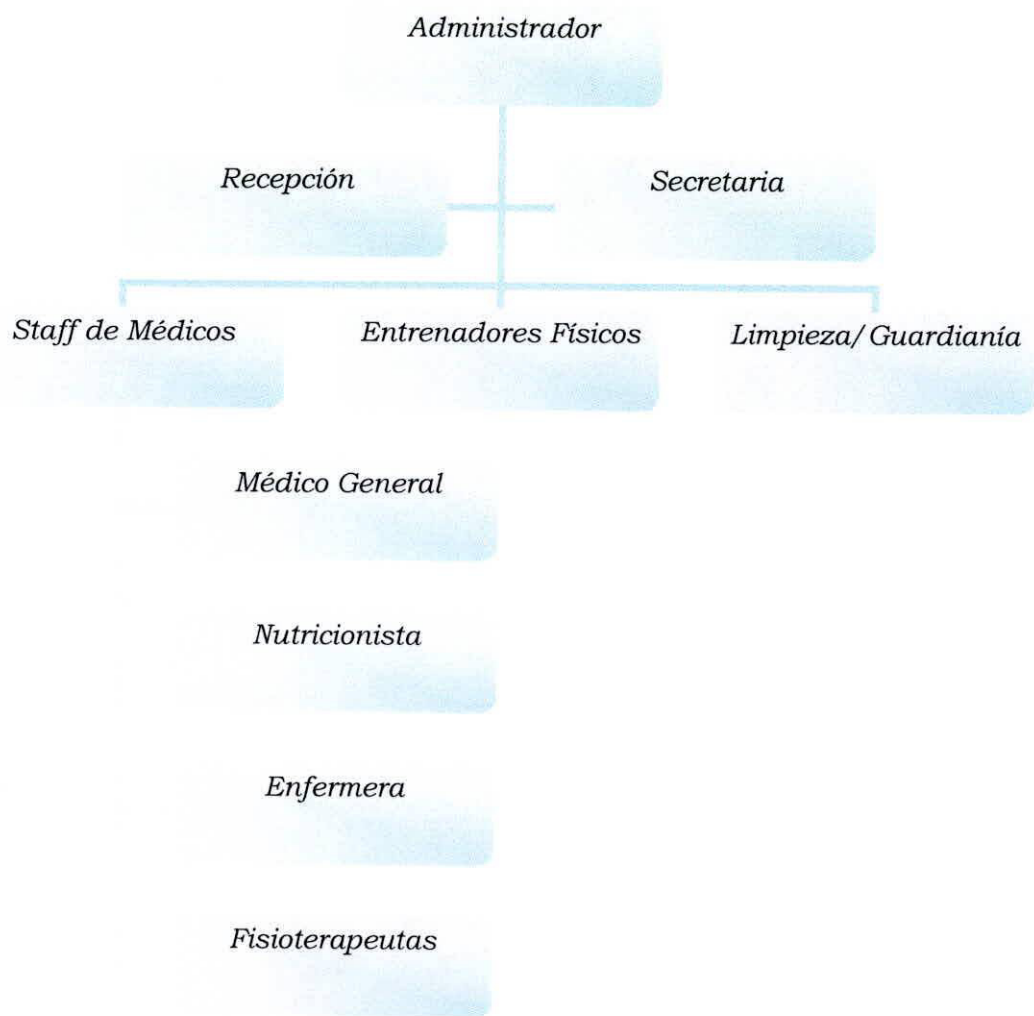
Contribuciones a Instituciones Públicas	
Aporte mensual	
SECAP (3)	0.5%
IECE (4)	0.5%

Tabla 1.17

- (1) En el contrato por horas se elimina el aporte personal al IESS.
- (2) En el contrato por horas el aporte del patrono asciende al 20,5%.
- (3) y (4) Adicionales a cargo del empleador.

4.3 ORGANIZACIÓN

La estructura básica de Medical Gym está compuesta por los siguientes cargos:



En Medical Gym se han establecido 3 líneas de autoridad anteriormente detalladas en su estructura básica, siendo el nivel con mayor jerarquía el Ejecutivo, el nivel operacional tendrán la responsabilidad de reportar al Administrador de la compañía.

El nivel operacional es considerado de gran importancia para Medical Gym ya que posee las áreas que mayor interactúan con los clientes de la compañía a diferencia de otras áreas como son el Departamento de Staff de Médicos y de Personal Trainer por lo cual debe contar con personal con mucha experiencia en el área y vocación de servicio.

4.4 EMPLEADOS

La ejecución de todo el proceso de reclutamiento, selección, contratación e inducción del personal, estará bajo la responsabilidad del Administrador de la empresa. Este proceso busca identificar los recursos humanos idóneos que se ajusten a los perfiles de cargos establecidos para alcanzar los objetivos estratégicos de Medical Gym.

El proceso de reclutamiento a la empresa, deberá cumplir con lo siguiente:

- **Llevar una base de datos** con la información de las personas que pueden ser seleccionadas para los puestos vacantes.
- **Selección:** Se procederá a realizar entrevistas, evaluaciones psicológicas y/o técnicas y confirmación de datos personales de los aspirantes que han remitido sus hojas de vida. Se realizará la selección final del personal luego de entrevistar a una terna de los candidatos mejor calificados.

El personal que se incorpore al gimnasio debe satisfacer los más exigentes requerimientos de honestidad, responsabilidad y actitud positiva, así como, los niveles de conocimiento y experiencia determinados específicamente para cada puesto.

La compañía celebra contratos de trabajo a plazo fijo de un año, temporales por proyectos y con período de prueba de 90 días, luego de cumplido el año y de no existir desistimiento de ninguna de las partes, se convierten en contratos indefinidos. Además, se podrá contratar de acuerdo a las formas establecidas en el Código del Trabajo.

Como norma general, la selección de los participantes para cada programa de capacitación al personal se realizará de acuerdo a las necesidades del gimnasio, a los requerimientos de su área de trabajo y al potencial de desarrollo de los colaboradores orientado a fortalecer la ejecución de sus funciones dentro de Medical Gym. El personal deberá obligatoriamente asistir a los programas de capacitación que sean convocados tanto a nivel interno (instalaciones de Medical Gym) o externo (fuera de nuestras instalaciones). Cualquier justificación para no asistir a los mismos, deberá ser conocida y aprobada por la Administración con una anticipación mínima de 48 horas.

Las capacitaciones internas serán realizadas en las instalaciones de Medical Gym con facilitadores propios o externos y que pueden ser dictados bajo la modalidad de cursos, seminarios y talleres. Estarán avalizados por un diseño pedagógico que incluye también una evaluación final de los conocimientos adquiridos por los participantes. Como parte de los programas de capacitación, Medical Gym ofrece Programas de Entrenamiento para áreas operativas que tenga relación con la atención al cliente

4.5 ORGANIZACIONES DE APOYO

Las organizaciones que le ayudarán: bancos, compañías de seguros, asesores legales, asesores tributarios, etcétera.

Medical Gym establecerá alianzas estratégicas con médicos especializados, fundaciones, empresas aseguradoras, talento humano y asesoría legal y tributaria con la finalidad de desarrollar el modelo de negocio planteado para la compañía.

Análisis Legal, Social y Ambiental

5. ANÁLISIS LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL

5.1 ASPECTOS LEGALES. ¹³

Medical Gym es una compañía anónima por lo cual se ampara a lo establecido por la ley a este tipo de sociedad.

Medical Gym para su representación deberá constituirse con dos o más accionistas. Si interviene una institución de derecho público o derecho privado con finalidad social o pública, puede constituirse una compañía de este tipo con la participación de esa sola entidad (artículo 147 y 74 numeral 4 de la reforma a la Ley de Compañías, constante en la Ley de Mercado de Valores).

El capital suscrito de la compañía deberá ser de OCHOCIENTOS DOLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE NORTE AMÉRICA, como mínimo, Resolución 00.0.IJ.003 de 13.03.00, íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el 25% de cada acción. De igual manera el capital puede integrarse con numerario (dinero) o con bienes muebles e inmuebles que puedan usarse en la actividad de la compañía. En esta compañía se puede establecer un capital autorizado, el mismo que no sobrepasará del doble del capital suscrito. (Artículos 160, 147 y 162 de la Ley de Compañías y Resolución No. 009 de la Superintendencia de Compañías publicada en el Registro Oficial No. 278 de septiembre 16 de 1999).

La constitución de sociedades anónimas requiere la designación de administradores en Junta General de Accionistas y su inscripción en el Registro Mercantil.

Los tiempos de tramitación aquí registrados se refieren al servicio de "Ventanilla Única Empresarial", en la Superintendencia de Compañías. Los valores incluyen IVA (impuesto al valor agregado). Tarifa actual: 12%.

CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍAS - TIEMPO DE TRAMITACIÓN Y COSTOS DE CONSTITUCIÓN

Trámite	Tiempo de Tramitación	COSTOS EN USD.	
		Oficial	Privado
Aprobación de Constitución (a)	10 minutos	\$ 0.00	\$ 448.00
Publicación de Extracto (b)	2 días	\$ 0.00	\$ 70.00
Certificación municipal (c)	4 horas	\$ 0.00	\$ 0.00
Afiliación Camará de Industria (d)	1 hora	\$ 0.00	\$ 50.00
Registro Mercantil (e)	1 día	\$ 67.20	\$ 0.00
Notaría - Anotación Marginal (f)	1 día	\$ 0.00	\$ 11.20
SRI - Obtención del RUC (g)	2 días	\$ 0.00	\$ 0.00
Inscripción en Registro Societario (h)	2 días	\$ 0.00	\$ 0.00
TOTAL APROXIMADO	9 días	\$ 67.20	\$ 579.20

Tabla 1.17

Las implicaciones comerciales y laborales son las siguientes:

- Aportar al desarrollo económico-social y tecnológico del país.
- Cumplir con todos los requisitos que la Constitución, Leyes y Reglamentos del País exigen para su constitución, establecimiento y funcionamiento.
- Cumplir con el pago de tributos y otras contribuciones que se establecen en las leyes específicas para las empresas establecidas en el territorio nacional.
- Proteger el medioambiente y cuidar de los recursos naturales con los que cuenta el País.
- Ofrecer productos que no dañen o afecten la salud de los consumidores.
- Fijación de salarios mínimos y aportes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

Las implicaciones tributarias son las siguientes:

- Para facturar productos o servicios es necesario tener el Registro Único de Contribuyente (RUC), luego de su obtención el contribuyente debe solicitar a través del Sistema de Autorización de Impresión de Comprobantes de Venta, a una de las imprentas autorizadas por el S. R. I., la impresión de sus facturas, boletas de venta, notas de crédito y débito y liquidaciones de compras de bienes o prestación de servicios.

¹³ Está información fue investigada en la SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS – División Guayaquil.

- En Caso de infracciones la administración tributaria procederá en estos casos según las facultades que le permite el actual marco legal. Los sellos de clausura instalados en los establecimientos de los infractores, son inviolables. Las mercaderías incautadas estarán en los depósitos del S.R.I., hasta que se acredite legalmente su propiedad o hasta el momento de su remate.

5.1.1 ASPECTOS DE LEGISLACIÓN URBANA.¹⁴

Medical Gym actualmente no posee ninguna dificultad legal que impida su funcionamiento en la ciudad de Guayaquil. Entre los trámites que debe obtener Medical Gym para su funcionamiento tenemos los siguientes:

- **Emisión del Registro Único de Contribuyentes (RUC) en Servicio de Rentas Internas:**

- Nombramientos de Representante Legal, inscritos en el Registro Mercantil cuando así lo exija la Ley.
- Copia y Original de cedula y certificados de votación del Representante Legal.
- Documento que certifique la dirección en la que desarrolle la actividad económica;
- Copia y Original de la Planilla de Servicios Básicos (Luz, Agua o Teléfono).
- Autorización para que un apoderado pueda abrir el RUC.
- Copia y Original de cedula y certificado de votación de la persona que hace el trámite.
- Una vez obtenido el RUC: es necesario solicitar a una imprenta autorizada la emisión de Comprobantes de Venta (facturas, notas de ventas, etc.)

¹⁴ Libro Desarrollo de la Pequeña Empresa – M.I. Municipalidad de Guayaquil.

■ **Autorización para caja registradora:**

- Copia de cedula de identidad y certificado de votación del representante legal.
- Copia del RUC.
- Copia de factura de compra de maquina registradora la cual debe cumplir con todos los reglamentos de la Ley de facturación.
- Después de 48 horas acercarse a verificar si se obtuvo la debida autorización de funcionamiento de la maquina registradora.

■ **Cámara de Comercio de Guayaquil:**

- Afiliación a la Cámara de Comercio (si la actividad es comercial). Una vez dada la aprobación del Juez de lo Civil, se inscribirá a la Cámara de Comercio para acreditar se al gremio que lo respalde.

■ **Registro Mercantil:**

- Solicitud de Matrícula de Comercio (de acuerdo al Juzgado). Demanda dirigida al Juez de lo Civil, solicitando se faculte al interesado a ejercer ciertas actividades comerciales, productivas o de servicio con determinadas especificaciones.
- Demanda firmada por comerciante y abogado patrocinador.
- Comprobante de pago de tasa respectiva en entidad bancaria (corresponde al 1% de la cuantía del capital).
- Pago de tasa de Matrícula de Comercio. Presentar ante el Registro Mercantil para que se elaboren los avisos de pagos de tasas a la M.I. Municipalidad y la H. Junta de Defensa Nacional.
- Inscripción en el Registro Mercantil, una vez entregada toda la documentación correspondiente se procede con la inscripción en el Registro Mercantil, la cual emitirá un número de comerciante.

■ **Municipalidad de Guayaquil:**

- De acuerdo a la Ley de Régimen Municipal, todo comerciante debe obtener un permiso del Municipio en el cual va a ejercer sus actividades.
- Patente de Comerciante.- Pagar \$2.00 para iniciar tramite.
- Tasa de Habilitación.- Una vez pagada la patente de comerciante se obtiene la tasa de habilitación del local, los requisitos son los siguientes:
 - Pagar la tasa única de trámite de tasa de habilitación.
 - Solicitud para habilitación de locales comerciales.
 - Copia de la C.I. del representante legal.
 - Copia del RUC.
 - Copia del nombramiento del representante legal.
 - Carta de autorización para la persona que realiza el trámite.
 - Copia de la patente del año a tramitar.
 - Copia y Original del Certificado de seguridad otorgado por el benemérito cuerpo de bombero.
 - Copia de los predios urbanos o código, y código predial del local donde esta ubicado el negocio (si el local no posee predios urbanos entonces traer la tasa de tramite de legalización del terreno).
 - Croquis detallado del lugar.
 - Certificado de la ECAPAG (trampas de grasa)

■ **Patentes Municipales:**

PATENTES MUNICIPALES			
Patrimonio Neto o Capital USD			
Desde	Hasta	Sobre fracción Básica	Sobre Valor excedente (1)
\$ 0.00	\$ 10.00		1%
\$ 10,000.00	\$ 20,000.00	\$ 100.00	1.2%
\$ 20,000.00	\$ 30,000.00	\$ 200.00	1.4%
\$ 30,000.00	\$ 40,000.00	\$ 360.00	1.6%
\$ 40,000.00	\$ 50,000.00	\$ 520.00	1.8%
\$ 50,000.00	En adelante	\$ 700.00	2.0%
Pago máximo			\$ 5,000.00

Tabla 1.18

Fuente: Ordenanza 135, R.O: 524 del 15 de Febrero del 2005.

(1) A los valores indicados se añade el 10% para el servicio de bomberos. Los valores varían según la actividad económica (Línea de Giro) y zonas de ubicación.

■ **Dirección de Salud:**

- Copia de cedula de identidad y RUC.
- Copia del certificado de votación del representante legal.
- Copia del permiso de cuerpo de bomberos.
- Requisitos del establecimiento.
- Instalar trampa de grasa y campana extractora de humo.
- Uniforme reglamentario del personal (Gorra, mandil, guante).
- Buena iluminación en el establecimiento.
- Mesones de trabajo deben de ser de cemento y con azulejos y de metal forrados de acero inoxidable.
- Obtener una vitrina para guardar utensilios de vajilla y cocina.
- Manteles para todas las mesas.
- Tachos de basura con tapa.
- Baños deben de tener lava manos e inodoros
- Extractor de baño.
- Personal contratado con certificado de salud completo

■ **Tasa de Prevención de Incendios:**

- Copia del RUC en el que conste el local con la dirección y actividad.
- Original y copia de la factura de compra o recarga del extintor.
- Autorización por escrito del contribuyente o de la compañía que indique la persona que hará el trámite.
- Copia de las cédulas de la persona que lo autoriza y del autorizado.
- En caso de renovación: Copia del certificado del año anterior o del último año pagado.
- Estos documentos deben presentarse en el edificio del Benemérito Cuerpo de Bomberos donde se emitirá la orden de pago correspondiente en la ventanilla No.1. El valor detallado en la planilla debe cancelarse en cualquier agencia del Banco de Guayaquil, luego debe regresar y dejar la copia de la papeleta de pago en el Departamento de Prevención contra

Incendio (Ventanilla No.2).

5.2 ANÁLISIS AMBIENTAL

Entre los mecanismos de control de contaminación dentro de las instalaciones serán las siguientes:

- **Limpieza Química:** El uso de sustancias químicas que ayudarán a quitar la suciedad, en especial uso de detergentes, cloro y desinfectantes.
- **Limpieza Mecánica:** Consiste en el lavado de pisos, alfombras, mobiliarios, casilleros de persona y clientes, limpieza de piscinas, limpieza de oficinas, áreas de máquinas, saunas, baños y áreas verdes por parte de personal especializado.
- **Limpieza Térmica:** Consiste en el uso de agua caliente para lavado de implementos de cocina, legumbres, frutas y alimentos varios del área de cocina.

5.2.1 Riesgos para los trabajadores.

Las enfermedades que serán atendidas en Medical Gym son consideradas como crónicas no transmisibles por lo cual no causará efectos negativos en la salud de nuestros empleados. A cada empleado se le asignará un uniforme y de acuerdo al área en que labore deberá limpiar ó desinfectar los implementos que necesitaré para el buen desarrollo de su jornada laboral. Si estos tuvieran un solo uso, deberá retirarlos de la bodega, tal es el caso de guantes, mascarillas, esponjas faciales, etc.

Se prohíbe que en nuestras instalaciones los empleados fumen e ingieran bebidas alcohólicas o cualquier otra sustancia que afectará su buen desempeño y que ocasionaré algún malestar a nuestro cliente durante su atención.

5.2.2 Mecanismos de higiene y seguridad industrial.

La administración se elaborará un Plan de Limpieza Mensual, que permitirá de una forma organizada y sistemática mantener la higiene y seguridad en cada una de las áreas de Medical Gym.

En este plan se detallará las indicaciones necesarias para el lavado y limpieza de cada objeto existente en nuestras instalaciones y el responsable de cada tarea, además de horario, método de limpieza y métodos de vigilancia.

De forma similar en este plan también detallaremos los mecanismos a usar para el control y erradicación de plagas, cuando fumigar, limpieza de instalaciones, áreas administrativas y bodegas, etc.

De acuerdo a las disposiciones de la empresa de recolección de desechos del Municipio (Vachagnon) se cumplirá con el horario establecido para la recolección de desechos originados por nuestro negocio con el fin de no causar ningún efecto negativo a la comunidad donde estaremos ubicados.

5.3 ANÁLISIS SOCIAL

La puesta en marcha de este establecimiento tendrá efectos positivos para aquellas personas ubicadas en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, por cuanto pueden disponer de un servicio que antes no existía, de alta calidad, y cerca de sus lugares de domicilio u oficinas.

Ingresar al negocio del cuidado personal, físico y de la salud actualmente es muy competitivo, existiendo actualmente muchos gimnasios y centros de estética o SPA. Sin embargo el segmento al cual están dirigidos todos ellos es diferente al propuesto por Medical Gym, ya que todos estos establecimientos se especializan en personas saludables que desean mejorar su aspecto físico y calidad de vida.

Especialmente, en Guayaquil no existen establecimientos disponibles para las personas que padecen de problemas de salud o dolencias físicas y que desean realizar rutina de ejercicios asistidos y específicos para su problema por eso existen muchas posibilidades de apoyo de la comunidad para este negocio.

Análisis Económico

6. ANÁLISIS ECONÓMICO

6.1 INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS

Medical Gym para su implementación necesita adquirir equipos y máquinas para sus áreas operativa y administrativa, la inversión total en activos fijos es de USD. 97.326,00, esto incluye todas las adecuaciones e instalaciones a realizarse, la compra de máquinas tanto para el gimnasio, cafetería y tienda de productos de salud. Se considera que los años subsiguientes se realizarán inversiones en equipos y maquinarias para el gimnasio por USD. 35,000.00 anuales.

En el segundo año de operación se realizará la compra de un terreno para la construcción de un local propio que se tiene previsto realizar en los años 3 y 4.

La justificación de este valor y sus movimientos contables se encuentran detallados en los Anexos “Inversión en Activos Fijos” y “Depreciación y Amortización”

6.2 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO

Medical Gym es una empresa de servicios por lo que no necesita manejar un inventario de materias primas. Sin embargo se ha considerado adquirir un stock de productos para el buen funcionamiento de la cafetería y de la isla donde se venderán artículos relacionados con la salud.

La cafetería mantendrá un inventario de USD 500.00 y la isla de USD 2,000.00. Los insumos que se necesitan para el gimnasio serán comprados mensualmente e irán creciendo de acuerdo a la cantidad de socios.

La modalidad de pago será por adelantado en efectivo o tarjeta de crédito por lo que no se considera cuentas por cobrar de más de un mes de duración.

La política de pago a nuestros proveedores será a 30 días.

Las inversiones de activos fijos y los requerimientos de capital de trabajo serán cubiertos por el capital social de la compañía (USD 90,000.00) y de un préstamo bancario (USD 50,000.00).

El detalle de los requerimientos de capital de trabajo se encuentra en el Anexo “Inversión en Capital de Trabajo”

6.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS

Basados en la participación del mercado que planteamos como objetivos por la venta de cada una de las membresías y ventas en cafetería, tienda y servicios complementarios, se proyectaron las ventas anuales de los siguientes 5 años, los cuales se encuentran debidamente detallados en el Anexo “Presupuesto de Ingresos”.

6.4 PRESUPUESTO DE MATERIAS PRIMAS, SERVICIOS E INSUMOS

De acuerdo a la planificación de ingresos, se determinó los costos de los insumos necesarios para el buen funcionamiento de cada una de las áreas del gimnasio, tal como se detalla en el Anexo “Insumos”

6.5 PRESUPUESTO DE PERSONAL

Medical Gym para su operación necesita de un staff de profesionales que laboren en las diferentes secciones del gimnasio, la estimación y desglose de los sueldos de cada uno de los empleados, los beneficios y prestaciones sociales, así como las proyecciones mensuales del primer año y de los siguientes 4 años, se encuentran detallados en el Anexo “Presupuesto de Personal”.

6.6 PRESUPUESTO DE OTROS GASTOS

Adicionalmente, en el Anexo “Otros Gastos” se detalla el resto de gastos incurridos en la implementación del gimnasio. Estos se generan por el pago de servicios básicos, alquiler, gastos de financiamiento del préstamo realizado, los gastos de publicidad, permisos y tasas, así como también por la capacitación del personal, entre otros.

6.7 DEDUCCIONES TRIBUTARIAS

En el Anexo “Depreciación y Amortización” se estima en 3 años la depreciación para los equipos de computación, 5 años para las máquinas y equipos de ejercicios y 10 años las adecuaciones del local, utilizando el método de línea recta. En cuanto a los gastos de constitución y pre-operativos, estos se amortizan en el primer año.

Análisis Financiero

7. ANÁLISIS FINANCIERO

7.1 FLUJO DE CAJA

Para mantener el nivel de liquidez y solvencia del proyecto se requiere que además del aporte de los socios inversionistas (USD. 90,000.00), la empresa realice un préstamo de USD. 50,000.00 ya que con este préstamo no se presentan problemas de flujo de efectivo sobre todo en el primer año hasta alcanzar nuestro punto de equilibrio.

Como puede apreciarse, con la inversión prevista de USD. 140.000.00 el proyecto se mantiene en muy buena situación de liquidez, tal como se observa en el Anexo “Flujo de Caja”

7.2 ESTADO DE RESULTADOS

Las proyecciones del Estado de Resultados se muestran en el Anexo “Estado de Resultados” cabe anotar que el proyecto genera pérdidas el primer año pero se recupera a partir del segundo año.

7.3 BALANCE GENERAL

El balance general muestra las cifras de implementación del negocio y las operaciones proyectadas en los 5 años siguientes. Las cuentas y el balance general se pueden observar en el Anexo “Balance General”

Análisis de Riesgos e Intangibles

8. ANÁLISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES

8.1 RIESGOS DE MERCADO.

Debido a los problemas políticos que afrontan al país, la instalación de una asamblea constituyente podrían surgir ciertos factores como nuevas leyes que ocasionen un aumento del índice de inflación y la reducción del poder adquisitivo de nuestros consumidores potenciales.

8.2 RIESGOS TÉCNICOS.

Como posible riesgos técnicos sería la dependencia de un proveedor encargado de la importación de las máquinas y equipos especializados para los tratamientos cardiovasculares y articulares que se necesitan en el funcionamiento del gimnasio médico. En todo caso a corto plazo para evitar esta dependencia buscaríamos otros proveedores a nivel nacional que se encarguen de estas importaciones.

8.3 RIESGOS ECONÓMICOS.¹⁵

La reducción del IVA, reforma tributaria que actualmente está en proceso de aprobación afectaría positivamente a Medical Gym, ya que se beneficiarían en la reducción del precio total en la compra de las máquinas especiales e insumos que pagan IVA.

En los últimos meses, las industrias han trasladado los incrementos de sus insumos a los precios de venta al público para alimentos y productos de higiene personal fundamentados en el aumento de los costos de producción del sector.

Incluso el sector de la construcción ha registrado alza de precios en los materiales de construcción de acuerdo a las últimas investigaciones del Banco Central, esto afectaría en el monto presupuestado para las adecuaciones del gimnasio.

¹⁵ Esta información fue tomada de la Revista *Gestiór*, edición Junio 2007.

8.4 RIESGOS FINANCIEROS. ¹⁶

Medical Gym requiere realizar un financiamiento para apoyar al gasto requerido en la inversión inicial y puesta en marcha del negocio, este préstamo se realizará a través de cualquiera de las entidades bancarias que existen en Guayaquil.

La realización de este préstamo influye en un pago de interés y justamente esta variación de tasas de interés aplicado a los préstamos de consumo o corporativo esta en discusión en el poder ejecutivo, legislativo y organismo de control. Regular esta variación de las tasas de interés afectaría en nuestra decisión de acceder a este medio de financiamiento, actualmente la máxima tasa activa de consumo está en 15.39% en la mayoría de entidades bancarias y la mínima la tiene Cofiec 12.44% y Bolivariano con 14.50%. Si el gobierno logra que el congreso apruebe la propuesta de reformas financieras el régimen manejaría la liquidez del sistema, lo que le permitirá incluso determinar una nueva moneda y abandonar la dolarización.

¹⁶ Esta información fue tomada del periódico El Financiero del 25 de Junio del 2007.

Evaluación Integral

9. EVALUACIÓN INTEGRAL DEL PROYECTO

9.1 ANÁLISIS DE LA ESTRUCTURA FINANCIERA.

Los accionistas de la compañía acuerdan que el 10% de las utilidades del ejercicio se mantendrán como reserva legal y el saldo para futuras capitalizaciones de la compañía a partir del 2do. año de operación donde se obtiene una utilidad neta positiva.

Como se observa en el Anexo “Índices Financieros” a partir del segundo año el proyecto presenta la recuperación de los índices financieros. Vemos que en el quinto año la tasa interna de retorno descontada de los flujos de caja percibidos en el proyecto es del 28% y el Valor Actual neto (VAN) del proyecto tomando en cuenta el valor del dinero es de USD. 110,899.81, reflejando un VAN positivo que determina la factibilidad económica de Medical Gym.

La tasa de descuento aplicada en el calculo del VAN es del 10%, esto se consideró tomando como referencia la tasa activa referencial del Banco Central del Ecuador a junio del 2007, menos dos puntos.

Se ha considerado mantener el gasto de arriendo al cuarto y quinto año, pues aunque proyectamos adquirir el inmueble de Medical Gym para el cuarto año, mantenemos este gasto como una provisión por cambios no considerados en los precios de los materiales que se requerirán para construir el inmueble.

Los accionistas esperan una utilidad sobre patrimonio como mínima del 15% como promedio que genere los fondos suficientes para recuperar su inversión dentro de un plazo de 5 años.

Los puntos críticos que se consideraron como riesgos en nuestro proyecto dependen de factores fuera de nuestro control, como son fenómenos climáticos, factores políticos que podrían suprimir todas las previsiones y proyecciones para desarrollo.

El cálculo de este valor se encuentra detallado en el Anexo “TIR y VAN”.

9.2 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.

Para el análisis de sensibilidad se aplicó una reducción del 20% en las ventas proyectadas de los resultados obtenidos en la variación podemos resaltar que no se alcanzó el punto de equilibrio en la ventas el primer año y por consecuencia se obtuvo un flujo de caja negativo, lo que se revierte a partir del segundo año donde se obtuvo un aumento en las ventas proyectadas del 20% anual, registrando al final del año utilidades positivas.

Con la reducción de las ventas proyectadas, los ingresos alcanzados en nuestro flujo de caja son bajos, por lo cual no nos permite realizar la adquisición del terreno para el gimnasio hasta el tercer o cuarto año e iniciar la construcción en el quinto.

Adicionalmente manteniendo nuestra pretensión de inversiones en local y construcción de edificio, el retorno de la inversión no sería posible hasta el quinto año. Pero el flujo de caja sería positivo, las utilidades estarían en un rango razonable y la utilidad sobre activos estaría arriba del 20% a partir del segundo año.

En resumen, los resultados financieros mejoran si se alcanza el punto de equilibrio desde el primer año.

Anexos

10. ANEXOS.

10.1 MODELO DE ENCUESTA.

Se detalla a continuación el modelo de la encuesta desarrollada para el estudio de mercado de Medical Gym.

Objetivos:

El objetivo de esta encuesta es:

- Conocer cual es el perfil del consumidor potencial a través de variables como sexo, edad, lugar donde vive, forma de pago, etc.
- Medir índice de precios a pagar por membresías que ofrece Medical Gym.
- Medir la Frecuencia de uso de servicios y de asistencia que podría ofrecer Medical Gym.
- Evaluar al cliente, como canal de promoción para llegar a otros clientes.
- Conocer las opiniones del consumidor potencial sobre su interés en un gimnasio médico y los servicios que le gustaría recibir y la cantidad que estaría dispuesto a pagar.



ENCUESTA “MEDICAL GYM” - GIMNASIO MÉDICO

Por favor puede responder a las siguientes preguntas de esta encuesta:

Edad:		Sexo:	Masculino	Femenino
Ocupación/Profesión:				
Sector donde vive:	Norte		Centro	Sur

1. Ud. asiste o ha asistido a un gimnasio?

Si ☐ No ☐

Nombre del Gimnasio: _____

Sector donde está ubicado: Norte ☐ Sur ☐ Centro ☐

2. Su principal interés al asistir a un gimnasio es:
[Puede seleccionar más de una opción]

Por Salud ☐
 Por Estética ☐
 Por Amistades ☐
 Otros: ☐ ¿Cuál? _____

3. Ud. dejó de asistir a un gimnasio por que le ocasionaba algún problema en su salud?

Si ☐ No ☐

Especifique: _____

4. Ud. actualmente adolece de algunas de las enfermedades que detallamos a continuación:
[Puede seleccionar más de una opción]

Diabetes ☐
 Hipertensión ☐
 Colesterol ☐
 Stress ☐
 Enfermedad Cardiovascular ☐
 Artritis ☐
 Reumatismo ☐
 Lesiones articulares (dolor muscular) ☐
 Otras ☐ ¿Cuál? _____

5. Ud. estaría dispuesto asistir a un gimnasio médico que le ofrezca programas de ejercicios personalizados, asistido por profesionales médicos, (nutricionista, traumatólogos, fisioterapeutas, cardiólogos) cuyo fin principal sea el mejoramiento de su salud.

Si ☐ No ☐

6. Ud. recomendaría asistir a este gimnasio médico a otra persona?

Si ☐ No ☐



A quién recomendaría?

[Puede seleccionar más de una opción]

Padres

Hermanos

Abuelos

Amigos

Otros

¿Cuál?

7. Con que frecuencia asistiría a este gimnasio médico?

Diariamente

De 2 a 3 veces por semana

Los fines de semana

Otra frecuencia

¿Cuál?

8. Indíquenos cual de los siguientes servicios serían de su interés en este gimnasio médico:

[Puede seleccionar más de una opción]

a) Preparación física para la tercera edad

☐

b) Programa de ejercicios para personas con :

☐ Diabetes	
☐ Hipertensión	
☐ Colesterol	

c) Programas de ejercicios para problemas físicos:

☐ Reumatismos	
☐ Fracturas	
☐ Dolores musculares	

d) Programa de ejercicios cardiovasculares

☐

e) Terapias de recuperación post-parto

☐

f) Terapia Antiestrés

☐

g) Terapias Alternativas:

☐ Masajes	
☐ Yoga	
☐ Reflexología	
☐ Acupuntura	
☐ Aromaterapia	
☐ Homeopatía	

h) Otros (Indíquenos cuáles)



9. Cuánto ud. estaría dispuesto a pagar por las siguientes membresías mensualmente?
[Indicar el precio, en aquellas membresías que ud. tenga interés, una o más]

MEMBERSIA	SERVICIOS INCLUIDOS
<u>CARDIO GOLD</u> Para personas con problemas de hipertensión, colesterol, diabetes y afines.	■ Chequeo Previo ■ Historia Clínica ■ Consulta semanal con Especialistas ■ Consulta semanal del Nutricionista ■ Ejercicios Cardiovasculares asistidos (5 sesiones por semana de 2 horas: horarios a escoger) ■ Control de presión arterial
Cuál sería el precio que desea pagar?	\$ _____

<u>OSTEO GOLD</u> Las personas con problemas de osteoporosis, reumatismos y afines.	■ Chequeo Previo ■ Historia Clínica ■ Consulta semanal con Especialistas (Reumatólogo) ■ Consulta semanal del Nutricionista ■ Ejercicios asistidos para disminuir el dolor y fortalecer músculos y articulaciones (5 sesiones por semana de 2 horas: horarios a escoger) ■ Control de presión arterial
Cuál sería el precio que desea pagar?	\$ _____

<u>ESTRUCTURAL GOLD</u> Las personas con problemas de lesiones físicas (fracturas, esguinces, etc.) y afines.	■ Chequeo Previo ■ Historia Clínica ■ Consulta semanal con Especialistas (Traumatólogo) ■ Consulta semanal del Nutricionista ■ Ejercicios asistidos para fortalecer huesos y articulaciones (5 sesiones por semana de 2 horas: horarios a escoger). ■ Control de presión arterial
Cuál sería el precio que desea pagar?	\$ _____

<u>BASICO</u> Las personas que requieran atención ejercicios asistidos por prevención y control	■ Chequeo Previo ■ Historia Clínica ■ Consulta semanal del Nutricionista ■ Ejercicios especializados asistidos (5 sesiones por semana de 2 horas: horarios a escoger)
Cuál sería el precio que desea pagar?	\$ _____



10. Ud. Preferiría un paquete diferente a los presentados anteriormente?

Si

☐

No

☐

¿Qué le gustaría que
incluya este paquete? :

¿Cuanto pagaría por el mismo? \$ _____

11.Cuál sería la forma de pago que ud. prefiere usar para cancelar estas membresías?

En efectivo

☐

Tarjeta de Crédito

☐

Débito a cuenta bancaria

☐

Banco

Otros:

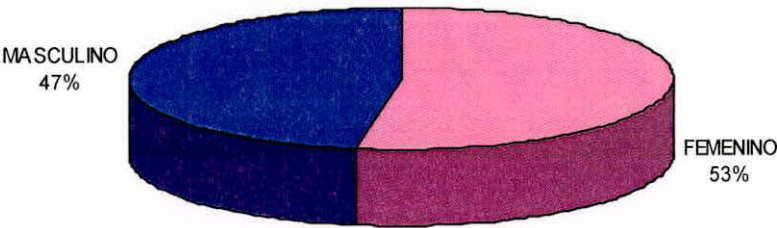
☐

¿Cuál? :

10.2 ESTUDIO DE MERCADO

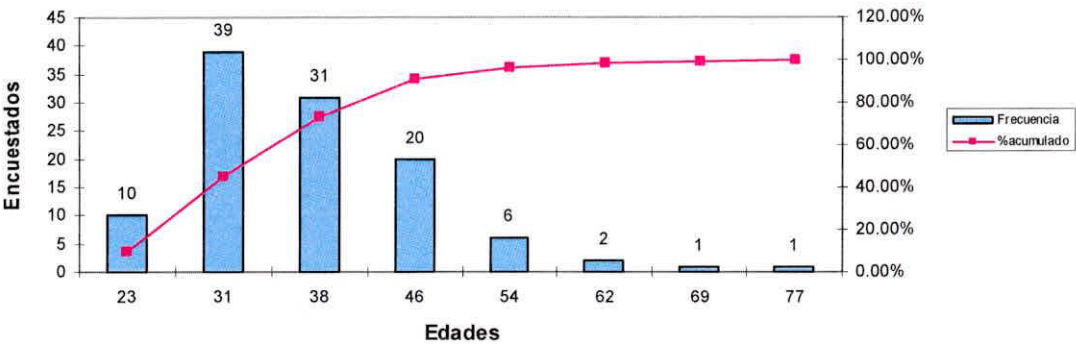
De la encuesta realizada a 110 personas que cumplía con las características de nuestro mercado potencial se obtuvo los siguientes resultados:

Estadística General de los Encuestados por Sexo

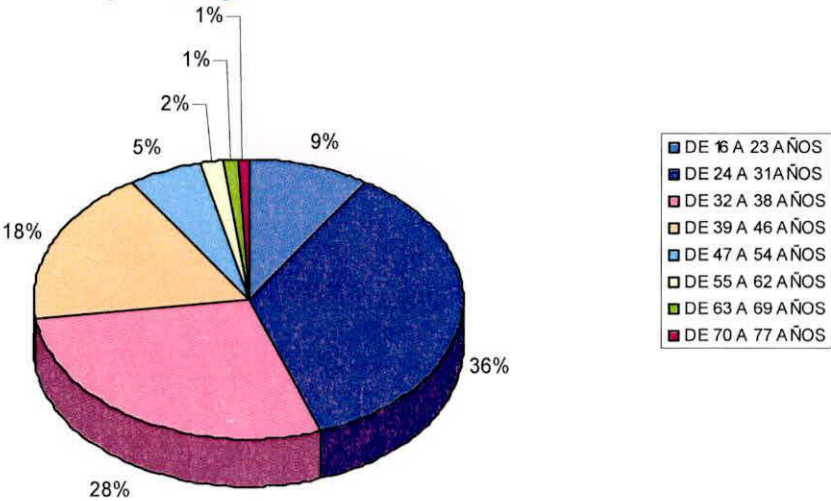


El 47% de los encuestados pertenece al sexo masculino y el 53% al sexo femenino.

Histograma Por Edad de los Encuestados

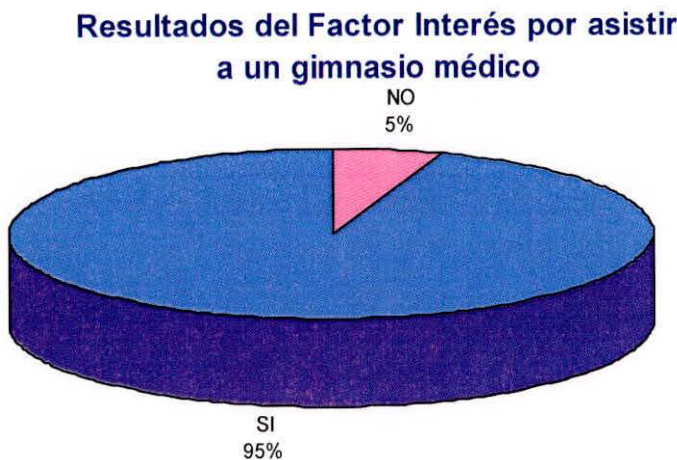


Estadística General de los Encuestados por rangos de Edad



De acuerdo a los resultados obtenidos en este histograma y gráfica por edades de los encuestados podemos mencionar que el grupo de edad 24 a 31 años de edad posee el mayor número de encuestados y representa el 36% (39 encuestados) y le sigue el grupo de 32 a 38 años de edad con un 28% (31 encuestados).

Dentro de las preguntas formuladas en la encuesta obtuvimos los siguientes resultados con respecto al factor interés por asistir a un gimnasio médico.



El 95% (104 encuestados) de los 110 encuestados demuestra un interés por asistir a un gimnasio médico para tratar su enfermedad o alguna dolencia que posea.

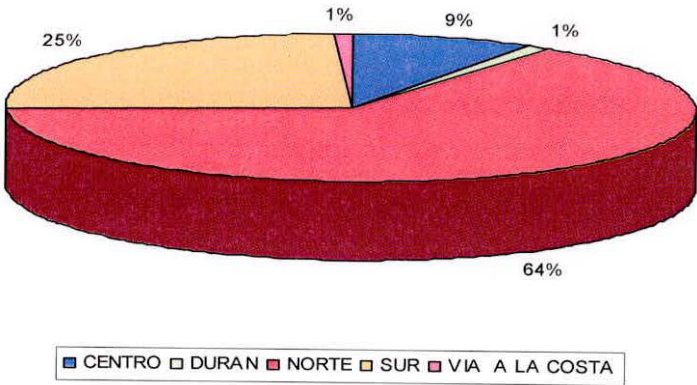


Ese porcentaje corresponde al 54% del sexo femenino y el 46% al sexo masculino correspondiente a los 104 encuestados con preferencia en asistir a un gimnasio médico. Otros resultados obtenidos de estos 104 encuestados que demostraron interés por asistir a

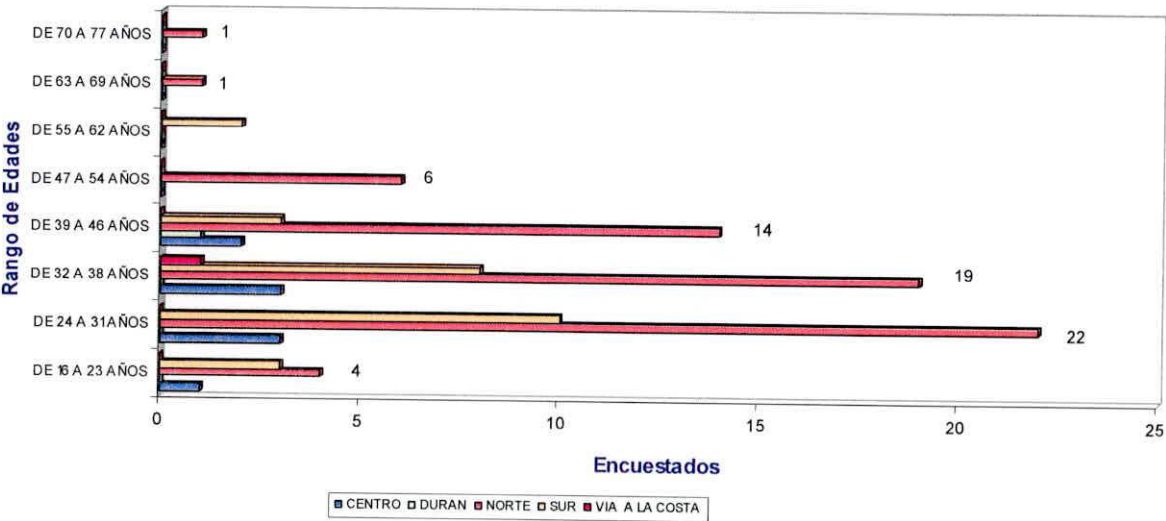
gimnasio médico tenemos que la mayoría viven en el Norte, 67 encuestados que representan el 64%, y que 22 de los encuestados que viven en el sector Norte oscilan entre los 24 a 31 años de edad y 19 oscilan entre los 32 a 38 años de edad.

Sector Donde Vive	Encuestados
CENTRO	9
DURAN	1
NORTE	67
SUR	26
VIA A LA COSTA	1
TOTAL:	104

Análisis por Sector donde vive el Encuestado con interés por Asistir a un gimnasio médico

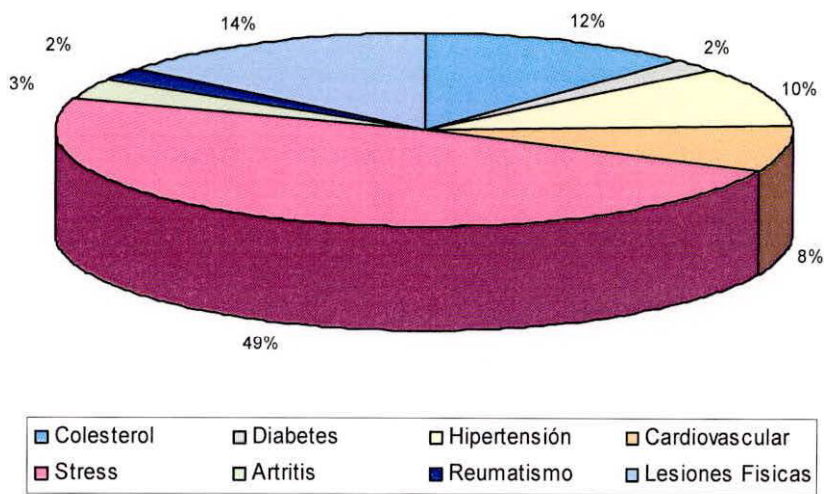


Distribución por Edades de los Encuestados con interés por asistir a un gimnasio médico y por Sector



De los 104 encuestados, tenemos que el análisis por enfermedades nos muestra que 91 de ellos actualmente padecen alguna enfermedad tratada en un gimnasio médico, la enfermedad con mayor porcentaje es Stress con un 49%, 26 mujeres y 18 hombres, continúan en menor escala Colesterol y Lesiones Físicas con un 14% y 12% respectivamente.

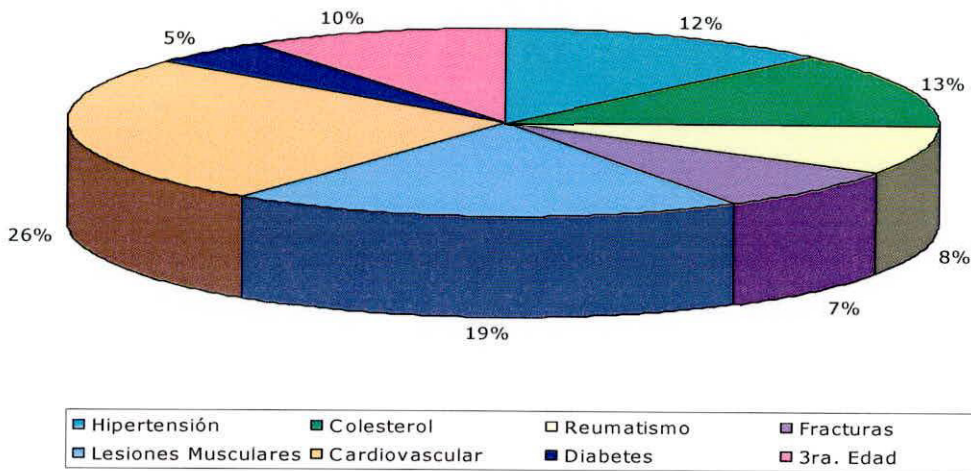
Análisis de Enfermedades de los encuestados con interés por asistir a un gimnasio médico



Sexo	Colesterol	Diabetes	Hipertensión	Cardiovascular	Stress	Artritis	Reumatismo	Lesiones Físicas	TOTAL
FEMENINO	5	1	3	4	26	2	1	8	50
MASCULINO	6	1	6	3	18	1	1	5	41
TOTAL	11	2	9	7	44	3	2	13	91

De las respuestas de los encuestados con interés en asistir a un gimnasio médico se evaluó la preferencia en aplicar ejercicios asistidos como terapias para controlar el avance de la enfermedad que padezcan, los encuestados podían señalar una o más enfermedades. De este análisis los datos relevantes es que un 26% fueron respuestas afirmativas en usar terapias de ejercicios asistidos para enfermedades cardiovasculares, continuando tenemos las lesiones musculares, colesterol y hipertensión con un 19%, 13% y 12% respectivamente

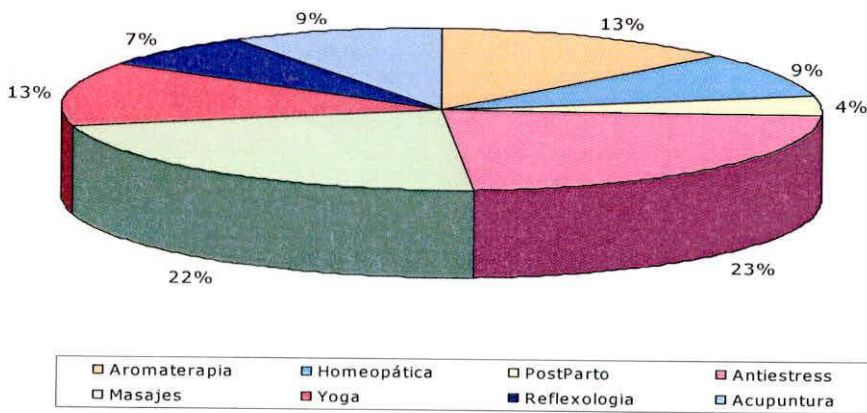
Preferencia por Ejercicios como Terapias para tratar enfermedades tradicionales de los Encuestados con interés por asistir a un gimnasio médico



Sexo	Hipertensión	Colesterol	Reumatismo	Fracturas	Lesiones Musculares	Cardiovascular	Diabetes	3ra. Edad	TOTAL
FEMENINO	13	15	11	8	28	32	5	9	121
MASCULINO	14	13	7	8	14	23	5	12	96
TOTAL	27	28	18	16	42	55	10	21	217

Con un 23%, las terapias alternativas antiestrés poseen una gran demanda de los encuestados que estarían dispuestos a asistir a un gimnasio médico, continúan en menor escala, los masajes relajantes, yoga y aromaterapia con un 22%, 13%, 13% respectivamente, cabe indicar que los encuestados señalar una o más terapias como preferencia.

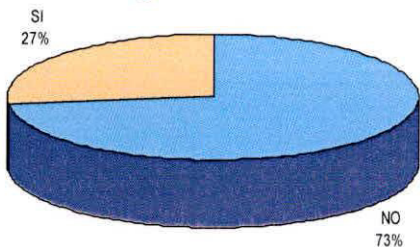
Preferencia por Terapias Alternativas de los Encuestados con interés por asistir a un gimnasio médico



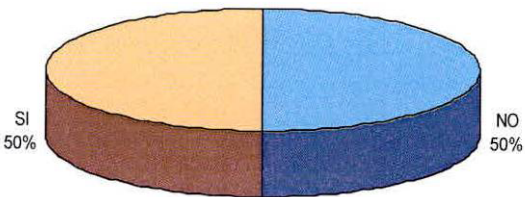
Sexo	Aromaterapia	Homeopática	PostParto	Antiestress	Masajes	Yoga	Reflexologia	Acupuntura	TOTAL
D	28	21	11	41	41	27	13	14	196
NO	11	6	1	29	27	12	8	14	109
	39	27	12	70	68	39	21	28	304

También se evaluó la frecuencia de asistencia de los encuestados y principalmente analizamos las respuestas obtenidas de las personas que demostraron interés en asistir y usar los servicios e instalaciones de un gimnasio médico.

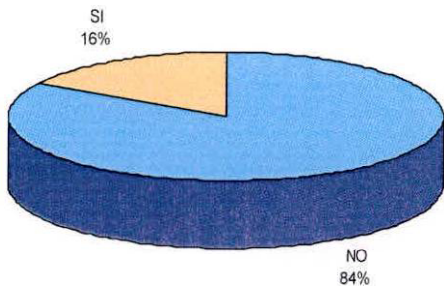
Interés en asistir diariamente a las instalaciones de un gimnasio médico



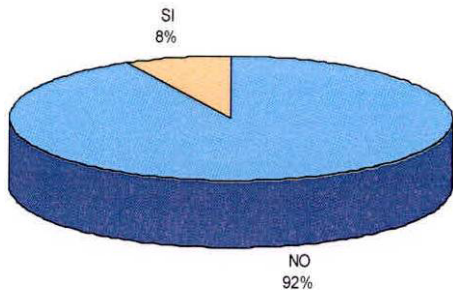
Interés en asistir 2 a 3 veces a la semana a las instalaciones de un gimnasio médico



Interés en asistir solo los fines de semana a las instalaciones de un gimnasio médico



Interés en asistir con otra frecuencia no establecida en la encuesta a las instalaciones de un gimnasio médico

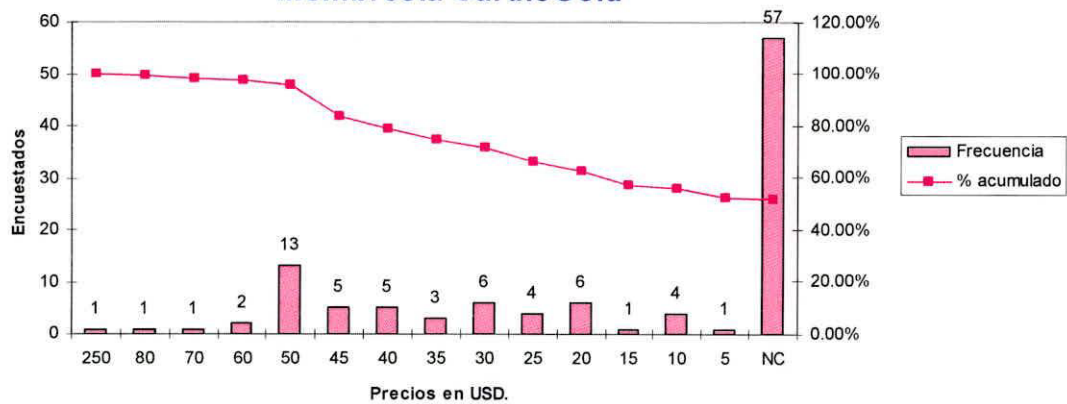


La frecuencia de asistencia que reporta un mayor porcentaje corresponde al interés en asistir de 2 a 3 veces a la semana con un 50% (52 encuestados), le sigue luego la frecuencia diaria con un 27%, 28 de los 104 encuestados con interés en asistir a las instalaciones de un gimnasio médico.

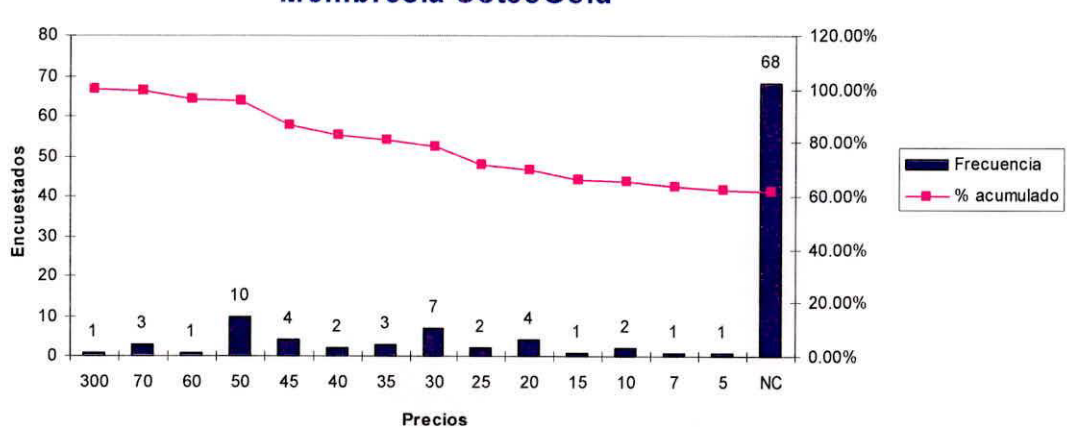
Otro análisis relevante de la información obtenida de la encuesta tenemos que nuestro mercado potencial encuestado prefiere pagar por nuestras membresías menos de USD. 50.00 pero si establecemos ese precio como final podemos decir que nuestros ingresos

mensuales como ejemplo, si arrancamos con 20 clientes será USD. 1,000.00

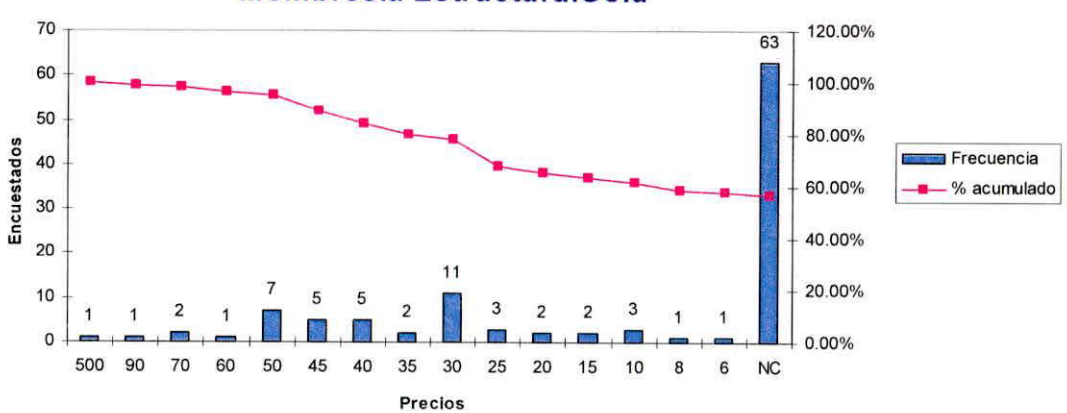
**Aceptación de Precios para
Membresia CardioGold**



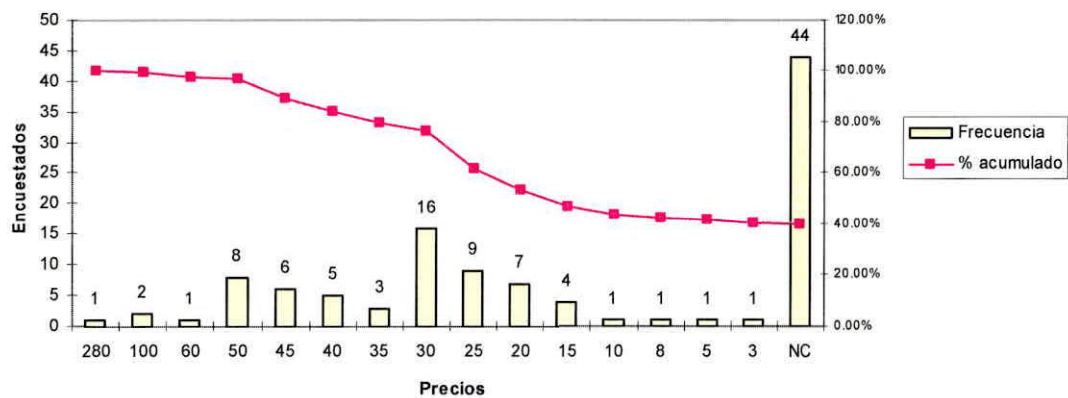
**Aceptación de Precios para
Membresia OsteoGold**



**Aceptación de Precios para
Membresia EstructuralGold**

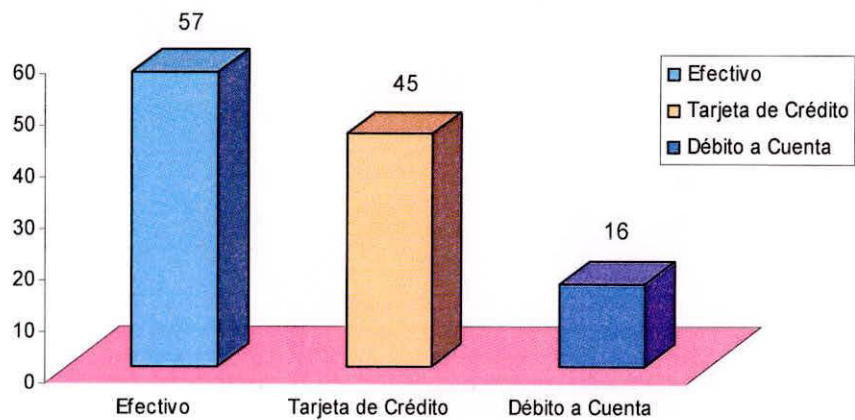


Aceptación de Precios para
Membresía Básico



Otra evaluación que realizamos fue la forma de pago que los encuestados con interés en asistir a un gimnasio médico prefieren al momento de pagar por los servicios brindados, según estos resultados 57 de los 104 encuestados prefieren cancelar en efectivo y 45 con tarjeta de crédito.

Preferencia en la forma de pago de los encuestados
con interés en asistir a un gimnasio médico



10.3 PUNTO DE EQUILIBRIO.

Precio de Venta
Costo variable
Margen de Contribución
(x) Participación en las ventas
(=) Margen de Contribución Ponderado

Membresías de Medical Gym				
Cardio Gold	Osteo Gold	Estructural Gold	Básico	
\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 80.00	\$ 40.00	
\$ 13.50	\$ 13.50	\$ 13.50	\$ 13.50	
\$ 66.50	\$ 66.50	\$ 66.50	\$ 26.50	
20%	20%	20%	40%	
\$ 13.30	\$ 13.30	\$ 13.30	\$ 10.60	

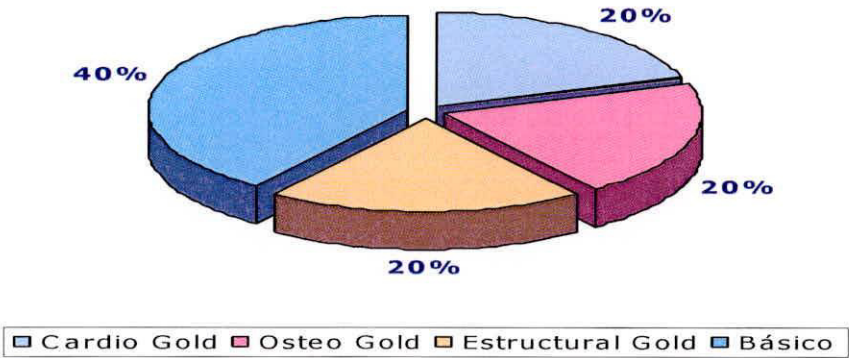
Costos Fijos
Margen de Contribución

\$ 184,328.11
\$ 50.50

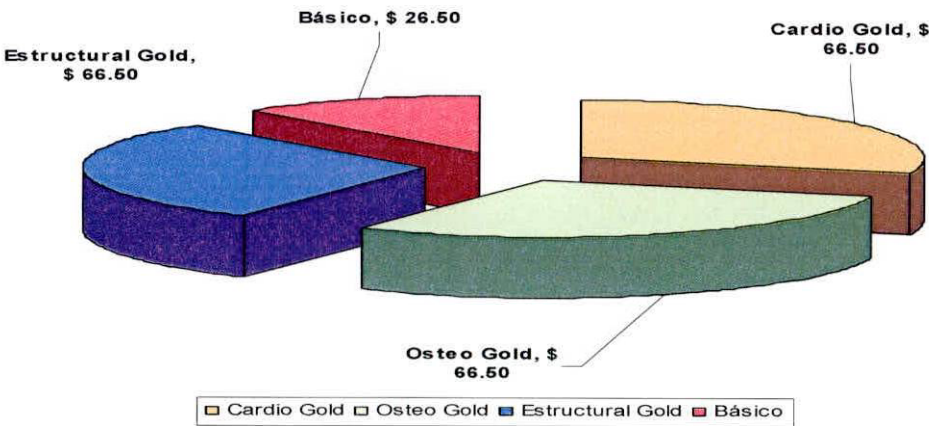
Punto de Equilibrio

3,650	membresías totales anuales
304	membresías totales mensuales
61	membresías mensuales cardio gold
61	membresías mensuales osteo gold
61	membresías mensuales estructural gold
122	membresías mensuales básico gold

Margen de Participación de Membresías Medical Gym



Margen de Contribución de Membresías



10.4 CÁLCULO DE LA CAPACIDAD INSTALADA.

		REQUERIDO POR HORA	
AREAS	AREA METROS CUADRADOS	# CLIENTES	PERSONAL
Actividades Acuaticas		5	1 Fisioterapeuta
MAQUINAS		22	2 Fisioterapeuta
YOGA, TAICHI , AEROBICOS		20	1 Fisioterapeuta
			2 Entrenador Fisico
TOTAL CAPACIDAD POR HORA		47	6
TOTAL TURNOS DIARIO		16	
TOTAL CAPACIDAD MAXIMA INSTALADA POR DIA		752	

10.5 CONSUMOS UNITARIOS POR FAMILIA DE PRODUCTOS

Insumos	Item	Unidad	Valor	Consumo unitario / mes / persona	Total
	Gel de Ultrasonido	Galón	\$ 10.00	10%	\$ 1.00
	Cremas Hidratantes	litro	\$ 5.00	5%	\$ 0.25
	Servilletas	Paquete	\$ 1.50	5%	\$ 0.08
	Compresa Caliente Espinal	Un.	\$ 43.00	2%	\$ 0.86
	Compresa Caliente Cervical	Un.	\$ 23.00	2%	\$ 0.46
	Cremas anti-inflamatorias	100 ml.	\$ 4.00	20%	\$ 0.80
	Algodón	Paquete	\$ 0.80	5%	\$ 0.04
	Alcohol	litro	\$ 1.50	1%	\$ 0.02

Mano de Obra	Item	Unidad	Valor	Consumo unitario / mes / persona	Total
	Honorarios a Especialistas	Cliente	\$ 10.00	100%	\$ 10.00

COSTO VARIABLE UNITARIO	\$ 13.50
-------------------------	----------

10.6 INVERSIÓN DE ACTIVOS FIJOS.

Descripción	Precio Unitario	Cantidad	Precio Total
Equipo de Oficina			
Computadoras	650.00	3.00	1,950.00
Impresora Laser	200.00	1.00	200.00
Fax	70.00	1.00	70.00
Televisores	300.00	5.00	1,500.00
DVD	80.00	2.00	160.00
Total Equipo de Oficina			3,880.00
Muebles y Enseres			
Escritorios	500.00	5.00	2,500.00
Sillas	80.00	10.00	800.00
Archivadores	80.00	2.00	160.00
Mesa para reuniones	200.00	1.00	200.00
Camillas	150.00	3.00	450.00
Isla para bazar	400.00	1.00	400.00
Equipos de cocina	300.00	1.00	300.00
Refrigerador tipo vitrina	600.00	1.00	600.00
Mesa y sillas para restaurante	220.00	4.00	880.00
Total Muebles y Enseres			6,290.00
Adecuaciones de Local			
Central de Aire Acondicionado 60.000 BTU	3,000.00	1.00	3,000.00
Sistema de Alarmas	1,500.00	1.00	1,500.00
Extintor	50.00	5.00	250.00
Sauna	2,000.00	1.00	2,000.00
Casilleros	500.00	1.00	500.00
Readecuaciones Varias	2,000.00	1.00	2,000.00
Total Adecuaciones del Local			9,250.00
Equipos y maquinaria			
Caminadoras	3,995.00	8.00	31,960.00
Bicicletas Estacionarias	1,999.00	4.00	7,996.00
Bicicletas Elípticas	2,099.00	4.00	8,396.00
Equipos de Fuerza	2,499.00	2.00	4,998.00
Banca Plana	229.00	4.00	916.00
Balones Medicinales	15.00	20.00	300.00
Colchonetas	35.00	20.00	700.00
Gradas-Escaleras	35.00	20.00	700.00
Pesas	6.00	20.00	120.00
Bandas elásticas	12.00	20.00	240.00
Tubos de Resistencia	25.00	20.00	500.00
Otras maquinas de ejercicios	2,000.00	1.00	2,000.00
Tanque de compresas	1,700.00	1.00	1,700.00
Esterilizador	1,100.00	1.00	1,100.00
Maquina de Parafina	400.00	1.00	400.00
Relojes medidores de presión	48.00	10.00	480.00
Láser	4,000.00	1.00	4,000.00
Magneto	4,100.00	1.00	4,100.00
Ultrasonido	2,000.00	2.00	4,000.00
Electro-estimulador + Ultrasonido	3,300.00	1.00	3,300.00
Total Equipos y Maquinarias			77,906.00
Total Activos Fijos			97,326.00



Nota: Las caminadoras Landice L770 Club Pro Sports Trainer y bicicletas deben ser CTR2 Elíptico Ergometro Kettler, Endurance B3U de Body Solid, Body Solid Dual Cable Column SDC2000G

10.7 GASTOS DE DEPRECIACIÓN.

Descripción	Periodo	Costo de adquisición	% Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada
Equipo de computación	0	3,880.00	33.33%		
	1			1,293.33	1,293.33
	2			1,293.33	2,586.67
	3			1,293.33	3,880.00
	4	5,000.00	33.33%	1,666.67	5,546.67
	5			1,666.67	7,213.33
	6			1,666.67	8,880.00

Descripción	Periodo	Costo de adquisición	% Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada
Muebles y Enseres	0	6,290.00	10.00%		
	1			629.00	629.00
	2			629.00	1,258.00
	3			629.00	1,887.00
	4			629.00	2,516.00
	5			629.00	3,145.00
	6			629.00	3,774.00
	7			629.00	4,403.00
	8			629.00	5,032.00
	9			629.00	5,661.00
	10			629.00	6,290.00

Descripción	Periodo	Costo de adquisición	% Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada
Adecuaciones de Local	0	9,250.00	10.00%		
	1			925.00	925.00
	2			925.00	1,850.00
	3			925.00	2,775.00
	4			925.00	3,700.00
	5			925.00	4,625.00
	6			925.00	5,550.00
	7			925.00	6,475.00
	8			925.00	7,400.00
	9			925.00	8,325.00
	10			925.00	9,250.00

Descripción	Periodo	Costo de adquisición	% Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada
Edificio	1				
	2				
	3				
	4	80,000.00	10%	8,000.00	8,000.00
	5			8,000.00	16,000.00
	6			8,000.00	24,000.00
	7			8,000.00	32,000.00
	8			8,000.00	40,000.00
	9			8,000.00	48,000.00
	10			8,000.00	56,000.00
	11			8,000.00	64,000.00
	12			8,000.00	72,000.00
	13			8,000.00	80,000.00

Descripción	Periodo	Costo de adquisición	% Depreciación	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada
Equipos y maquinaria	1	77,906.00	20.00%	15,581.20	15,581.20
	2	35,000.00		22,581.20	38,162.40
	3	35,000.00		29,581.20	67,743.60
	4	35,000.00		36,581.20	104,324.80
	5	35,000.00		36,581.20	140,906.00
	6	35,000.00		21,000.00	161,906.00
	7			21,000.00	182,906.00
	8			21,000.00	203,906.00
	9			21,000.00	224,906.00
	10			21,000.00	245,906.00

Descripción	Periodo	Depreciación Anual	Depreciación Acumulada
Total			
	1	18,428.53	18,428.53
	2	25,428.53	43,857.07
	3	32,428.53	76,285.60
	4	47,801.87	124,087.47
	5	47,801.87	171,889.33
	6	32,220.67	204,110.00
	7	30,554.00	234,664.00
	8	31,183.00	265,847.00
	9	31,183.00	297,030.00
	10	1,554.00	298,584.00

10.8 AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO.

Escriba los valores	
Importe del préstamo	50,000.00
Interés anual	13.50 %
Periodo del préstamo en años	3
Número de pagos anuales	12
Fecha inicial del préstamo	01/01/2008
Pagos extra opcionales	

Resumen del préstamo	
Pago programado	1,696.76
Número de pagos programados	36
Número real de pagos	36
Total de adelantos	0.00
Interés total	11,083.52

Entidad financiera: Banco Amazonas

Pago N°	Fecha del pago	Saldo inicial	Pago programado	Pago extra	Pago total	Capital	Intereses	Saldo final
1	01/02/2008	50,000.00	1,696.76	0.00	1,696.76	1,134.26	562.50	48,865.74
2	01/03/2008	48,865.74	1,696.76	0.00	1,696.76	1,147.02	549.74	47,718.71
3	01/04/2008	47,718.71	1,696.76	0.00	1,696.76	1,159.93	536.84	46,558.78
4	01/05/2008	46,558.78	1,696.76	0.00	1,696.76	1,172.98	523.79	45,385.80
5	01/06/2008	45,385.80	1,696.76	0.00	1,696.76	1,186.17	510.59	44,199.63
6	01/07/2008	44,199.63	1,696.76	0.00	1,696.76	1,199.52	497.25	43,000.11
7	01/08/2008	43,000.11	1,696.76	0.00	1,696.76	1,213.01	483.75	41,787.10
8	01/09/2008	41,787.10	1,696.76	0.00	1,696.76	1,226.66	470.10	40,560.44
9	01/10/2008	40,560.44	1,696.76	0.00	1,696.76	1,240.46	456.30	39,319.98
10	01/11/2008	39,319.98	1,696.76	0.00	1,696.76	1,254.41	442.35	38,065.56
11	01/12/2008	38,065.56	1,696.76	0.00	1,696.76	1,268.53	428.24	36,797.04
12	01/01/2009	36,797.04	1,696.76	0.00	1,696.76	1,282.80	413.97	35,514.24
13	01/02/2009	35,514.24	1,696.76	0.00	1,696.76	1,297.23	399.54	34,217.01
14	01/03/2009	34,217.01	1,696.76	0.00	1,696.76	1,311.82	384.94	32,905.19
15	01/04/2009	32,905.19	1,696.76	0.00	1,696.76	1,326.58	370.18	31,578.61
16	01/05/2009	31,578.61	1,696.76	0.00	1,696.76	1,341.51	355.26	30,237.10
17	01/06/2009	30,237.10	1,696.76	0.00	1,696.76	1,356.60	340.17	28,880.50
18	01/07/2009	28,880.50	1,696.76	0.00	1,696.76	1,371.86	324.91	27,508.65
19	01/08/2009	27,508.65	1,696.76	0.00	1,696.76	1,387.29	309.47	26,121.35
20	01/09/2009	26,121.35	1,696.76	0.00	1,696.76	1,402.90	293.87	24,718.46
21	01/10/2009	24,718.46	1,696.76	0.00	1,696.76	1,418.68	278.08	23,299.77
22	01/11/2009	23,299.77	1,696.76	0.00	1,696.76	1,434.64	262.12	21,865.13
23	01/12/2009	21,865.13	1,696.76	0.00	1,696.76	1,450.78	245.98	20,414.35
24	01/01/2010	20,414.35	1,696.76	0.00	1,696.76	1,467.10	229.66	18,947.25
25	01/02/2010	18,947.25	1,696.76	0.00	1,696.76	1,483.61	213.16	17,463.64
26	01/03/2010	17,463.64	1,696.76	0.00	1,696.76	1,500.30	196.47	15,963.34
27	01/04/2010	15,963.34	1,696.76	0.00	1,696.76	1,517.18	179.59	14,446.16
28	01/05/2010	14,446.16	1,696.76	0.00	1,696.76	1,534.25	162.52	12,911.92
29	01/06/2010	12,911.92	1,696.76	0.00	1,696.76	1,551.51	145.26	11,360.41
30	01/07/2010	11,360.41	1,696.76	0.00	1,696.76	1,568.96	127.80	9,791.45
31	01/08/2010	9,791.45	1,696.76	0.00	1,696.76	1,586.61	110.15	8,204.84
32	01/09/2010	8,204.84	1,696.76	0.00	1,696.76	1,604.46	92.30	6,600.38
33	01/10/2010	6,600.38	1,696.76	0.00	1,696.76	1,622.51	74.25	4,977.87
34	01/11/2010	4,977.87	1,696.76	0.00	1,696.76	1,640.76	56.00	3,337.11
35	01/12/2010	3,337.11	1,696.76	0.00	1,696.76	1,659.22	37.54	1,677.89
36	01/01/2011	1,677.89	1,696.76	0.00	1,677.89	1,659.01	18.88	0.00

10.9 DEDUCCIONES DIFERIDAS.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
DEPRECIACION	18,428.53	25,428.53	32,428.53	47,801.87	47,801.87
AMORTIZACION	5,089.20				
AGOTAMIENTO					
DEDUCCIONES DIFERIDAS					
TOTAL DE DEDUCCIONES TRIBUTARIAS	23,517.73	25,428.53	32,428.53	47,801.87	47,801.87

10.10 PRESUPUESTO DE GASTO DE PERSONAL.

Descripción	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL 1er AÑO	TOTAL 2do. AÑO	TOTAL 3er. AÑO	TOTAL 4to. AÑO	TOTAL 5to. AÑO
Sueldos Personal de Planta	-	4,330.00	4,330.00	4,330.00	4,330.00	4,990.00	4,990.00	4,990.00	4,990.00	6,040.00	6,040.00	6,040.00	6,040.00	61,440.00	89,334.00	107,692.20	123,846.03	142,422.93
Horas Extras	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Asignaciones al IESS y Secap	-	526.10	526.10	526.10	526.10	606.29	606.29	606.29	606.29	733.86	733.86	733.86	733.86	7,464.96	10,854.08	13,084.60	15,047.29	17,304.39
Vacaciones	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,722.25	4,487.18	5,160.25	5,934.29
Fondos de Reserva	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bonificación Complementaria	-	173.33	173.33	173.33	173.33	173.33	173.33	173.33	173.33	173.33	173.33	173.33	173.33	2,080.00	3,570.00	4,320.00	5,400.00	6,750.00
Decimo Cuarto	-	-	-	-	650.00	-	-	-	-	-	-	-	-	650.00	3,360.00	4,080.00	5,100.00	6,375.00
Participación de Utilidades a Trabajadores	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Decimo Tercero	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Decimo Tercero	-	5,029.43	5,029.43	5,029.43	5,029.43	5,769.62	5,769.62	5,769.62	5,769.62	6,947.19	6,947.19	6,947.19	6,947.19	76,754.96	125,729.33	163,665.98	188,059.77	217,768.90
Total Sueldos al Personal de Planta	-	5,029.43	5,029.43	5,029.43	5,029.43	5,769.62	5,769.62	5,769.62	5,769.62	6,947.19	6,947.19	6,947.19	6,947.19	76,754.96	125,729.33	163,665.98	188,059.77	217,768.90
Honorarios a Especialistas	-	300.00	510.00	720.00	960.00	1,380.00	1,650.00	1,800.00	1,950.00	2,160.00	2,310.00	2,400.00	2,550.00	18,690.00	25,714.00	30,854.80	1,762.56	2,115.07
Total Sueldos mas Honorarios	-	5,329.43	5,539.43	5,749.43	6,039.43	7,149.62	7,419.62	7,569.62	7,719.62	9,107.19	9,257.19	9,347.19	9,497.19	95,444.96	151,443.33	194,520.78	189,822.33	219,883.97

NÓMINA DE PERSONAL

Personal Administrativo	Número de Personas									Salario de Personal (MENSUAL)						TOTAL SUELDO PERSONAL (ANUAL)					
	I Cuatrimestre			II Cuatrimestre			III Cuatrimestre			1er. Año	2er. Año	3er. Año	1er. Año	2er. Año	3er. Año	1er. Año	2er. Año	3er. Año			
Administrador	1			1	1	1				1 500.00	525.00	551.25	2 000.00	2 000.00	2 000.00	6 300.00	6 300.00	6 300.00			
Secretaria							1	1	1	160.00	168.00	176.40				640.00	640.00	640.00			
Limpieza y Guardiana							1	1	1	160.00	168.00	176.40				640.00	640.00	640.00			
Recepcionista							1	1	1	160.00	168.00	176.40				640.00	640.00	640.00			
Totales	3	4	4	4	4	4				980.00	1 029.00	1 080.45	3 280.00	3 920.00	3 920.00	12 348.00	12 348.00	12 965.40			

Personal Operativo	Número de Personas									Salario de Personal (MENSUAL)						TOTAL SUELDO PERSONAL (ANUAL)					
	I Cuatrimestre			II Cuatrimestre			III Cuatrimestre			1er. Año	2er. Año	3er. Año	1er. Año	2er. Año	3er. Año	1er. Año	2er. Año	3er. Año			
Nutricionista	1			1	1	1				1 500.00	525.00	551.25	2 000.00	2 000.00	2 000.00	6 300.00	6 300.00	6 615.00			
Fisioterapeutas	4			4	6	8				400.00	420.00	441.00	6 400.00	6 400.00	9 600.00	40 320.00	53 920.00	59 615.00			
Enfermera	1			1	1	1				160.00	168.00	176.40	640.00	640.00	640.00	2 016.00	2 016.00	2 116.80			
Entrenadores fisicos	3			3	4	5				250.00	262.50	275.63	3 000.00	3 000.00	4 000.00	15 750.00	19 845.00	21 815.00			
Doctor General	1			2	2	2				500.00	525.00	551.25	2 000.00	2 000.00	4 000.00	12 600.00	16 800.00	18 330.00			
Totales	10	11	14	17	20	24				1 310.00	1 375.50	1 444.28	14 040.00	16 040.00	20 240.00	76 986.00	94 726.80	104 726.80			

ESPECIALISTAS POR SERVICIOS PRESTADOS	Número	Pago por Pécete
Cardiologo	1	10.00
Traumatologo	1	10.00
Reumatologo	1	10.00
Homeopata	1	10.00

10.11 INVERSIÓN EN CAPITAL DE TRABAJO.

Descripción	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total AÑO1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alquiler		2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	24,000.00	30,000.00	37,500.00	46,875.00	58,593.75
Teléfono		50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00	750.00	937.50	1,171.88	1,464.84
Insumos Gimnasio		675.00	1,147.50	1,620.00	2,160.00	3,105.00	3,712.50	4,050.00	4,387.50	4,860.00	5,197.50	5,400.00	5,737.50	42,052.50	52,565.63	65,707.03	82,133.79	102,667.24
Compras Bazar	500.00	416.67	500.00	566.67	625.00	725.00	775.00	833.33	916.67	1,000.00	1,041.67	1,108.33	1,166.67	10,175.00	12,718.75	15,898.44	19,873.05	24,841.31
Compras Cafeteria	2,000.00	714.29	857.14	1,071.43	1,250.00	1,428.57	1,607.14	1,785.71	1,928.57	2,035.71	2,142.86	2,392.86	2,642.86	21,857.14	27,321.43	34,151.79	42,689.73	53,362.17
Total	2,500.00	3,855.95	4,554.64	5,308.10	6,085.00	7,308.57	8,144.64	8,719.05	9,282.74	9,945.71	10,432.02	10,951.19	11,597.02	98,684.64	123,355.80	154,194.75	192,743.44	240,929.30

10.12 PRESUPUESTO DE INGRESOS.

Paquete	Descripción	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total 1er. AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4to. AÑO	5to. AÑO
Cardio Gold	Cantidad	-	10	17	24	32	46	55	60	65	72	77	80	85			1,224	1,469	1,763
	Precio Unitario	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00			80.00	80.00	80.00
	Ingreso Total	-	800.00	1,360.00	1,920.00	2,560.00	3,680.00	4,400.00	4,800.00	5,200.00	5,760.00	6,160.00	6,400.00	6,800.00	49,840.00	97,920.00	117,504.00	141,004.80	169,205.76

Paquete	Descripción	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total 1er. AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4to. AÑO	5to. AÑO
Osteo Gold	Cantidad	-	10	17	24	32	46	55	60	65	72	77	80	85			1,224	1,469	1,763
	Precio Unitario	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00			80.00	80.00	80.00
	Ingreso Total	-	800.00	1,360.00	1,920.00	2,560.00	3,680.00	4,400.00	4,800.00	5,200.00	5,760.00	6,160.00	6,400.00	6,800.00	49,840.00	97,920.00	117,504.00	141,004.80	169,205.76

Paquete	Descripción	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total 1er. AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4to. AÑO	5to. AÑO
Estructural Gold	Cantidad	-	10	17	24	32	46	55	60	65	72	77	80	85			1,224	1,469	1,763
	Precio Unitario	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00			80.00	80.00	80.00
	Ingreso Total	-	800.00	1,360.00	1,920.00	2,560.00	3,680.00	4,400.00	4,800.00	5,200.00	5,760.00	6,160.00	6,400.00	6,800.00	49,840.00	97,920.00	117,504.00	141,004.80	169,205.76

Paquete	Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total 1er. AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4to. AÑO	5to. AÑO
Básico	Cantidad	-	20	34	48	64	92	110	120	130	144	160	170			2,468	2,715	3,258
	Precio Unitario	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00			40.00	40.00	40.00
	Ingreso Total	-	800.00	1,360.00	1,920.00	2,560.00	3,680.00	4,400.00	4,800.00	5,200.00	5,760.00	6,400.00	6,800.00	49,840.00	89,760.00	98,736.00	108,609.60	130,331.52

Total Personas	-	50.00	85.00	120.00	160.00	230.00	275.00	300.00	325.00	360.00	385.00	400.00	425.00	3,115	5,916	6,875	8,003	9,604
----------------	---	-------	-------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	-------	-------	-------	-------	-------

Ventas Gym	-	3,200.00	5,440.00	7,680.00	10,240.00	14,720.00	17,600.00	19,200.00	20,800.00	23,040.00	24,640.00	25,600.00	27,200.00	199,360.00	383,520.00	451,248.00	531,624.00	637,948.80
Ventas de Cafetería	0	1,000.00	1,200.00	1,500.00	1,750.00	2,000.00	2,250.00	2,500.00	2,700.00	2,850.00	3,000.00	3,350.00	3,700.00	27,800.00	33,360.00	40,032.00	48,038.40	57,646.08
Ventas de Tienda	0	500.00	600.00	680.00	750.00	870.00	930.00	1,000.00	1,100.00	1,200.00	1,250.00	1,330.00	1,400.00	11,610.00	13,932.00	16,718.40	20,062.08	24,074.50

Total Ventas Brutas	-	4,700.00	7,240.00	9,860.00	12,740.00	17,590.00	20,780.00	22,700.00	24,600.00	27,090.00	28,890.00	30,280.00	32,300.00	238,770.00	430,812.00	507,998.40	599,724.48	719,669.38
---------------------	---	----------	----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	------------	------------	------------	------------	------------

Descuentos en Ventas	-	64.00	108.80	153.60	204.80	294.40	352.00	384.00	416.00	460.80	492.80	512.00	544.00	3,987.20	7,670.40	9,024.96	10,632.48	12,758.98
----------------------	---	-------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	----------	----------	----------	-----------	-----------

VENTAS NETAS	-	4,636.00	7,131.20	9,706.40	12,535.20	17,295.60	20,428.00	22,316.00	24,184.00	26,629.20	28,397.20	29,768.00	31,756.00	234,782.80	423,141.60	498,973.44	589,092.00	706,910.40
--------------	---	----------	----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	------------	------------	------------	------------	------------

IVA	-	556.32	855.74	1,164.77	1,504.22	2,075.47	2,451.36	2,677.92	2,902.08	3,195.50	3,407.66	3,572.16	3,810.72	28,173.94	50,776.99	59,876.81	70,691.04	84,829.25
-----	---	--------	--------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

TOTAL	-	5,192.32	7,986.94	10,871.17	14,039.42	19,371.07	22,879.36	24,993.92	27,086.08	29,824.70	31,804.86	33,340.16	35,566.72	262,956.74	473,918.59	558,850.25	659,783.04	791,739.65
-------	---	----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	------------	------------	------------	------------	------------

10.13 PRESUPUESTO DE INGRESOS POR SERVICIOS COMPLEMENTARIOS.

SECCIÓN	Descripción	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total 1er. AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4to. AÑO	5to. AÑO
		Cantidad																	
HOMEOPATA	P. U. (x hora)	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	320	750	938	1,172	1,465
	Ingreso Total	-	100.00	150.00	200.00	200.00	200.00	250.00	300.00	300.00	300.00	300.00	400.00	500.00	3,200.00	7,500.00	9,375.00	11,718.75	14,648.44
MASAJISTA	P. U.	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	10.00	330	750	938	1,172	1,465
	Ingreso Total	-	150.00	150.00	200.00	200.00	200.00	250.00	300.00	300.00	300.00	350.00	400.00	500.00	3,300.00	7,500.00	9,375.00	11,718.75	14,648.44
TOTAL INGRESOS SERV. COMPLEMENTARIOS		-	250.00	300.00	400.00	400.00	400.00	500.00	600.00	600.00	600.00	650.00	800.00	1,000.00	6,500.00	15,000.00	18,750.00	23,437.50	29,296.88
PROFESIONAL			125.00	150.00	200.00	200.00	200.00	250.00	300.00	300.00	300.00	325.00	400.00	500.00	3,250.00	7,500.00	9,375.00	11,718.75	14,648.44

ESPECIALISTAS POR SERVICIOS PRESTADOS	Número	Pago por Paciente
Homeopata	1	5.00
Masajista	1	5.00

10.14 PRESUPUESTO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS.

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL 1er. AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4to. AÑO	5to. AÑO
Alquiler	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	24,000.00	26,400.00	29,040.00	31,944.00	35,138.40
Telefono	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00	810.00	1,093.50	1,476.23	1,992.90
Electricidad	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	500.00	500.00	500.00	600.00	600.00	600.00	600.00	5,900.00	7,080.00	8,496.00	10,195.20	12,234.24
Agua	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00	810.00	1,093.50	1,476.23	1,992.90
Póliza de Seguro	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00	2,520.00	2,772.00	3,465.00	3,638.25
Outsourcing Contable	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	50.00	600.00	630.00	661.50	694.58	729.30
Materiales de oficina	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	25.00	300.00	405.00	546.75	738.11	996.45
Internet Banda Ancha	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	480.00	648.00	874.80	1,180.98	1,594.32
Capacitación	3,000.00						3,000.00						6,000.00	3,000.00	3,001.00	3,001.00	3,002.00
Permisos e impuestos													-	2,000.00	2,000.00	4,000.00	8,000.00
Municipio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	25.00	25.00	50.00	100.00
Bomberos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	20.00	20.00	40.00	80.00
Letreros y Rotulos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10.00	10.00	20.00	40.00
Permiso de Funcionamiento	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	80.00	80.00	160.00	320.00
Total	5,815.00	2,815.00	2,815.00	2,815.00	2,815.00	2,915.00	5,915.00	2,915.00	3,015.00	3,015.00	3,015.00	3,015.00	40,880.00	44,438.00	49,713.05	58,441.32	69,858.78

10.15 PRESUPUESTO DE GASTOS OPERATIVOS.

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL 1er. AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4to. AÑO	5to. AÑO
Insumos y Mano de Obra Variable	675.00	1,147.50	1,620.00	2,160.00	3,105.00	3,712.50	4,050.00	4,387.50	4,860.00	5,197.50	5,400.00	5,737.50	42,052.50	79,866.00	92,809.80	108,039.42	129,647.30
Otros (Sábanas, toallas, compresas)	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00	3,000.00	3,750.00	4,687.50	5,859.38
Total	875.00	1,347.50	1,820.00	2,360.00	3,305.00	3,912.50	4,250.00	4,587.50	5,060.00	5,397.50	5,600.00	5,937.50	44,452.50	82,866.00	96,559.80	112,726.92	135,506.68

10.16 PRESUPUESTO DE GASTOS DE FINANCIAMIENTO.

Monto de Préstamo: 50,000.00
Interés: 15.39%
Tiempo: 36 meses
Pagos: Mensual

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL 1er. AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4to. AÑO	5to. AÑO
CAPITAL	1,134.26	1,147.02	1,159.93	1,172.98	1,186.17	1,199.52	1,213.01	1,226.66	1,240.46	1,254.41	1,268.53	1,282.80	14,485.76	16,566.99	18,947.25		
Intereses	562.50	549.74	536.84	523.79	510.59	497.25	483.75	470.10	456.30	442.35	428.24	413.97	5,875.41	3,794.18	1,413.93		
Total Dividendo	1,696.76	1,696.76	1,696.76	1,696.76	1,696.76	1,696.76	1,696.76	1,696.76	1,696.76	1,696.76	1,696.76	1,696.76	20,361.17	20,361.17	20,361.18	-	-

10.17 PRESUPUESTO DE GASTOS DE PUBLICIDAD.

Descripción	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	TOTAL 1er. AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4to. AÑO	5to. AÑO
Medios de comunicación	2,333.33	2,333.33	2,333.33	2,333.33	2,333.33	2,333.33	2,333.33	2,333.33	2,333.33	2,333.33	2,333.33	2,333.33	28,000.00	20,400.00	20,400.00	20,400.00	20,400.00
Otras promociones	575.00	575.00	575.00	575.00	575.00	575.00	575.00	575.00	575.00	575.00	575.00	575.00	6,900.00	7,590.00	8,349.00	9,183.90	10,102.29
Total	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	34,900.00	27,990.00	28,749.00	29,583.90	30,502.29

10.18 OTROS ACTIVOS.

OTROS ACTIVOS	
GASTOS DE CONSTITUCION	
Aprobación de Constitución (a)	\$ 448.00
Publicación de Extracto (b)	\$ 70.00
Certificación municipal (c)	\$ 0.00
Afiliación Camará de Industria	\$ 50.00
Registro Mercantil (e)	\$ 0.00
Notaría - Anotación Marginal	\$ 11.20
SRI - Obtención del RUC (g)	\$ 0.00
Inscripción en Registro Societ	\$ 0.00
Patente Municipal (i)	\$ 2,000.00
TOTAL APROXIMADO	\$ 2,579.20

GASTOS PREOPERATIVOS	
Alquiler	\$ 2,000.00
Telefono	\$ 100.00
Electricidad	\$ 160.00
Agua	\$ 50.00
Materiales de oficina	\$ 25.00
Internet Banda Ancha	\$ 40.00
Tasas Municipio	\$ 25.00
Bomberos	\$ 20.00
Letreros y Rotulos	\$ 10.00
Permiso de Funcionamiento	\$ 80.00
TOTAL APROXIMADO	\$ 2,510.00

DEPOSITOS EN GARANTIA	
Alquiler	\$ 4,000.00

10.19 FLUJO DE CAJA.

Descripción	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	1er AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4er AÑO	5er. AÑO
Aportación de Accionistas	90,000.00													90,000.00				
Préstamo Bancario	50,000.00													50,000.00				
Caja Inicial		31,084.80	18,390.32	10,517.35	4,516.13	-83.19	-1,235.88	-142.24	-685.00	3,076.54	7,342.74	12,915.62	19,415.14	234,782.80	22,236.82	36,453.74	34,521.22	76,012.03
+ Ingresos Efectivos	-	4,636.00	7,131.20	9,706.40	12,535.20	17,295.60	20,438.00	22,316.00	24,184.00	26,629.20	28,397.20	29,768.00	31,756.00	234,782.80	423,141.60	486,973.44	589,092.00	706,910.40
+ Otros Ingresos		250.00	300.00	400.00	400.00	400.00	500.00	600.00	600.00	600.00	650.00	800.00	1,000.00	6,500.00	15,000.00	18,750.00	23,437.50	29,296.88
= Total Disponible	140,000.00	35,970.80	25,821.52	20,623.75	17,451.33	17,612.41	19,692.12	22,773.76	24,099.00	30,305.74	36,389.94	43,483.62	52,171.14	381,282.80	460,378.42	554,177.18	647,050.72	812,219.30
- Inversiones en Activos Fijos	97,326.00													97,326.00	75,000.00	75,000.00	80,000.00	35,000.00
- Gastos de Construcción y Preoperativos	9,089.20													9,089.20				
- Egresos Efectivos Compras	2,500.00	1,130.95	1,357.14	1,638.10	1,875.00	2,153.57	2,382.14	2,619.05	2,845.24	3,035.71	3,184.52	3,501.19	3,809.52	32,032.14	40,040.18	50,050.22	62,562.78	78,203.47
- Egresos Gastos de Personal de Planta	-	5,029.43	5,029.42	5,029.43	5,672.43	5,769.62	5,769.62	5,769.62	5,769.62	6,947.19	6,947.19	6,947.19	12,067.19	76,754.96	125,729.33	163,665.98	188,059.77	217,768.90
- Otros Gastos		200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00	3,000.00	3,750.00	4,687.50	5,859.38
- Egresos Gastos de Publicidad		2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	34,900.00	27,990.00	28,749.00	29,583.90	30,502.29
- Gastos Operativos		675.00	1,147.50	1,620.00	2,160.00	3,105.00	3,712.50	4,050.00	4,387.50	4,860.00	5,197.50	5,400.00	5,737.50	42,052.50	79,866.00	92,809.80	108,039.42	129,647.30
- Gastos Administrativos		5,815.00	2,815.00	2,815.00	2,815.00	2,815.00	2,915.00	5,915.00	2,915.00	3,015.00	3,015.00	3,015.00	3,015.00	40,800.00	44,438.00	49,713.05	58,441.32	69,858.78
- Egresos Pagos Capital		1,134.26	1,147.02	1,159.93	1,172.98	1,186.17	1,199.52	1,213.01	1,226.66	1,240.46	1,254.41	1,268.53	1,282.80	14,485.76	16,566.99	18,947.25	-	-
- Egresos Pagos de Intereses		562.50	549.74	536.84	523.79	510.59	497.25	483.75	470.10	456.30	442.35	428.24	413.97	5,875.41	3,794.18	1,413.93	-	-
- Egresos Pagos Servicios Complementarios		125.00	150.00	200.00	200.00	200.00	250.00	300.00	300.00	300.00	325.00	400.00	500.00	3,250.00	7,500.00	9,375.00	11,718.75	14,648.44
- Participación a Trabajadores																12,053.31	12,865.19	15,245.13
- Impuesto a la Renta y Complementarios														-	-	14,128.42	15,080.07	17,869.75
Total Egresos	108,915.20	17,580.48	15,304.17	16,107.62	17,534.53	18,848.29	19,834.36	23,458.76	21,022.45	22,963.01	23,474.31	24,068.48	29,934.31	359,045.98	423,924.68	519,655.96	571,038.70	614,603.43
= Neto Disponible		31,084.80	18,390.32	10,517.35	4,516.13	(83.19)	(1,235.88)	(142.24)	(685.00)	3,076.54	7,342.74	12,915.62	19,415.14	22,236.82	22,236.82	36,453.74	34,521.22	76,012.03
= Caja Final	31,084.80	18,390.32	10,517.35	4,516.13	(83.19)	(1,235.88)	(142.24)	(685.00)	3,076.54	7,342.74	12,915.62	19,415.14	22,236.82	22,236.82	36,453.74	34,521.22	76,012.03	197,615.87

10.20 ESTADO DE RESULTADOS.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por Ventas					
Ingresos por servicios	195,372.80	375,849.60	442,223.04	520,991.52	625,189.82
Ingresos por cafetería	27,800.00	33,360.00	40,032.00	48,038.40	57,646.08
Ingresos por bazar	11,610.00	13,932.00	16,718.40	20,062.08	24,074.50
Ingresos por servicios complementarios	6,500.00	15,000.00	18,750.00	23,437.50	29,296.88
TOTAL VENTAS	241,282.80	438,141.60	517,723.44	612,529.50	736,207.28
COSTO VARIABLES					
- Costos Variables Servicios	42,052.50	79,866.00	92,809.80	108,039.42	129,647.30
- Costos Variables Cafetería	19,857.14	27,321.43	34,151.79	42,689.73	53,362.17
- Costos Variables Bazar	9,675.00	12,718.75	15,898.44	19,873.05	24,841.31
- Costos Variables Servicios Complementarios	3,250.00	7,500.00	9,375.00	11,718.75	14,648.44
TOTAL COSTOS VARIABLES	74,834.64	127,406.18	152,235.02	182,320.95	222,499.22
Margen de Contribución	166,448.16	310,735.42	365,488.42	430,208.55	513,708.06
COSTOS FIJOS					
- Gastos Operativos	79,154.96	128,729.33	167,415.98	192,747.27	223,628.27
- Gastos Administrativos	40,880.00	44,438.00	49,713.05	58,441.32	69,858.78
- Gastos de Ventas	34,900.00	27,990.00	28,749.00	29,583.90	30,502.29
- Gastos de financiación	5,875.41	3,794.18	1,413.93	0.00	0.00
- Gastos Depreciacion	18,428.53	25,428.53	32,428.53	47,801.87	47,801.87
Gastos de Amortizacion	5,089.20				
TOTAL COSTOS FIJOS	184,328.11	230,380.04	279,720.49	328,574.35	371,791.20
Utilidad antes de Participación a Trabajadores e Impuesto a la Renta	-17,879.95	80,355.38	85,767.92	101,634.20	141,916.86
15 % Participación a Trabajadores	0.00	12,053.31	12,865.19	15,245.13	21,287.53
25 % Impuesto a la Renta	0.00	14,128.42	15,080.07	17,869.75	24,952.41
= Utilidad NETA del EJERCICIO	-17,879.95	54,173.65	57,822.66	68,519.32	95,676.91

10.21 BALANCE GENERAL.

ACTIVOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Corriente					
Caja/Banco	22,236.82	36,453.74	34,521.22	76,012.03	197,615.87
Cuentas por cobrar	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Inventarios	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00
Total Activo Corriente	24,736.82	38,953.74	37,021.22	78,512.03	200,115.87
Activo Fijo					
Equipos de Oficina	3,880.00	2,586.67	1,293.33	5,000.00	3,333.33
- Depreciación	1,293.33	1,293.33	1,293.33	1,666.67	1,666.67
Muebles y Enseres	6,290.00	5,661.00	5,032.00	4,403.00	3,774.00
- Depreciación	629.00	629.00	629.00	629.00	629.00
Adecuaciones de Local	9,250.00	8,325.00	7,400.00	6,475.00	5,550.00
- Depreciación	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00
Edificios			40,000.00	80,000.00	72,000.00
- Depreciación				8,000.00	8,000.00
Equipos y maquinaria	77,906.00	97,324.80	109,743.60	115,162.40	113,581.20
- Depreciación	15,581.20	22,581.20	29,581.20	36,581.20	36,581.20
Terreno		40,000.00	40,000.00	40,000.00	40,000.00
Total Activo Fijo	78,897.47	128,468.93	171,040.40	203,238.53	190,436.67
OTROS ACTIVOS					
Depositos en Garantía	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00
Total Activos	107,634.29	171,422.68	212,061.62	285,750.56	394,552.54
PASIVOS					
Pasivo Corriente					
Cuentas por pagar	0.00	26,181.72	27,945.26	33,114.88	46,239.94
Obligaciones Financieras	16,566.99	18,947.25			
Otros Pasivos					
Total Pasivo Corriente	16,566.99	45,128.98	27,945.26	33,114.88	46,239.94
Pasivo a Largo Plazo					
Obligaciones Financieras	18,947.25				
Total Pasivos a Largo Plazo	18,947.25	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Pasivos	35,514.24	45,128.98	27,945.26	33,114.88	46,239.94
PATRIMONIO					
Capital Social	90,000.00	90,000.00	90,000.00	90,000.00	90,000.00
Reservas	0.00	0.00	5,417.37	11,199.63	18,051.56
Resultados del Ejercicio	-17,879.95	54,173.65	57,822.66	68,519.32	95,676.91
Resultado de Ejercicios anteriores	0.00	-17,879.95	30,876.34	82,916.73	144,584.12
Total Patrimonio	72,120.05	126,293.70	184,116.37	252,635.69	348,312.60
Total Pasivos + Patrimonio	107,634.30	171,422.68	212,061.63	285,750.56	394,552.54

10.22 INDICES FINANCIEROS.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
CAPITAL DE TRABAJO					
ACTIVO CIRCULANTE					
PASIVO CIRCULANTE	8,169.83	-6,175.23	9,075.96	45,397.15	153,875.93
RAZON CIRCULANTE					
ACTIVO CIRCULANTE PASIVO CIRCULANTE	1.49	0.86	1.32	2.37	4.33
RENDIMIENTO DE ACTIVOS					
UTILIDAD DEL EJERCICIO TOTAL DE ACTIVOS	-16.61%	31.60%	27.27%	23.98%	24.25%
RENDIMIENTO DE PATRIMONIO					
UTILIDAD DEL EJERCICIO PATRIMONIO	-19.87%	42.89%	31.41%	27.12%	27.47%
RAZON DE DEUDA TOTAL					
DEUDA TOTAL ACTIVO TOTAL	33.00%	26.33%	13.18%	11.59%	11.72%

10.23 TIR y VAN.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo	-140,000.00	22,236.82	36,453.74	34,521.22	76,012.03	197,615.87
TIR						28%
VAN						\$ 110,899.81

10.24 CÁLCULO DE REINVERSIÓN DE UTILIDADES.

EJERCICIO FISCAL: PRIMER AÑO

CÁLCULO DE LA UTILIDAD LÍQUIDA

Concepto	Casillero de la declaración de Renta	
	Sociedades (formulario 101)	Valor según declaración
Utilidad Gravable (Base Imponible)	814	-17,879.95
(-) Gastos No deducibles / país	806	
(-) Gastos No deducibles / exterior	807	
(-) Gastos incurridos para generar ingresos exentos	808	
Utilidad Líquida del Ejercicio		-17,879.95

DETERMINACIÓN DEL VALOR MÁXIMO A REINVERTIR

Concepto	PRIMER AÑO			
	Utilidad Líquida	% de Reserva Legal	Utilidad Gravable (Base Imponible)	Valor Máximo a Reinvertir
Reinversión máxima	-17,879.95	10.00	-17,879.95	-13,262.60

CALCULO DE IMPUESTO A LA RENTA

Concepto	PRIMER AÑO		
	Base	Tarifa del Impuesto a la Renta	Impuesto Causado según Contribuyente
Reinversión	-13,262.60	15.00%	-1,989.39
No Reinversión	-4,617.35	25.00%	-1,154.34
Total Impuesto Causado			-3,143.73

CÁLCULO DE LA UTILIDAD LÍQUIDA

Casillero de la declaración de Renta		
Concepto	Sociedades (formulario 101)	Valor según declaración
Utilidad Gravable (Base Imponible)	814	80,355.38
(-) Gastos No deducibles / país	806	
(-) Gastos No deducibles / exterior	807	
(-) Gastos incurridos para generar ingresos exentos	808	
Utilidad Líquida del Ejercicio		80,355.38

DETERMINACIÓN DEL VALOR MÁXIMO A REINVERTIR

SEGUNDO AÑO			
Concepto	Utilidad líquida	% de Reserva Legal	Utilidad Gravable (Base Imponible)
Reinversión máxima	80,355.38	10.00	80,355.38
			59,604.26

CALCULO DE IMPUESTO A LA RENTA

SEGUNDO AÑO			
Concepto	Base	Tarifa del Impuesto a la Renta	Impuesto Causado según Contribuyente
Reinversión	59,604.26	15.00%	8,940.64
No Reinversión	20,751.11	25.00%	5,187.78
Total Impuesto Causado			14,128.42

CÁLCULO DE LA UTILIDAD LÍQUIDA

Casillero de la declaración de Renta

Concepto	Sociedades (formulario 101)	Valor según declaración
Utilidad Gravable (Base Imponible)		85,767.92
(-) Gastos No deducibles / país	814	
(-) Gastos No deducibles / exterior	806	
(-) Gastos incurridos para generar ingresos exentos	807	
	808	
Utilidad Líquida del Ejercicio		85,767.92

DETERMINACIÓN DEL VALOR MÁXIMO A REINVERTIR

Concepto	Utilidad líquida	TERCER AÑO		
		% de Reserva Legal	Utilidad Gravable (Base Imponible)	Valor Máximo a Reinvertir
Reinversión máxima	85,767.92	10.00	85,767.92	63,619.06

CALCULO DE IMPUESTO A LA RENTA

Concepto	Base	TERCER AÑO	
		Tarifa del Impuesto a la Renta	Impuesto Causado según Contribuyente
Reinversión	63,619.06	15.00%	9,542.86
No Reinversión	22,148.86	25.00%	5,537.21
Total Impuesto Causado			15,080.07

CÁLCULO DE LA UTILIDAD LÍQUIDA

Casillero de la declaración de Renta

Concepto	Sociedades (formulario 101)	Valor según declaración
Utilidad Gravable (Base Imponible)		
(-) Gastos No deducibles / país	814	101,634.20
(-) Gastos No deducibles / exterior	806	
(-) Gastos incurridos para generar ingresos exentos	807	
	808	
Utilidad Líquida del Ejercicio		101,634.20

DETERMINACIÓN DEL VALOR MÁXIMO A REINVERTIR

Concepto	CUARTO AÑO		
	Utilidad líquida	% de Reserva Legal	Utilidad Gravable (Base Imponible)
Reinversión máxima	101,634.20	10.00	101,634.20
			75,388.01

CALCULO DE IMPUESTO A LA RENTA

Concepto	CUARTO AÑO		
	Base	Tarifa del Impuesto a la Renta	Impuesto Causado según Contribuyente
Reinversión	75,388.01	15.00%	11,308.20
No Reinversión	26,246.19	25.00%	6,561.55
Total Impuesto Causado			17,869.75

CÁLCULO DE LA UTILIDAD LÍQUIDA

Casillero de la declaración de Renta		
Concepto	Sociedades (formulario 101)	Valor según declaración
Utilidad Gravable (Base Imponible)	814	141,916.86
(-) Gastos No deducibles / país	806	
(-) Gastos No deducibles / exterior	807	
(-) Gastos incurridos para generar ingresos exentos	808	
Utilidad Líquida del Ejercicio		141,916.86

DETERMINACIÓN DEL VALOR MÁXIMO A REINVERTIR

		QUINTO AÑO		
Concepto	Utilidad líquida	% de Reserva Legal	Utilidad Gravable (Base Imponible)	Valor Máximo a Reinvertir
Reinversión máxima	141,916.86	10.00	141,916.86	105,268.00

CALCULO DE IMPUESTO A LA RENTA

		QUINTO AÑO		
Concepto	Base	Tarifa del Impuesto a la Renta	Impuesto Causado según Contribuyente	
Reinversión	105,268.00	15.00%	15,790.20	
No Reinversión	36,648.86	25.00%	9,162.21	
Total Impuesto Causado			24,952.41	

10.25 PRESUPUESTO DE INGRESO OBTENIDO EN ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PESIMISTA.

Paquete	Descripción	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total 1er. AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4to. AÑO	5to. AÑO
Cardio Gold	Cantidad	-	8	14	19	26	37	44	48	52	58	62	64	68			979	1,175	1,410
	Precio Unitario	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00			80.00	80.00	80.00
	Ingreso Total	-	640.00	1,088.00	1,536.00	2,048.00	2,944.00	3,520.00	3,840.00	4,160.00	4,608.00	4,928.00	5,120.00	5,440.00	39,872.00	78,336.00	94,003.20	112,803.84	135,364.61

Paquete	Descripción	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total 1er. AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4to. AÑO	5to. AÑO
Osseo Gold	Cantidad	-	8	14	19	26	37	44	48	52	58	62	64	68			979	1,175	1,410
	Precio Unitario	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00			80.00	80.00	80.00
	Ingreso Total	-	640.00	1,088.00	1,536.00	2,048.00	2,944.00	3,520.00	3,840.00	4,160.00	4,608.00	4,928.00	5,120.00	5,440.00	39,872.00	78,336.00	94,003.20	112,803.84	135,364.61

Paquete	Descripción	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total 1er. AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4to. AÑO	5to. AÑO
Estructural Gold	Cantidad	-	8	14	19	26	37	44	48	52	58	62	64	68			979	1,175	1,410
	Precio Unitario	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00	80.00			80.00	80.00	80.00
	Ingreso Total	-	640.00	1,088.00	1,536.00	2,048.00	2,944.00	3,520.00	3,840.00	4,160.00	4,608.00	4,928.00	5,120.00	5,440.00	39,872.00	78,336.00	94,003.20	112,803.84	135,364.61

Paquete	Descripción	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total 1er. AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4to. AÑO	5to. AÑO
Básico	Cantidad	-	16	27	38	51	74	88	96	104	115	123	128	136			1,795	1,975	2,607
	Precio Unitario	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00	40.00			40.00	40.00	40.00
	Ingreso Total	-	640.00	1,088.00	1,536.00	2,048.00	2,944.00	3,520.00	3,840.00	4,160.00	4,608.00	4,928.00	5,120.00	5,440.00	39,872.00	71,808.00	78,988.80	86,887.68	104,265.22

Total Personas	-	40.00	68.00	96.00	128.00	184.00	220.00	240.00	260.00	288.00	308.00	320.00	320.00	340.00	2,492	4,733	5,500	6,402	7,683
----------------	---	-------	-------	-------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	-------	-------	-------	-------	-------

Ventas Gym	-	2,560.00	4,352.00	6,144.00	8,192.00	11,776.00	14,080.00	15,360.00	16,640.00	18,432.00	19,712.00	20,480.00	20,480.00	21,760.00	159,488.00	306,816.00	360,998.40	425,299.20	510,359.04
Ventas de Cafeteria	0	1,000.00	1,200.00	1,500.00	1,750.00	2,000.00	2,250.00	2,500.00	2,700.00	2,850.00	3,000.00	3,000.00	3,350.00	3,700.00	27,800.00	33,360.00	40,032.00	48,038.40	57,646.08
Ventas de Tienda	0	500.00	600.00	680.00	750.00	870.00	930.00	1,000.00	1,100.00	1,200.00	1,250.00	1,250.00	1,330.00	1,400.00	11,610.00	13,932.00	16,718.40	20,062.08	24,074.50

Total Ventas Brutas	-	4,060.00	6,152.00	8,324.00	10,692.00	14,646.00	17,260.00	18,860.00	20,440.00	22,482.00	23,962.00	25,160.00	25,160.00	26,860.00	198,898.00	354,108.00	417,748.80	493,399.68	592,079.62
---------------------	---	----------	----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	------------	------------	------------	------------	------------

Descuentos en Ventas	-	51.20	87.04	122.88	163.84	235.52	281.60	307.20	332.80	368.64	394.24	409.60	435.20	435.20	3,189.76	6,136.32	7,219.97	8,505.98	10,207.18
----------------------	---	-------	-------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	--------	----------	----------	----------	----------	-----------

VENTAS NETAS	-	4,008.80	6,064.96	8,201.12	10,528.16	14,410.48	16,978.40	18,552.80	20,107.20	22,113.36	23,567.76	24,750.40	24,750.40	26,424.80	195,708.24	347,971.68	410,528.83	484,893.70	581,872.44
--------------	---	----------	----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	------------	------------	------------	------------	------------

IVA	-	481.06	727.80	984.13	1,263.38	1,729.26	2,037.41	2,226.34	2,412.86	2,653.60	2,828.13	2,970.05	3,170.98	3,170.98	23,484.99	41,756.60	49,263.46	58,187.24	69,824.69
-----	---	--------	--------	--------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

TOTAL	-	4,489.86	6,792.76	9,185.25	11,791.54	16,139.74	19,015.81	20,779.14	22,520.06	24,766.96	26,395.89	27,720.45	29,595.78	29,595.78	219,193.23	389,728.28	459,792.29	543,080.94	651,697.13
-------	---	----------	----------	----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	------------	------------	------------	------------	------------

10.26 FLUJO DE CAJA OBTENIDO EN ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PESIMISTA.

Descripción	Mes 0	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	1er AÑO	2do. AÑO	3er. AÑO	4er. AÑO	5er. AÑO
Aportación de Accionistas	90,000.00													90,000.00				
Préstamo Bancario	50,000.00													50,000.00				
Caja Inicial	31,084.80	18,148.12	9,688.41	2,755.91	-3,168.45	-6,335.26	-7,698.72	-10,132.44	-10,944.68	-10,132.44	-9,160.08	-7,127.14	-4,315.22		-5,427.24	23,784.35	12,627.36	21,592.50
+ Ingresos Efectivos	-	4,008.80	6,064.96	8,201.12	10,528.16	14,410.48	16,978.40	18,552.80	20,107.20	22,113.36	23,567.76	24,750.40	26,424.80	195,708.24	347,971.68	410,528.83	484,893.70	581,872.44
+ Otros Ingresos	250.00	300.00	400.00	400.00	400.00	500.00	600.00	600.00	600.00	600.00	650.00	800.00	1,000.00	6,500.00	15,000.00	18,750.00	23,437.50	29,296.88
= Total Disponible	140,000.00	35,343.60	24,513.08	18,289.53	13,684.07	11,642.03	11,143.14	11,454.08	9,762.52	12,580.92	15,057.68	18,423.26	23,109.58	342,208.24	357,544.44	453,063.18	520,958.56	632,761.81
- Inversiones en Activos Fijos	97,326.00													97,326.00	10,000.00	40,000.00	45,000.00	60,000.00
- Gastos de Constitución y Preoperativos	9,089.20													9,089.20				
- Egresos Efectivos Compras de Planta	2,500.00	1,130.95	1,357.14	1,638.10	1,875.00	2,153.57	2,382.14	2,619.05	2,845.24	3,035.71	3,184.52	3,501.19	3,809.52	32,032.14	40,040.18	50,050.22	62,562.78	78,203.47
- Otros Gastos	-	5,029.43	5,029.43	5,029.43	5,679.43	5,769.62	5,769.62	5,769.62	5,769.62	5,769.62	6,947.19	6,947.19	12,067.19	76,754.96	119,687.94	156,105.13	193,735.23	241,108.29
- Egresos Gastos de Publicidad	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	2,908.33	34,900.00	27,990.00	28,749.00	29,583.90	30,502.29
- Gastos Operativos	540.00	918.00	1,296.00	1,728.00	2,484.00	2,970.00	3,240.00	3,510.00	3,888.00	4,158.00	4,320.00	4,590.00	4,590.00	33,642.00	63,892.80	74,247.84	86,431.54	103,717.84
- Gastos Administrativos	5,565.00	2,565.00	2,565.00	2,565.00	2,565.00	2,665.00	2,665.00	2,665.00	2,665.00	2,765.00	2,765.00	2,765.00	2,765.00	37,880.00	41,288.00	46,279.55	54,281.74	65,491.22
- Egresos Pagos Capital	1,134.26	1,147.02	1,159.93	1,172.98	1,186.17	1,199.52	1,213.01	1,226.66	1,240.46	1,254.41	1,268.53	1,282.80	1,282.80	14,485.76	16,566.99	18,947.25	-	-
- Egresos Pagos de Intereses	562.50	549.74	536.84	523.79	510.59	497.25	483.75	470.10	456.30	442.35	428.24	413.97	413.97	5,875.41	3,794.18	1,413.93	-	-
- Egresos Pagos Servicios Complementarios	125.00	150.00	150.00	200.00	200.00	250.00	300.00	300.00	300.00	300.00	325.00	400.00	500.00	3,250.00	7,500.00	9,375.00	11,718.75	14,648.44
- Participación a Trabajadores																5,302.51	5,231.94	5,479.18
- Impuesto a la Renta y Complementarios															-	6,215.39	6,132.68	6,422.49
Total Egresos	108,915.20	17,195.48	14,824.67	15,533.62	16,852.53	17,977.29	18,841.86	22,398.76	19,894.95	21,741.01	22,184.81	22,738.48	28,536.81	347,635.48	333,760.09	440,435.82	499,366.06	611,432.60
= Neto Disponible	31,084.80	18,148.12	9,688.41	2,755.91	(3,168.45)	(6,335.26)	(7,698.72)	(10,944.68)	(10,132.44)	(9,160.08)	(7,127.14)	(4,315.22)	(5,427.24)	(5,427.24)	23,784.35	12,627.36	21,592.50	21,329.21
= Caja Final	31,084.80	18,148.12	9,688.41	2,755.91	(3,168.45)	(6,335.26)	(7,698.72)	(10,944.68)	(10,132.44)	(9,160.08)	(7,127.14)	(4,315.22)	(5,427.24)	(5,427.24)	23,784.35	12,627.36	21,592.50	21,329.21

10.27 ESTADO DE RESULTADOS OBTENIDO EN ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PESIMISTA.

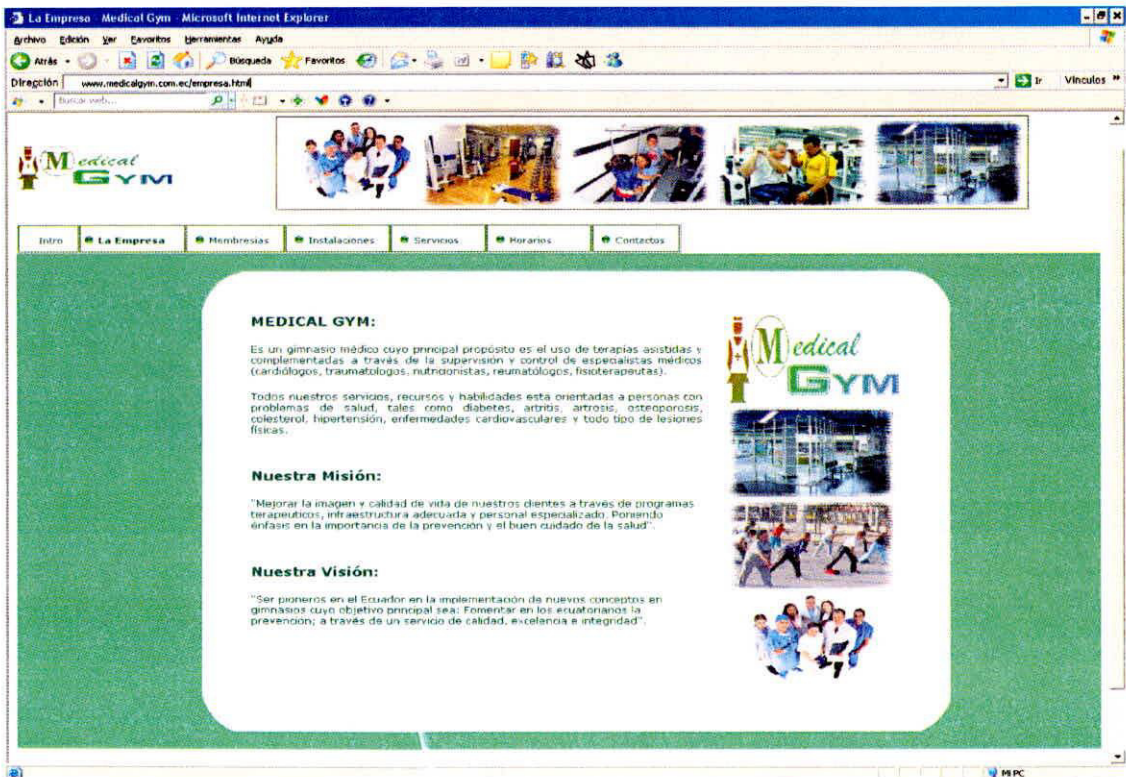
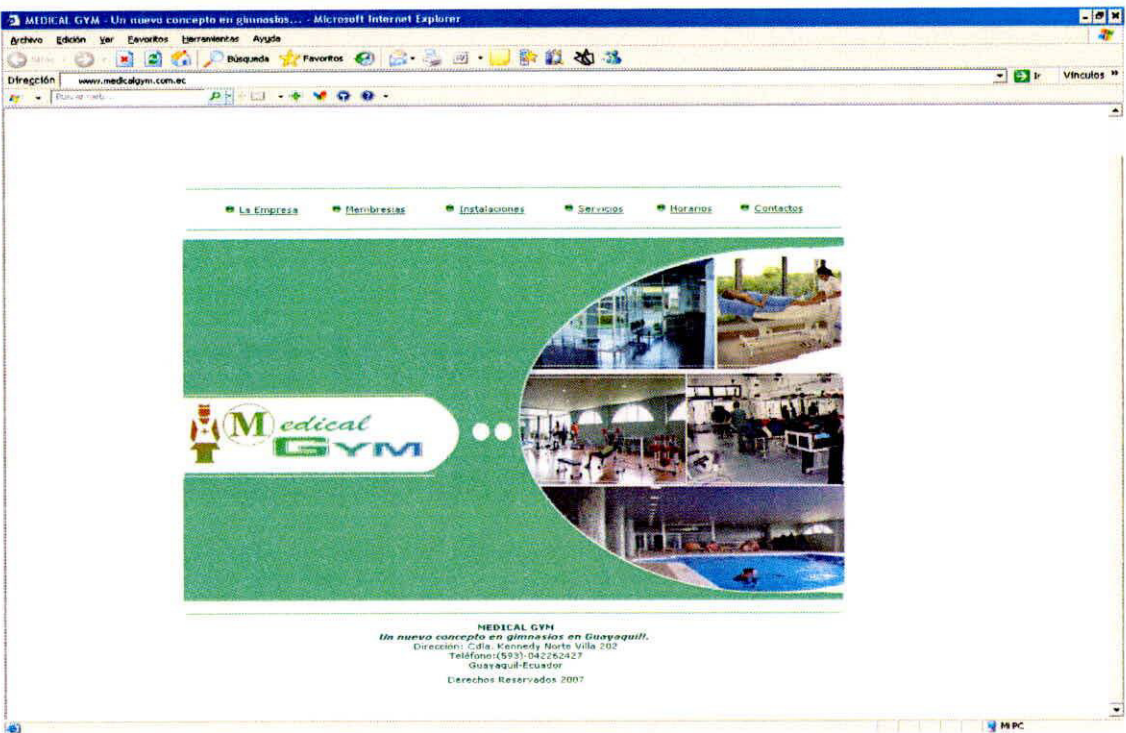
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+ Ingresos por Ventas					
Ingresos por servicios	156,298.24	300,679.68	353,778.43	416,793.22	500,151.86
Ingresos por cafetería	27,800.00	33,360.00	40,032.00	48,038.40	57,646.08
Ingresos por bazar	11,610.00	13,932.00	16,718.40	20,062.08	24,074.50
Ingresos por servicios complementarios	6,500.00	15,000.00	18,750.00	23,437.50	29,296.88
TOTAL VENTAS	202,208.24	362,971.68	429,278.83	508,331.20	611,169.31
COSTO VARIABLES					
- Costos Variables Servicios	33,642.00	63,892.80	74,247.84	86,431.54	103,717.84
- Costos Variables Cafetería	19,857.14	27,321.43	34,151.79	42,689.73	53,362.17
- Costos Variables Bazar	9,675.00	12,718.75	15,898.44	19,873.05	24,841.31
- Costos Variables Servicios Complementarios	3,250.00	7,500.00	9,375.00	11,718.75	14,648.44
TOTAL COSTOS VARIABLES	66,424.14	111,432.98	133,673.06	160,713.07	196,569.75
Margen de Contribución	135,784.10	251,538.70	295,605.77	347,618.13	414,599.56
COSTOS FIJOS					
- Gastos Operativos	79,154.96	122,687.94	159,855.13	198,422.73	246,967.66
- Gastos Administrativos	37,880.00	41,288.00	46,279.55	54,281.74	65,491.22
- Gastos de Ventas	34,900.00	27,990.00	28,749.00	29,583.90	30,502.29
- Gastos de financiación	5,875.41	3,794.18	1,413.93	0.00	0.00
-Gastos Depreciacion	18,428.53	20,428.53	24,428.53	28,801.87	28,801.87
Gastos de Amortizacion	5,089.20				
TOTAL COSTOS FIJOS	181,328.11	216,188.65	260,726.14	311,090.23	371,763.04
Utilidad antes de Participación a Trabajadores e					
Impuesto a la Renta	-45,544.01	35,350.05	34,879.63	36,527.90	42,836.52
15 % Participación a Trabajadores	0.00	5,302.51	5,231.94	5,479.18	6,425.48
25 % Impuesto a la Renta	0.00	6,215.39	6,132.68	6,422.49	7,531.70
= Utilidad NETA del EJERCICIO	-45,544.01	23,832.15	23,515.00	24,626.22	28,879.34

10.28 BALANCE GENERAL OBTENIDO EN ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD PESIMISTA.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
ACTIVOS					
Activo Corriente					
Caja/Banco	-5,427.24	23,784.35	12,627.36	21,592.50	21,329.21
Cuentas por cobrar	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Inventarios	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00	2,500.00
Total Activo Corriente	-2,927.24	26,284.35	15,127.36	24,092.50	23,829.21
Activo Fijo					
Equipos de Oficina	3,880.00	2,586.67	1,293.33	5,000.00	3,333.33
- Depreciación	1,293.33	1,293.33	1,293.33	1,666.67	1,666.67
Muebles y Enseres	6,290.00	5,661.00	5,032.00	4,403.00	3,774.00
- Depreciación	629.00	629.00	629.00	629.00	629.00
Adecuaciones de Local	9,250.00	8,325.00	7,400.00	6,475.00	5,550.00
- Depreciación	925.00	925.00	925.00	925.00	925.00
Edificio en construcción					40,000.00
- Depreciación					
Equipos y maquinaria	77,906.00	72,324.80	74,743.60	73,162.40	67,581.20
- Depreciación	15,581.20	17,581.20	21,581.20	25,581.20	25,581.20
Terreno			20,000.00	40,000.00	40,000.00
Total Activo Fijo	78,897.47	68,468.93	84,040.40	100,238.53	131,436.67
OTROS ACTIVOS					
Depositos en Garantía	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00	4,000.00
Total Activos	79,970.23	98,753.29	103,167.76	128,331.03	159,265.88
PASIVOS					
Pasivo Corriente					
Cuentas por pagar	0.00	11,517.90	11,364.63	11,901.67	13,957.17
Obligaciones Financieras	16,566.99	18,947.25			
Otros Pasivos					
Total Pasivo Corriente	16,566.99	30,465.15	11,364.63	11,901.67	13,957.17
Pasivo a Largo Plazo					
Obligaciones Financieras	18,947.25				
Total Pasivos a Largo Plazo	18,947.25	0.00	0.00	0.00	0.00
Total Pasivos	35,514.24	30,465.15	11,364.63	11,901.67	13,957.17
PATRIMONIO					
Capital Social	90,000.00	90,000.00	90,000.00	90,000.00	90,000.00
Reservas	0.00	0.00	2,383.21	4,734.71	7,197.34
Resultados del Ejercicio	-45,544.01	23,832.15	23,515.00	24,626.22	28,879.34
Resultado de Ejercicios anteriores	0.00	-45,544.01	-24,095.08	-2,931.57	19,232.03
Total Patrimonio	44,455.99	68,288.14	91,803.14	116,429.36	145,308.71
Total Pasivos + Patrimonio	79,970.24	98,753.29	103,167.77	128,331.04	159,265.88

10.29 PORTAL WEB.

www.medicalgym.com.ec



Medical Gym - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Buscar Favoritos Descargas

Dirección: www.medicalgym.com.ec/membresias.html

Inicio La Empresa **Membresias** Instalaciones Servicios Horarios Contactos

MEMBRESIAS:

El precio de cada membresía incluye consulta a especialista, nutricionista, control de la presión arterial y peso de acuerdo a una frecuencia de asistencia mensual o quincenal:

- CARDIO GOLD:** Para personas con problemas de hipertensión, colesterol, diabetes y afines.
- OSTEO GOLD:** Para personas con problemas de osteoporosis, reumatismos y afines.
- ESTRUCTURAL GOLD:** Para personas con dolencias por lesiones físicas (fracturas, esguinces, etc.) y afines.
- BÁSICO:** Para personas que requieran atención de ejercicios asistidos para prevención y control médico.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS: Terapia antiestrés, Yoga, Homeopatía.



Medical Gym - Microsoft Internet Explorer

Archivo Edición Ver Favoritos Herramientas Ayuda

Atrás Buscar Favoritos Descargas

Dirección: www.medicalgym.com.ec/servicios.html

Inicio La Empresa Membresias **Instalaciones** Servicios Horarios Contactos

NUESTROS SERVICIOS:

Entre los servicios que ofrece Medical Gym para nuestros clientes tenemos:

- Programas de ejercicios asistidos y bajo control médico de un personal especializado.
- Programa de nutrición personalizada.
- Contamos con los equipos y aparatos más modernos para ejercicios terapéuticos.
- Doctores especializados en Terapias Físicas.
- Servicio personalizado para el cliente.
- Control del Peso.
- Terapias antiestrés.



