

# ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

## FACULTAD DE CIENCIAS HUMANÍSTICAS Y ECONÓMICAS



### PROYECTO DE GRADO Previo a la obtención del Título de:

INGENIERA COMERCIAL Y EMPRESARIAL  
Con especialización Finanzas

#### Tema:

**“Proyecto de Creación de un Centro de Entrenamiento Físico para Niños en la ciudad de Guayaquil”**

#### Presentado por:

Carolina Del Rocío Barco Durazno  
Sandra Vanessa Cuásquer Vargas  
Norma Esthela Fernández Bagua

#### Director:

Ing. Marco Tulio Mejía Coronel

**GUAYAQUIL – ECUADOR**

**Año**

**2008 – 2009**

## **DEDICATORIA**

La etapa universitaria constituye pilar fundamental de nuestro desarrollo como profesionales, y el culminarla nos lleva a recordar todos los momentos inherentes a la misma, y sobre todo va dedicado a todos los involucrados en nuestro camino estudiantil.

En primer lugar a Dios, que siempre ha acompañado cada uno de mis pasos, que me ha bendecido con el milagro de levantarme y ver cada día a mi familia, pero por permitir que llegue este día en que al fin veo cristalizados tantos años de estudio y sacrificio.

A mis padres y mis hermanos, sin su amor y apoyo mi tarea se hubiera tornado difícil. A mis amigos, porque ellos también son parte de nuestra formación, con ellos compartí importantes momentos, algunos difíciles que gracias a ellos fueron mitigados

A todos aquellos que de una u otra manera pertenecieron a esta magnífica etapa.

**Carolina del Rocío Barco Durazno**

## **DEDICATORIA**

Este proyecto que es un esfuerzo va dedicado a mis padres por haberme formado como persona, estudiante y a la vez llegar a hacer una profesional con sus valores que han inculcado desde pequeña me han enseñado hacer una persona responsable, honesta, humilde y a la vez fuerte para enfrentar los obstáculos que se nos presentan en la vida, pero sobre todo luchar en el día a día por las metas que como profesionales debemos realizarlas; pero todo esto se podrá hacer siempre y cuando tengamos presente lo mas importante para nosotros como darle gracias a Dios por habernos dado la vida y el conocimiento adecuado para permitir que este proyecto salga bien.

Cabe recalcar que además de Dios y mis padres existen personas fundamentales que han estado conmigo en mi trayectoria como estudiante, esas personas son las que me han enseñado todo lo que hoy en día soy; mis profesores y en especial al Ing, Marco Tulio Mejía que ha sido un ejemplo de una persona admirable que nos ha brindado su apoyo y comprensión, a mis amigos y demás personas que han colaborado y se han preocupado en los momentos de caídas y tropiezos en mi vida.

**Sandra Vanessa Cuásquer Vargas**

## DEDICATORIA

A Dios, por darme la sabiduría y la fortaleza necesaria para salir siempre adelante pese a las dificultades, por colocarme en el camino correcto, iluminando cada paso de mi vida, por darme la salud y la esperanza para terminar este trabajo.

A mi mamá Baltazara Bagua, mi papá Ignacio Fernández y mis hermanos por brindarme todo su apoyo y amor, aunque hemos pasado momentos difíciles siempre han estado a mi lado. Los quiero con todo mi corazón.

**Norma Esthela Fernández Bagua**

*A ti, Dios de mis padres, doy yo gracias y alabo, porque me has dado  
sabiduría y poder”*

**Daniel 2:23**

*“Todo lo puedo en Cristo que me fortalece.”*

**Filipenses 4:13**

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a Dios por habernos brindado salud, la cual nos ha permitido desempeñar de manera efectiva cada de nuestras labores diarias; por guiarnos por el camino correcto durante nuestras vidas, y por darnos la fortaleza para continuar en los momentos más difíciles de nuestra carrera.

A nuestros padres que con su esfuerzo nos han dado la oportunidad de estudiar en esta prestigiosa institución para aprender y desarrollarnos en el área que más nos gusta.

Agradecemos a nuestros familiares por todo el apoyo brindado.

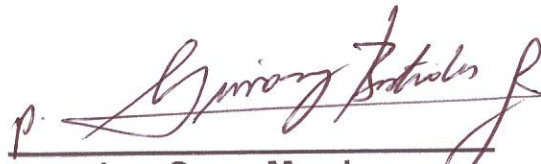
A nuestro director de Tesis, Ing. Marco Tulio Mejía, por su asesoramiento y sugerencias durante el desarrollo de esta tesis, además de ser un guía para nosotras desde el inicio del semestre.

A todos aquellos que de una u otra manera pertenecieron a esta magnífica etapa.

Tengamos presente que para los hombres es imposible hacer las cosas; más para Dios todo es posible, esto nos conlleva a tener presente que todo lo podemos hacer siempre y cuando teniendo la ayuda de nuestro Señor Jesús.

**San Mateo 19:26**

## TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



**Ing. Oscar Mendoza**  
**Presidente del Tribunal, Decano**



**Ing. Marco Tulio Mejía**  
**Director de Tesis**

## DECLARACIÓN EXPRESA

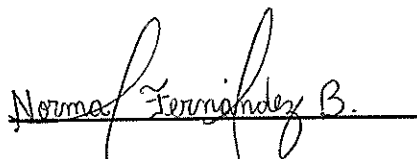
“La responsabilidad por los hechos, ideas y doctrinas expuestas en este proyecto me corresponden exclusivamente, y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL”

Handwritten signature of Carolina del Rocío Barco Durazno in cursive script, underlined.

Carolina del Rocío Barco Durazno

Handwritten signature of Sandra Vanessa Cuásquer Vargas in cursive script, underlined.

Sandra Vanessa Cuásquer Vargas

Handwritten signature of Norma Esthela Fernández Bagua in cursive script, underlined.

Norma Esthela Fernández Bagua

---

## ÍNDICE GENERAL

Dedicatoria.....	I
Agradecimiento.....	IV
Tribunal de Graduación.....	V
Declaración Expresa.....	VI
Índice General.....	VII
Índice de Tablas.....	X
Índice de Gráficos.....	XI
Índice de Figuras.....	XII
Resumen.....	XIII
Antecedentes.....	XIV
Marco Teórico.....	XV

### Capítulo 1

1 Estudio Técnico.....	17
1.1 Objetivos.....	17
1.1.1 Objetivos Generales.....	17
1.1.2 Objetivos Específicos.....	17
1.2 Aspectos Metodológicos.....	17
1.3 Requerimiento Legal.....	18
1.4 Localización del Centro de Entrenamiento para Niños.....	19
1.4.1 Distribución Geográfica.....	21
1.5 Estructura Organizacional.....	22
1.5.1 Aspectos Administrativos y Organizativos.....	22
1.5.2 Estructura Organizativa.....	22
1.6 Descripción de las instalaciones.....	24
1.6.1 Área de Gimnasia.....	25
1.6.2 Área de Natación.....	26
1.6.3 Área de Baile.....	27
1.6.4 Área de Pintura.....	27
1.6.5 Departamento de Control de Salud.....	28
1.6.6 Bar.....	28
1.7 Equipos y Materiales necesarios para el Funcionamiento.....	29
1.7.1 Equipamiento y Decoración del Kid's GYM.....	29
1.7.2 Materiales Indispensables.....	29
1.8 Cronograma de Actividades.....	30



## Capítulo 2

2	Análisis de Mercado.....	31
2.1	Descripción del Servicio.....	31
2.2	Análisis de la Competencia.....	32
2.3	Análisis del Consumidor.....	33
2.4	Plan de Muestreo.....	34
2.4.1	Definición de la Población Objetivo.....	34
2.4.2	Definición de la Muestra.....	35
2.5	Diseño de la Encuesta.....	37
2.6	Presentación de Resultados.....	38
2.6.1	Interpretación de los Resultados.....	38
2.6.2	Conclusiones de las Preguntas.....	70
2.7	Plan de Marketing.....	72
2.7.1	Objetivos del Plan de Marketing.....	72
2.7.2	Análisis de FODA.....	73
2.7.2.1	Fortalezas.....	73
2.7.2.2	Oportunidades.....	73
2.7.2.3	Debilidades.....	74
2.7.2.4	Amenazas.....	74
2.7.3	Mercado meta.....	74
2.7.3.1	Selección del Mercado Meta.....	74
2.7.3.1.1	Segmentación Geográfica.....	75
2.7.3.1.2	Segmentación Demográfica.....	75
2.7.3.1.3	Segmentación Psicográfica.....	75
2.7.4	Posicionamiento.....	76
2.7.4.1	Estrategia de Posicionamiento de Mercado.....	76
2.7.5	Marketing Mix.....	76
2.7.5.1	Servicio.....	77
2.7.5.2	Precio.....	78
2.7.5.3	Plaza.....	80
2.7.5.4	Promoción del Servicio.....	81

## Capítulo 3

3	Análisis Financiero.....	83
3.1	Plan de Inversión.....	83
3.2	Fuentes de Fondo.....	83
3.3	Proyección de Ingresos y Egresos.....	84
3.3.1	Ingresos.....	84
3.3.2	Egresos.....	85

3.3.2.1. Costos Variables.....	85
3.3.2.2. Gastos Administrativos.....	85
3.3.2.3. Gastos de Publicidad.....	86
3.3.2.4. Depreciación.....	86
3.3.2.5. Amortización de Gastos Preoperativos.....	86
3.4 Capital de Trabajo.....	87
3.5 Flujo de Caja.....	87
3.6 Tasa Interna de Retorno.....	87
3.7 Análisis de Sensibilidad.....	88
3.8 Recuperación de la Inversión.....	95
Conclusiones.....	96
Recomendaciones.....	97
Bibliografía.....	98
Anexos	

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.1	Alternativas de Ubicación.....	19
Tabla 1.2	Matriz de Selección.....	21
Tabla 1.3	Materiales.....	29
Tabla 1.4	Actividades por semana.....	30
Tabla 2.1	Contingencia.....	63
Tabla 2.2	Chi cuadrado.....	64
Tabla 2.3	Contingencia.....	65
Tabla 2.4	Chi cuadrado.....	65
Tabla 2.5	Contingencia.....	66
Tabla 2.6	Chi cuadrado.....	66
Tabla 2.7	Contingencia.....	67
Tabla 2.8	Chi cuadrado.....	68
Tabla 2.9	Contingencia.....	68
Tabla 2.10	Chi cuadrado.....	68
Tabla 2.11	Contingencia.....	69
Tabla 2.12	Chi cuadrado.....	69
Tabla 2.13	Segmentación Geográfica.....	75
Tabla 2.14	Segmentación Demográfica.....	75
Tabla 2.15	Segmentación Psicográfica.....	75
Tabla 2.16	Pago Mensual en la zona Norte.....	78
Tabla 2.17	Pago Mensual (Tres veces a la semana).....	79
Tabla 2.18	Pago Mensual (Lunes a Viernes).....	79
Tabla 2.19	Pago Mensual (Fines de semana).....	80
Tabla 3.1	Inversión Inicial.....	83
Tabla 3.2	Precios Esperados.....	84
Tabla 3.3	Mano de Obra Directa.....	85
Tabla 3.4	Detalle de variables de entrada.....	89
Tabla 3.5	Supuestos TMAR.....	89
Tabla 3.6	Supuesto de cantidad de lunes a viernes.....	90
Tabla 3.7	Supuesto de cantidad de tres veces a la semana.....	90
Tabla 3.8	Supuesto de cantidad de fines de semana.....	90
Tabla 3.9	Supuesto para precio de lunes a viernes.....	91
Tabla 3.10	Supuesto para precio de tres veces a la semana.....	91
Tabla 3.11	Supuesto para precio de fines de semana.....	91
Tabla 3.12	Supuesto para costos variables.....	91
Tabla 3.13	Recuperación de Capital.....	97

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1	Sector de residencia.....	38
Gráfico 2.2	Ingreso Mensual familiar.....	39
Gráfico 2.3	Padres con hijos entre 4 a 13 años.....	39
Gráfico 2.4	Número de hijos entre 4-6 años de edad.....	40
Gráfico 2.5	Número de hijos entre 7-9 años de edad.....	41
Gráfico 2.6	Número de hijos entre 10-13 años de edad.....	41
Gráfico 2.7	Asistencia a algún curso en vacaciones.....	42
Gráfico 2.8	Niños que toman clases extraescolares.....	43
Gráfico 2.9	Tipo de actividad en tiempo libre.....	43
Gráfico 2.10	Motivo de selección de la actividad.....	44
Gráfico 2.11	Establecimiento donde toman las clases.....	45
Gráfico 2.12	Motivo de selección del lugar.....	46
Gráfico 2.13	Razón para inscribir a su hijo.....	47
Gráfico 2.14	Tiempo de asistencia.....	47
Gráfico 2.15	Pago mensual.....	48
Gráfico 2.16	Decisión de asistir a cursos.....	49
Gráfico 2.17	Hora de salida de clases.....	49
Gráfico 2.18	Conocimiento de beneficios.....	50
Gráfico 2.19	Creación del centro.....	51
Gráfico 2.20	Nivel de aceptación del Centro.....	52
Gráfico 2.21	Motivo de escoger el Centro.....	53
Gráfico 2.22	Medios de información.....	53
Gráfico 2.23	Ubicación del Centro.....	54
Gráfico 2.24	Facilidades que ofrece el Centro.....	55
Gráfico 2.25	Gimnasio.....	56
Gráfico 2.26	Patinaje.....	56
Gráfico 2.27	Pintura.....	57
Gráfico 2.28	Baile.....	58
Gráfico 2.29	Natación.....	58
Gráfico 2.30	Parque Infantil.....	59
Gráfico 2.31	Horario de asistencia.....	60
Gráfico 2.32	Frecuencia de asistencia a la semana.....	61
Gráfico 2.33	Pago Mensual por el Servicio.....	62
Gráfico 2.34	Nombre del Centro.....	63
Gráfico 3.1	Simulación de VAN positivo.....	92
Gráfico 3.2	Simulación VAN mayor que el VAN inicial.....	92
Gráfico 3.3	Simulación VAN mayor a \$ 10.000.....	93
Gráfico 3.4	Ranking de Correlaciones.....	93
Gráfico 3.5	Análisis de Sensibilidad del VAN.....	94

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Distribución del Centro.....	21
Figura 1.2 Estructura Organizacional.....	24
Figura 1.3 Área de Gimnasia.....	26
Figura 1.4 Área de Natación.....	27
Figura 1.5 Área de Pintura.....	28

## RESUMEN

El presente proyecto ha nacido como respuesta a la necesidad de que los niños no malgasten su tiempo frente al televisor, sino que lo ocupen en actividades productivas que los ayuden a desarrollar sus habilidades físicas, sociales y psicológicas.

En el Centro de Entrenamiento Físico para niños se desarrollarán actividades físicas en las áreas de gimnasia, natación, baile y pintura.

Con el fin de conocer la opinión de los consumidores, se realizó una investigación de mercado a los padres de familias de la ciudad de Guayaquil y fue entonces donde el resultado más interesante fue que alrededor del 50.25% conocían los beneficios que los niños tienen al realizar actividades físicas desde la temprana edad, con un 75% de aceptación al servicio que se brindará; por lo cual se concluyó que el Centro de Entrenamiento "Kid's GYM" se ubicará en la zona norte de la ciudad de Guayaquil.

A fin de ganar participación de mercado, se seleccionó una estrategia orientada al usuario, destacando las ventajas de la actividad física para los niños que van mucho más allá de sus beneficios físicos o biológicos, porque la actividad física en los niños potencia la inteligencia, el desarrollo de la creatividad y de la imaginación. Además se afirma que "realizar actividad física de forma libre incrementa la autoestima en los niños", debido a que "los niños más hábiles motrizmente tiene más confianza en sí mismos y se desenvuelven con más seguridad frente a los demás, mejorando su capacidad de relacionarse socialmente con valores que serán críticos para afrontar con éxito la vida adulta". Entre dichos valores enumera "el valor del trabajo, el esfuerzo, la competición "sana", la lucha por alcanzar unos objetivos o metas, el trabajo en equipo y la superación".

## ANTECEDENTES

Numerosos expertos y estudios científicos insisten en la importancia y los beneficios, tanto físicos como psicológicos, que la actividad física aporta a los niños. La primera investigación nacional acerca de sobrepeso y obesidad en la población infantil arroja resultados alarmantes: “14 de cada 100 niños de 8 años que vive en la ciudad, lo padecen”, según estudio realizado por un grupo de expertos de la Maestría de Alimentación y Nutrición de la Universidad Central del Ecuador en el 2003. Así también, señalan que las principales causas son: poca actividad física y el exceso de consumo de grasa, herencia genética y dulces en la dieta diaria.

A los niños hoy en día les hace falta jugar más y tener actividades al aire libre que muchas veces nosotros mismos les negamos por el estilo de vida que llevamos. En promedio, los escolares miran televisión 23.6 horas por semana. Los niños que ven más de 28 horas/semana tienen una probabilidad de 4 veces mayor de obesidad frente a los que miraron menos de 14 horas. En cuanto a la dieta, el 41% de los niños sobrepasa las recomendaciones de la Academia Americana de Pediatría de EEUU, la cual sugiere que las grasas representen menos del 30%. El predominio de sobrepeso y obesidad fue mayor en la región costa (16%), frente a la región sierra (11%) y fue superior en el sexo femenino.

En un artículo publicado en el suplemento Salud del diario El Mundo, hace referencia a un importante estudio de científicos americanos y afirmaba que hacer ejercicio regularmente “reduce el riesgo de enfermedad cardiovascular, obesidad, diabetes, intolerancia a los hidratos de carbono, osteoporosis y, por tanto, fracturas, depresión, ansiedad y deterioro cognitivo.

## MARCO TEÓRICO

La obesidad es actualmente un problema de salud pública mundial, esta pandemia afecta no solo a países industrializados sino también a los llamados “en vías de desarrollo”; ha dejado de ser desde hace ya mucho tiempo un problema que afectaba solo a las clases sociales opulentas para extenderse hasta los sectores más desprotegidos de la población (1).

La obesidad en jóvenes está siendo cada día mayor, los patrones desordenados y las conductas alimentarias deficientes, asociados a la inactividad física han sido factores claramente definidos como de riesgo para que la obesidad se mantenga y perdure hasta la edad adulta; al establecerse dichas conductas y estilos de vida poco saludables, se aumenta el riesgo de aparición a temprana edad de enfermedades producto de la obesidad; las más comúnmente desarrolladas en adolescentes son: la diabetes mellitus tipo II (DMT-II) (2), problemas ortopédicos de pies, rodillas, cadera y columna lumbar, y tumores cerebrales entre otras muchas enfermedades desarrolladas como consecuencia de la misma obesidad(3 - 4). Convertido en una enfermedad con alcances sociales, no solo en materia de salud sino también en la forma en como estos se desenvuelven y que viven en sociedad con sus semejantes; la obesidad y el sobrepeso se presentan en cualquier nivel socioeconómico y a cualquier edad, incrementándose conforme pasa el tiempo; cuando se presenta en edades tempranas como en la edad infantil y en la población adolescente, en la mayoría de los casos suele perpetuarse hasta la edad adulta y con ello ocasionar la aparición de múltiples enfermedades crónicas no transmisibles.

Actualmente existen múltiples perspectivas de abordaje del problema de la obesidad(5); las que mayormente han predominado en el mundo occidental



son las que responden al paradigma cuantitativo, es decir, las que tienen que ver con la medición de la ingesta y consumo de calorías; desde esta perspectiva, el desbalance energético es la principal causa de sobrepeso y obesidad. Desde esta perspectiva la dieta y el ejercicio constituyen los pilares básicos del tratamiento; en los países occidentales, este enfoque de corte medico-nutricional ha prevalecido, sin embargo, poco resultados ha dado, sobre todo si pensamos el número cada vez más creciente de personas (incluyendo niños y adolescentes) que son ya parte del problema en las últimas décadas.

## **Capítulo 1: ESTUDIO TÉCNICO**

### **1.1 Objetivos**

#### **1.1.1 Objetivo General**

Determinar la factibilidad económica de crear un Centro de Entrenamiento Físico para niños con edades entre 4 a 13 años, con el propósito de que lleven una vida sana, con instalaciones adecuadas, programas de acuerdo a su edad y servicios que ayuden a los niños a adquirir ciertas habilidades, confianza y una autoimagen positiva, factores necesarios para convertirse en adultos-jóvenes sanos.

#### **1.1.2 Objetivos Específicos:**

- Determinar las características deseadas del servicio por parte del consumidor meta mediante la realización del estudio del mercado.
- Establecer una estrategia adecuada para dar a conocer el servicio, a través de un plan de marketing.
- Obtener la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR), para su posterior comparación con la rentabilidad exigida por el inversor (TMAR).
- Determinar el monto de la inversión necesaria, así como los costos de instalación y mantenimiento.
- Analizar la factibilidad financiera de llevar a cabo el proyecto.

### **1.2 Aspectos Metodológicos**

En vista de que no conocemos exactamente a las personas a entrevistar para llevar a cabo la investigación de este proyecto se realizó una encuesta

personal y el método utilizado para la recolección de datos es la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia.

Las encuestas se realizaron en el norte, centro y sur de la ciudad, en lugares estratégicos a donde concurren padres de familias de clase media y alta.

Dado que la información que se desea conocer está estrechamente ligada al proceso de compra de los padres de familia, para el proyecto se determinó que los datos deberán ser primarios, pues son requeridos expresamente para el proyecto.

### **1.3 Requerimiento Legal**

El Centro estará representado legalmente como persona natural, para lo cual se debe obtener el Registro Único del Contribuyente con el nombre del representante legal como razón social y “Centro de Entrenamiento Kid’s GYM” como nombre comercial, la actividad principal será de brindar servicio para niños.

Para el normal funcionamiento del negocio hay que realizar las pertinentes gestiones en las siguientes instituciones como lo son:

- Inscribirse en el Registro Mercantil
- Obtener el RUC en las oficinas del SRI
- Obtener los permisos en el Municipio de Guayaquil
- Medidas de salubridad.
- Cumplir con los demás requerimientos que supone la Administración
- Contrato de Arrendamiento

Siendo estos los más importantes a la creación de un negocio.

#### 1.4 Localización del Centro de Entrenamiento para Niños

Se buscará un local para alquilar en La ciudadela La Garzota, de tal forma de que se encuentre cerca a las ciudadelas de norte: La Alborada, Los Sauces y Kennedy

En la actualidad en la ciudad de Guayaquil no existe ningún centro que proporcione los servicios que vamos a brindar. Presentando como ventaja el hecho de tener cursos durante todo el año, mientras que la mayoría de la competencia directa como son las manualidades, danza, artes marciales, ubicada en el sector lo hace en vacaciones.

Todas las instalaciones de nuestro centro cumplirán los requisitos sobre barreras arquitectónicas facilitando de esta manera la accesibilidad y movilidad a todos los servicios de nuestro centro. Tendrá modernas instalaciones e infraestructura necesaria para el buen servicio de nuestro Centro.

Basados en lo que desean nuestros clientes potenciales (desean que el Centro de Entrenamiento para niños se encuentre en el norte de la ciudad) contamos con 3 alternativas para ubicar nuestro local por lo que se hicieron estudios y se determinó lo siguiente:

**Tabla 1.1 Alternativas de Ubicación**

<b>LOCAL</b>	<b>AREA TOTAL m<sup>2</sup></b>	<b>COSTO MENSUAL</b>	<b>UBICACIÓN</b>
A	180	1100	Buena
<b>B</b>	<b>200</b>	<b>1200</b>	<b>Excelente</b>
C	190	1300	Mala

**Elaborado: Por los Autores**


**A:** Alborada

**B:** Garzota

**C:** Kennedy

Por lo que se estima que se necesita estos requerimientos para las distintas áreas:

- Área de Baile.- 20 m<sup>2</sup>
- Área de Pintura.- 20 m<sup>2</sup>
- Área de Gimnasia.- 60 m<sup>2</sup>
- Piscina.- 40 m<sup>2</sup>
- Bar.- 15 m<sup>2</sup>
- Oficinas y Dispensario Médico.- 30 m<sup>2</sup>



**Distribución  
física de las  
áreas**

Se selecciona la localidad de la Ciudadela La Garzota que aunque tiene 15 m<sup>2</sup> de más su ubicación resulta excelente debido que es un lugar apacible y acogedor por lo que los niños se sentirán en otro ambiente y el costo mensual es viable para nuestra capacidad de pago.

Se busca alcanzar la comodidad y el buen espacio físico seleccionado es de mucha ayuda para la imagen que se desea proyectar.

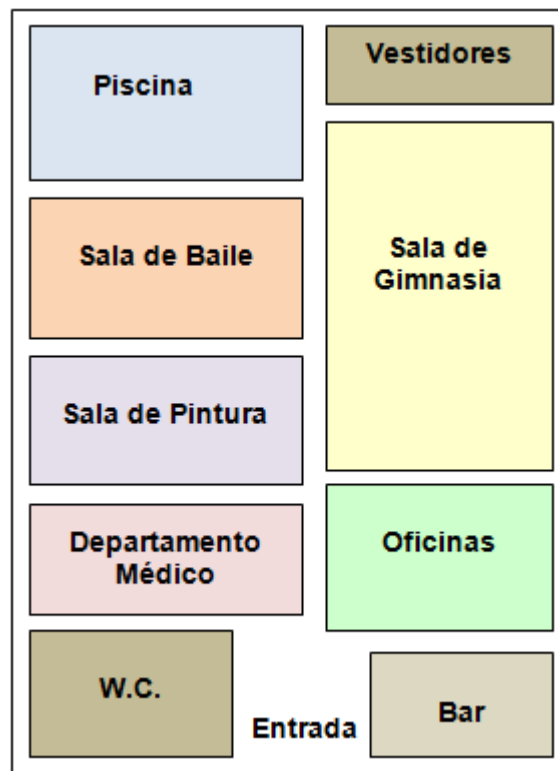
Acontinuación mostramos la matriz de selección de la localización del Centro de Entrenamiento para niños, la misma que fue determinada en la encuesta realizada a los padres de familia obteniendo un mayor porcentaje la Cdla. La Garzota, seguido con una aproximación del 18.25% la misma zona pero en la Cdla. Alborada.

**Tabla 1.2 Matriz de Selección**

<b>Norte</b>			
Alborada	Garzota	Ceibos	Kennedy
18,25%	19,00%	1,00%	2,75%

Elaborado: Por los Autores

#### 1.4.1 Distribución Geográfica

**Figura 1.1 Distribución del Centro**

Elaborado: Por los Autores

## 1.5 Estructura Organizacional

### 1.5.1 Aspectos Administrativos y Organizativos

La administración va a contar con herramientas muy útiles, como lo es el programa Excel, el cual permitirá realizar cálculos financieros y en la parte operativa contará con los procesos de mantenimiento de las máquinas cada cierto tiempo.

### 1.5.2 Estructura Organizativa

El personal del Centro de Entrenamiento para niños Kid's GYM estará distribuido de la siguiente manera:

#### **Director**

Será el encargado de la administración del Centro como publicidad, buscar alianzas con los medios de comunicación y proveedores y llevará los libros de contabilidad, incluyendo nómina, compra de materiales y pago del servicio.

-Tendrá como responsabilidades incrementar el portafolio de clientes (nuevos). Manejo de relaciones públicas de su región. Tener conocimiento pleno de información de mercado y competencia.

**Requisitos:** -Profesional con experiencia de mínimo de 3 – 4 años – título universitario en Ingeniería Comercial / Marketing o afines  
–Conocimientos de Publicidad - Manejo de medios – Excelente nivel de liderazgo, manejo de equipos, habilidades administrativas – Buen manejo de contactos en el medio.

**Instructores de actividades en grupo**

Dirigir los cursos en cada unas de sus áreas asignadas; deberán colaborar con la planificación de horarios y cursos; y llevar un control de uso y requerimiento de los materiales de trabajo.

Gimnasia

Natación

Música o Baile

Pintura

**Secretaria - Recepcionista**

Es la persona que proveerá información general a quienes llamen o asistan al Centro, mantendrá actualizada las carteleras de información y contactos para lo cual tendría el siguiente perfil

-Conocimiento de utilitarios (excel-intermedio, power point, word) –  
Experiencia en cargos similares – capacitadas de trabajar con clientes y en equipo.

**Requisitos:** - Estudios universitarios intermedio – experiencia en el cargo –  
carácter - iniciativa y proactiva.

**Personal de Mantenimiento**

Es la persona encargada del mantenimiento de los juegos infantiles.

**Médico (Pediatra)**

Deberá atender a los niños que requieran de alguna emergencia.

**Guardias de seguridad**

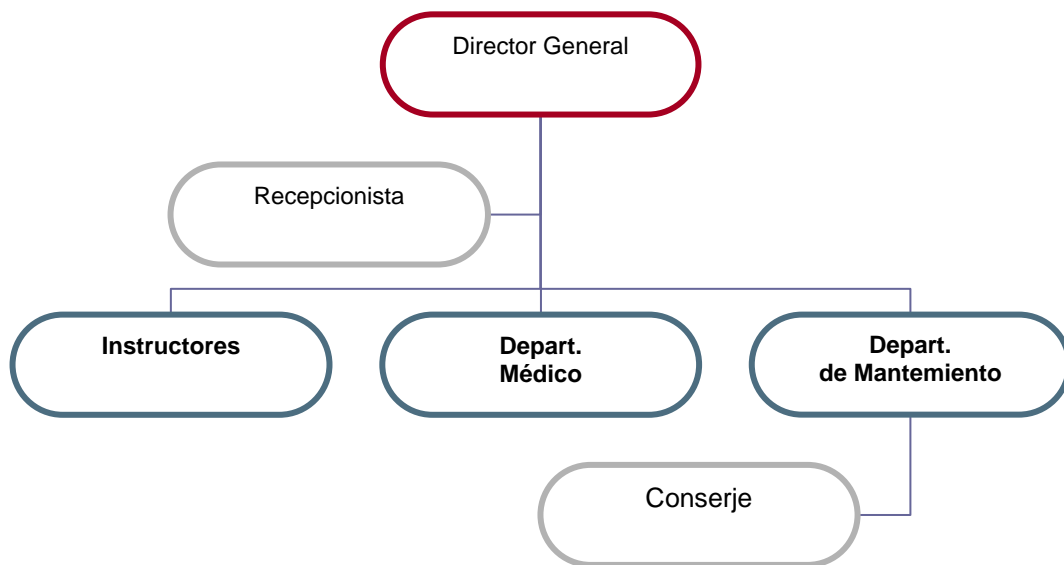
Dos que laboraran en diferentes horarios: uno de 07H00-19H00 y el otro de 19H00-07H00, en horarios rotativos.



### **Conserje - Mensajero**

Realizará la limpieza del establecimiento, las tareas de mensajería y compras.

**Figura 1.2 Estructura Organizacional**



Elaborado: Por los Autores

### **1.6 Descripción de las Instalaciones**

El lugar donde se desarrollará el Centro de Entrenamiento Físico para Niños “Kid’s GYM” deberá tener un área de alrededor de 200 m<sup>2</sup>, además contará con todos los servicios básicos como son agua, luz, teléfono y baterías sanitarias.

El Centro tendrá las siguientes áreas:

- Área de Gimnasia
- Área de Natación
- Área de Baile
- Área de Pintura
- Área de Salud

Todas las áreas estarán dotadas de los mejores equipos y personal para asesorar a nuestros clientes que son los niños, que podrán asistir con sus padres o cualquier familiar. Además de contar siempre con un equipo médico capacitado para atender de forma inmediata a los niños.

El Médico estará a cargo de diseñar un plan de alimentación tomando en cuenta el grado de actividad que realiza diariamente, no sin antes haberle realizado todos los chequeos y exámenes pertinentes.

Adicionalmente contará con recepción, oficina, bar y se adecuará un espacio para bodega de materiales e implementos de limpieza.

### **1.6.1 Área de Gimnasia**

Esta área tiene como objetivo fomentar en los niños el conocimiento de su propio cuerpo y del medio externo, para que adquieran destreza psicomotriz como correr, saltar, reptar, trepar, rodar y mejorar sus condiciones físicas como: resistencia, fuerza, coordinación, equilibrio, flexibilidad, expresión corporal, etc.

Todos los objetivos propuestos se logran sin presión sobre los niños, con juegos de integración del grupo y los profesores, a través de óptimas experiencias sensorio-motoras que le permiten mejorar potencializar su desarrollo integral. Desarrolla la capacidad de interactuar con el medio que los rodea, a través de juegos y canciones que potencializan sus habilidades motrices, fortalece la socialización entre niños y adultos, además que se estimula el desarrollo del lenguaje.

- Evitar el sedentarismo, el sobrepeso consecuencia de tantos videos juegos
- Se busca, crear una cultura de ejercicio y de cuidado desde edades tempranas
- Corregir posturas, mantenimiento un balance muscular y de flexibilidad.

También aquí se utilizaran un área para la colocación de toldos y colchones de aire para que los niños realicen sus actividades.

**Figura 1.3 Área de Gimnasia**



Elaborado: Por los Autores

### **1.6.2 Área de Natación**

Es ideal para que los niños aprendan a nadar y disfruten del agua con seguridad y prudencia.

El tiempo en que un niño aprenda a nadar depende de su desarrollo, progreso y constancia. Dentro del agua se experimentan nuevas sensaciones; descubren agilidad, versatilidad, incremento de fuerza, libertad

de movimiento, sentido de desplazamiento, orientación, competitividad comprendiendo los límites del agua, además fortalece su autoestima.

Contaremos con piscina cubierta y climatizada, además con un amplio material didáctico.

### **Figura 1.4 Área de Natación**



**Elaborado: Por los Autores**

### **1.6.3 Área de Baile**

Exclusivo para que los niños aprendan a bailar, adquieran seguridad y tengan conocimiento de los diferentes ritmos, acompañados de una adecuada forma corporal.

Nuestros principales objetivos serán vencer la timidez, relacionarse con otros niños de su misma edad y divertirse sanamente. Estos objetivos se logran sin presión sobre los niños, con excelente y variada música, además de profesores especializados.

### **1.6.4 Área de Pintura**

El objetivo de esta área es hacer participar y suministrar al niño los conceptos básicos sobre dibujo y color, el manejo de los procesos de

preparación en las artes plásticas, desarrollándoles el sentido de concepción, idea, espacio, color y aplicación teniendo en cuenta su edad y el desarrollo a través del ejercicio inicial.

**Figura 1.5 Área de Pintura**



**Elaborado: Por los Autores**

### **1.6.5 Departamento de Control de Salud**

La persona encargada en este departamento estará pendiente del peso de los niños para tratar de controlar adecuadamente su condición de vida y evitar la obesidad desde los niños.

### **1.6.6 Bar**

Este servicio estará dirigido para todas las personas que estén esperando a sus hijos que terminen sus actividades y también para los niños que deseen disfrutar de alguna bebida sean estas: agua, bebidas hidratantes, bebidas naturales, ensaladas de frutas, yogurt, sandwiches y otros snack, etc.

## 1.7 Equipos y Materiales Necesarios para el Funcionamiento

### 1.7.1 Equipamiento y Decoración del Kid's GYM

El equipamiento de Kid's GYM exclusivamente serán adquiridos en el mercado local a muy buen costo y los equipos bien diseñados ergonómicamente y biomecánicamente. Con una garantía de cinco años, kits de repuestos y su debida capacitación para su mantenimiento. Los equipos deportivos de muy buena calidad diseñados para uso en gimnasia para niños estos tiene garantía de tres años con una vida útil de 10 años al final de los cuales serán reemplazados por equipos nuevos, y estos vendidos en un valor que corresponde a su valor de salvamento. La decoración estará a cargo de un Decoradora de interiores, deberá ser ventilado, iluminado y muy emotivo con decoraciones infantiles para los niños.

### 1.7.2 Materiales Indispensables

Se requerirá materiales de trabajo para iniciar el funcionamiento, los cuales se describen a continuación:

**Tabla 1.3 Materiales**

Escritorio	3
Silla de oficina	9
Archivador (4 gavetas)	3
Armario estante (4 niveles)	2
Silla de trabajo	45
Mesa de trabajo	9
Cartelera	2

**Elaborado: Por los Autores**

## 1.8 Cronograma de actividades

**Tabla 1.4 Actividades por semana**

ACTIVIDADES	SEMANAS						
	1	2	3	4	5	6	7
Trámites para constituir la empresa							
Arriendo del local							
Compra de los equipos							
Compra de las máquinas							
Compra de los útiles de oficina							
Equipamiento del local							
Pruebas de los equipos							
Contratación del personal							
Compra de los alimentos							
Funcionamiento del establecimiento							

**Elaborado: Por los Autores**

En la tabla presentada anteriormente constan todas las actividades preliminares al funcionamiento del establecimiento.

## **Capítulo 2: ANÁLISIS DE MERCADO**

### **2.1 Descripción del Servicio**

“Kid’s GYM” estará ubicado al Norte de la ciudad de Guayaquil en la Cdla. La Garzota, está dirigido para niños en edades comprendidas entre 4 a 13 años con un horario de asistencia de 10H00 a 18H00.

Este servicio contará con la excelencia de equipos y profesionales en las diferentes actividades que se van a desarrollar como son: Área de Gimnasia, Área de Natación, Área de Baile y Área de Pintura, para de esa manera asesorar a nuestros clientes que la actividad física desde la temprana edad es beneficiosa para su salud.

Las clases que brindaremos en “Kid’s GYM” están diseñadas para desarrollar habilidades claves para que el niño disfrute del ejercicio físico y el deporte, como la resistencia física, el equilibrio, la coordinación, las habilidades motrices gruesas y finas, la agilidad y la flexibilidad. Nuestras clases también permiten desarrollar habilidades sociales y la imaginación.

Además de contar siempre con un equipo médico capacitado como Pediatra para atender de forma inmediata a los niños. El Doctor estará a cargo de diseñar un plan de alimentación tomando en cuenta el grado de actividad que realiza diariamente, no sin antes haberle realizado todos los chequeos y exámenes pertinentes.



## **2.2 Análisis de la Competencia**

Se ha definido como competencia a los establecimientos que dan clases de fútbol, natación, música y pintura durante el periodo vacacional y/o fuera del horario de clases durante el periodo lectivo. Con la finalidad de identificar que ofrece el mercado de la competencia en relación a la enseñanza de actividades físicas para niños, se han planteado los siguientes objetivos en cuanto a los requerimientos de información:

- Conocer cuál es el tipo de establecimiento que más ofrece la enseñanza de actividades física, deportes, habilidades motrices, sociales y la imaginación para niños en la ciudad de Guayaquil.
- Conocer cuál es el sector geográfico de mayor concentración de la competencia.
- Conocer si las personas que dictan las clases son personas profesionales en la enseñanza de actividades físicas y motrices para el desarrollo de los niños.
- Conocer la duración del curso
- Conocer el valor que están cobrando la competencia.

A continuación analizaremos algunos establecimientos de la competencia en los cuales nuestros encuestados asistían:

### **Escuelas de Danza**

Jessenia Mendoza este es un establecimiento de la competencia donde el cuerpo de baile y los mini cuerpos de baile están formados por las alumnas que se han destacado gracias a su rendimiento, puntualidad, asistencia, conducta, uniforme, peinado y aprovechamiento en general. Son las

seleccionadas por los profesionales del Centro Artístico, y son las encargadas de representar a la institución en todos los eventos, invitaciones y contratos.

### **Escuelas de Fútbol**

Alfaro Moreno es uno de los establecimientos más destacados en el fútbol porque proporciona habilidades físicas tanto para niños/as y adolescentes, con el fin de involucrar a la familia y demás actores de la sociedad como una contribución a la erradicación de los diversos problemas sociales existentes en la población y garantizar el bienestar físico y psico-socio, cultural de la niñez y juventud de los sectores urbanos.

### **Conservatorios**

Antonio Neumane es uno de los principales centros de estudios del Ecuador, ubicado en la ciudad de Guayaquil. Su labor artística, docente, cultural y de proyección social hacia su libérrima ciudad. El Conservatorio da a la niñez y juventud la oportunidad de desarrollar y canalizar su potencial artístico y adquirir una formación académica musical que lo habilita como un profesional, lo que le permitirá servir a la sociedad o representar honrosamente al país en caso necesario y además merecer la ubicación artística en el ámbito económico de supervivencia.

## **2.3 Análisis de la Consumidor**

Conocer al consumidor es tan o más importante como conocer a la competencia. En este apartado, se procederá a presentar el perfil del consumidor, lo cual permitirá determinar los aspectos, gustos y preferencias de éste que deberán ser abordados en la investigación de mercado.

Si bien es que hay que conocer el perfil del consumidor y en este caso los usuarios son los niños, pero quienes toman la decisión final para inscribirlos son sus padres, por lo tanto son a ellos a quienes se considerarían como consumidores, y deberán presentar las siguientes características:

- Padres de familia de ambos sexos
- Que vivan en la zona norte de la ciudad de Guayaquil, en la Cda. La Garzota
- Con hijos cuyas edades fluctúen entre los 4 a 13 años.
- Preocupados de que sus hijos tengan una vida saludable desde la temprana edad donde puedan desarrollar sus habilidades físicas y prevenir enfermedades como obesidad, cardiovasculares, etc.
- Que consideran que la actividad proporciona mayor beneficio para mejorar sus habilidades sociales.

## **2.4 Plan de Muestreo**

Con el fin de evaluar y seleccionar la estrategia adecuada para que la empresa se posea en el mercado, se procederá a realizar una investigación descriptiva que permita obtener información acerca de las expectativas de los padres sobre la educación de sus hijos, las actividades que estos realizan fuera del horario de clases y el nivel de aceptación para tomar las clases en el Centro.

### **2.4.1 Definición de la Población Objetivo**

La ciudad de Guayaquil tiene una población de casi 2 millones de habitantes, de los cuales el área urbana es de 1'985.379 (8) esto representa el 97.3%

ver anexo 2.2. La población objetivo de nuestra investigación será cuyo salario mínimo sea de 200 dólares.

Son tres características que debe tener el grupo al cual van dirigidos el Centro que son: Vivir en el norte de la ciudad, tener hijos de 4 a 13 años de edad y estar en capacidad económica de inscribirlos.

#### **2.4.2 Definición de la Muestra**

Es necesario especificar la muestra que ha de considerarse para el proyecto para la confiabilidad de los resultados, para ello hay que determinar si la población es finita o infinita.

Pero antes de eso tenemos que identificar los tipos de muestreo que vamos a utilizar sean estos probabilístico o no probabilístico.

El método a escoger para la finalidad del proyecto es el Muestreo No Probabilístico el cual se divide en cuatro técnicas de muestreo que son por conveniencia, juicio, cuota y bola de nieve, para lo cual vamos a coger el muestreo por Conveniencia (6), ya que este muestreo nos permite realizar las encuestas dirigiéndonos a nuestros posibles consumidores potenciales, es decir encuestar a padres y madres de familia.

De acuerdo con el perfil del consumidor descrito en este capítulo, el sector óptimo para la instalación del Centro es la zona norte, según el censo del 2001 del INEC la población de madres con hijos en Guayaquil en el área urbana es de 23.779 ver anexo 2.3, según la tabla de ingresos anuales por quintiles suponemos que el 27,51% de las mujeres que tienen un rango de edad entre 25 a 44 años poseen un nivel de ingreso por quintil mayor a 3 por lo tanto se obtiene una población finita de 23.779 individuos.

Para determinar el tamaño de la muestra se tomarán en cuenta:

- El nivel de confianza deseado;
- El máximo error de estimación permitido para la medida muestral:
- La población de éxito, p y de fracaso, q;
- Suponiendo que los niños viven con al menos uno de los progenitores
- El método a utilizar, en este caso, es el muestreo por conveniencia para una población finita:

Estos factores se agrupan en la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * (p * q) * Z^2}{e^2 * (N - 1) + (Z^2 * (p * q))} \text{ donde,}$$

n: número de elementos de la muestra

p: probabilidad de éxito; q = 1-p; dado que es desconocido y no hay datos de estudios anteriores de referencia, se considera que p = q = 0.5

N: número de elementos de la población

Z: Estadístico predeterminado en la tabla de la distribución normal con respecto al nivel de confianza

e: Error máximo admisible o error de diseño que no es más que la diferencia en valor absoluto entre la media muestral y la población.

$$n = \frac{23.779 * (0.5 * 0.5) * 1.96^2}{0.05^2 * (23.779 - 1) + (1.96^2 * (0.5 * 0.5))} = 378 \quad (6)$$

$$n \approx 400$$

Se concluye, por lo tanto, que el número de encuestas necesarias para realizar la investigación de mercado del proyecto es 400.

## **2.5 Diseño de la Encuesta**

Se optó por la aplicación de un cuestionario para la muestra en busca de medir actitudes y comportamientos esperados del mercado. Para ello, fue conveniente aplicar lo que se denomina técnica estructurada, que consiste en facilitar respuestas breves, simples, específicas, y con opciones múltiples.

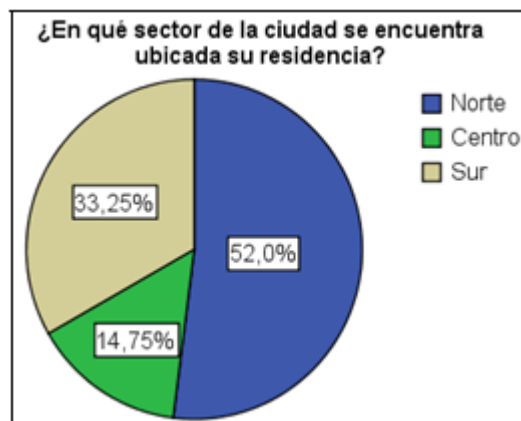
La investigación del Mercado se basó en muestreo no probabilístico, en el cual utilizamos el muestreo por conveniencia según los intereses de la investigación.

## 2.6 Presentación de los Resultados

### 2.6.1 Interpretación de los Resultados

¿En qué sector de la ciudad se encuentra ubicada su residencia?

**Gráfico 2.1 Sector de residencia**

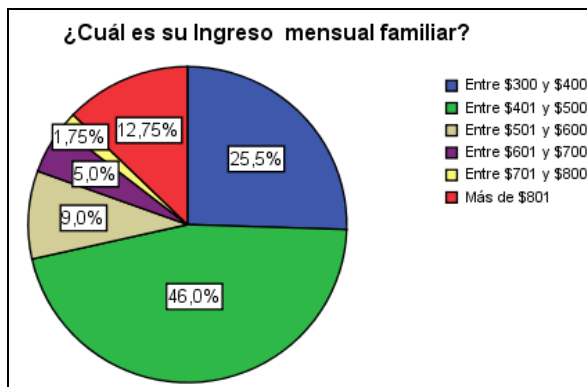


Elaborado: Por los Autores

Como se puede observar en el Gráfico 2.1 de las 400 personas encuestadas el 52% tienen su residencia en el norte de la ciudad, el 33,25% en el sur y el 14,75% en el Centro.

## ¿Cuál es su ingreso mensual familiar?

**Gráfico 2.2 Ingreso Mensual familiar**



Elaborado: Por los Autores

En los ingresos se observa que el 46% de las personas tiene un ingreso mensual familiar entre \$401 a \$500, el 25.5% posee un ingreso entre \$300 a \$400, el 9% obtiene un ingreso entre \$501 a \$600 y el un 12.75% posee un ingreso mayor a \$801. Más del 90% de las familias se encuentra capacidad económica para que sus hijos accedan al Centro “Kid’s GYM”.

## ¿Usted tiene hijos entre 4 a 13 años de edad?

**Grafico 2.3 Padres con hijos entre 4 a 13 años**



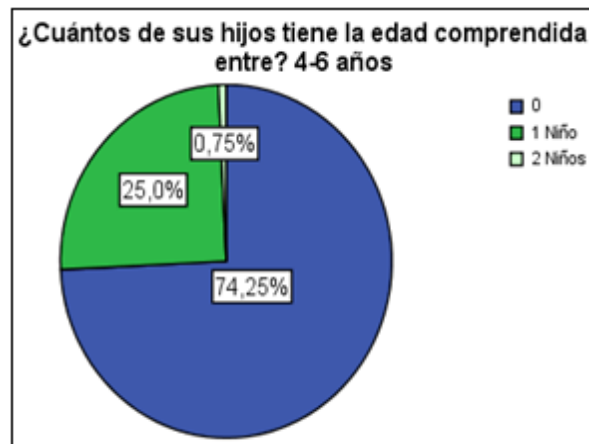
Elaborado: Por los Autores



El 80% de las personas encuestadas afirma tener hijos comprendidos entre 4 a 13 años edad y el 19.5% menciona no tener hijos entre dicho rango de edad.

**¿Cuántos de sus hijos tiene la edad comprendida entre?**

**Gráfico 2.4 Número de hijos entre 4-6 años de edad**

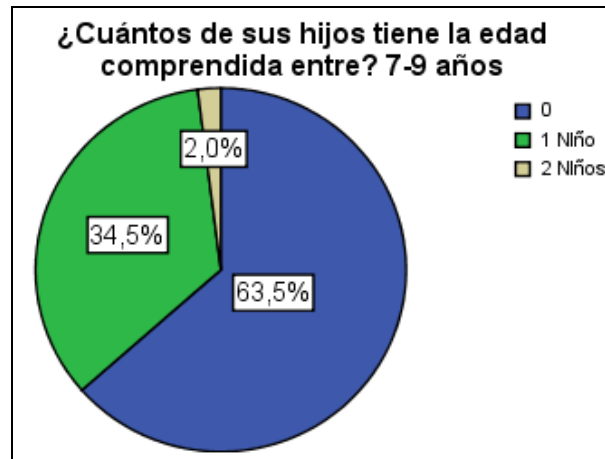


**Elaborado: Por los Autores**

De los encuestados los que tienen hijos de la edad comprendidos entre 4 a 6 años: El 25% menciona tener un solo hijo en el rango de esas edades y el 0.75% menciona tener dos hijos en esas edades.

## ¿Cuántos de sus hijos tiene la edad comprendida entre 7-9 años?

**Gráfico 2.5 Número de hijos entre 7-9 años de edad**



Elaborado: Por los Autores

Se observa que las familias que tienen hijos de la edad comprendidos entre 7 a 9 años: El 34.5% tiene un hijo en el rango de esas edades y el 2% menciona tener dos hijos en esas edades.

**Gráfico 2.6 Número de hijos entre 10-13 años de edad**

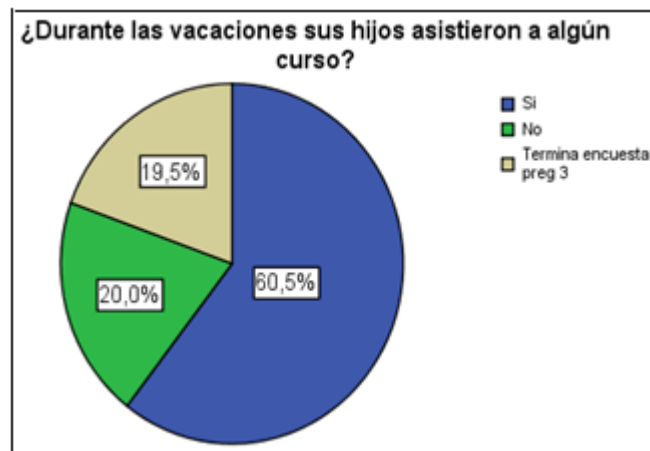


Elaborado: Por los Autores

Se observa que las familias que tienen hijos de la edad comprendidos entre 10 a 13 años: El 28.25% tiene un hijo en el rango de esas edades y el 1.75% menciona tener dos hijos comprendidas en esas edades.

**¿Durante las vacaciones sus hijos asistieron a algún curso?**

**Gráfico 2.7 Asistencia a algún curso en vacaciones**

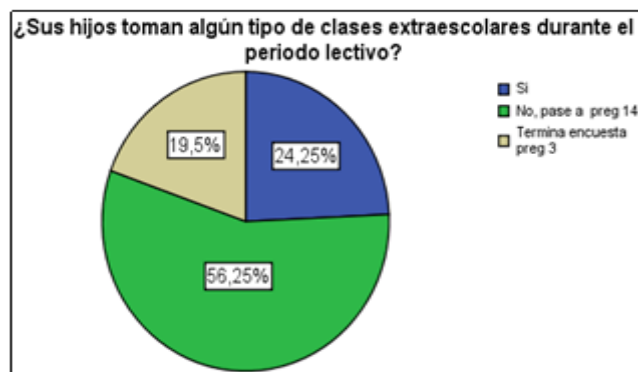


Elaborado: Por los Autores

De las personas encuestadas menciona que 60.5% toman en las vacaciones algún tipo de curso, mientras que el 20% no toma ningún tipo de curso en las vacaciones.

¿Sus hijos toman algún tipo de clases extraescolares durante el período lectivo?

**Gráfico 2.8 Niños que toman clases extraescolares**

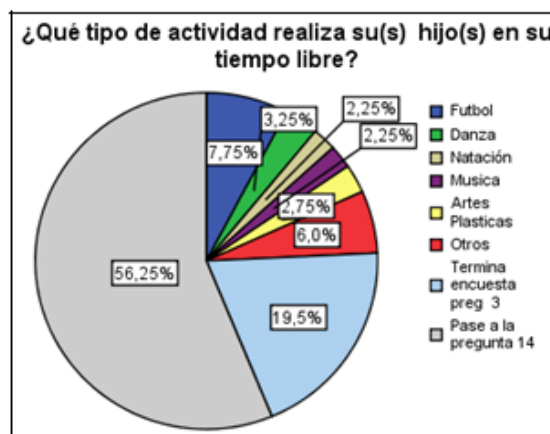


Elaborado: Por los Autores

Durante el periodo lectivo el 24.5% menciona que sus hijos asisten en algún tipo de clase extraescolar y el 56.25% afirma no haber puesto a sus hijos en ninguna clase extraescolar.

¿Qué tipo de actividad realiza su (s) hijo (s) en su tiempo libre?

**Gráfico 2.9 Tipo de actividad en tiempo libre**

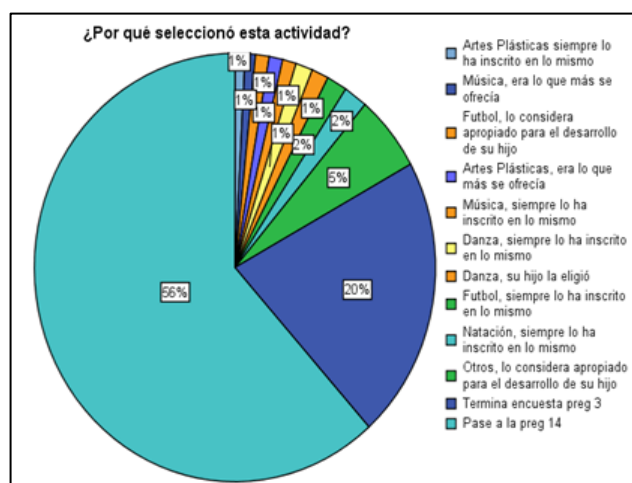


Elaborado: Por los Autores

Durante el periodo lectivo las actividades que realizan los niños con mayor frecuencia son: fútbol con el 7.75%, el 3.25% realizan danza, seguido con el 2.75% las artes plásticas, el 2.25% natación, el 2.25% música y el 6% otras actividades.

### ¿Por qué seleccionó esta actividad? (Elegir una opción)

**Gráfico 2.10 Motivo de selección de la actividad**

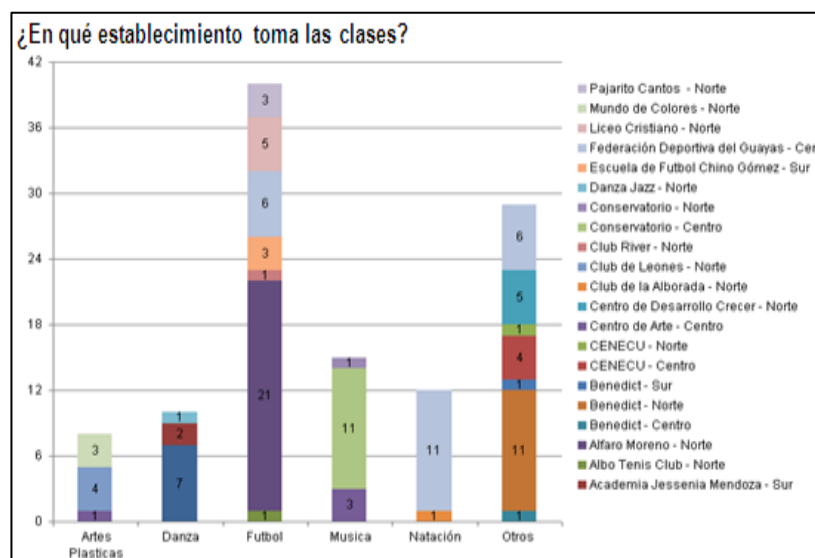


Elaborado: Por los Autores

El 56% de los individuos afirma no haber puesto en ningún tipo de actividades a sus hijos, además se puede observar que las actividades que con mayor frecuencia se hacen en el periodo lectivo son: “Otros”, lo considera apropiado para el desarrollo de su hijo, con el 5% en los que mayor importancia son los cursos de idiomas, El 2% menciona haber puesto a sus hijos en cursos de “Natación”, debido a que siempre lo a puesto en la misma actividad, así como “Fútbol” siempre lo ha inscrito en el mismo deporte, el 1% de los encuestados menciona haber puesto a sus hijos en cursos de “Danza”, “Música”, y como en último lugar el 1% menciona haber puesto a sus hijos en “Artes Plásticas”.

## ¿En qué establecimiento toma las clases?

**Grafico 2.11 Establecimiento donde toman las clases**



**Elaborado: Por los Autores**

En el gráfico 2.12 podemos observar los establecimientos que tiene mayor nivel de alumnos que son: 21 niños en el deporte de fútbol entre los establecimientos que asisten están Federación Deportiva del Guayas, Alfaro Moreno, Pajaritos Cantos entre otros; en “Otros” con los curso de idiomas como son Benedict, Cenecú. Considerados importantes para los padres inscribirlos, para el conocimiento de ellos, En Danza los más conocidos son: la Academia Jessenia Mendoza, Danza Jazz, seguido por natación y al último Artes plásticas

## ¿Qué motivo le llevan a elegir este lugar?

**Gráfico 2.12 Motivo de selección del lugar**



Elaborado: Por los Autores

Los motivos por el que llevan a los encuestados a elegir el lugar para tomar los cursos son: Otros con el 4% por su “Ubicación” siendo las actividades que más se escogen son los idiomas, con el 3% fútbol por su “Ubicación”, “Prestigio” y “Recomendación”, seguido con el 2% para danza siendo los motivos por los que se escoge principalmente es por “Ubicación” y “Prestigio”, con el 1% natación y entre los motivos esta el “Prestigio” y el “Precio”, siendo la última actividad las artes plásticas con 1% por su “Ubicación” del curso.

## ¿Qué razón consideró necesaria para inscribir a su hijo en este curso?

**Gráfico 2.13 Razón para inscribir a su hijo**

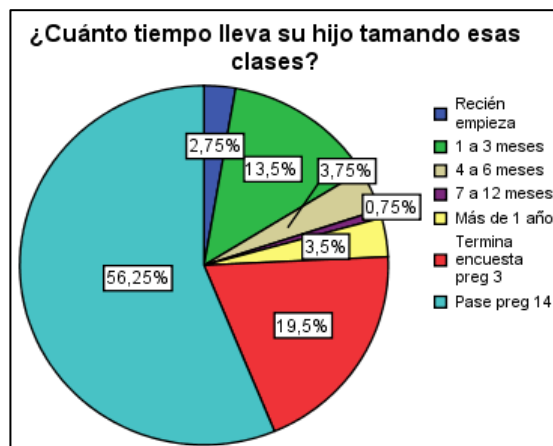


Elaborado: Por los Autores

En este gráfico podemos observar que 7.75% de los encuestados consideró una razón necesaria para inscribir a su hijo en el curso y esta fue que sus hijos adquieran conocimiento, el 6.5% por diversión/entretenimiento y el 6.25% para reducir el nivel de sedentarismo.

## ¿Cuánto tiempo lleva su hijo tomando esas clases?

**Gráfico 2.14 Tiempo de asistencia**



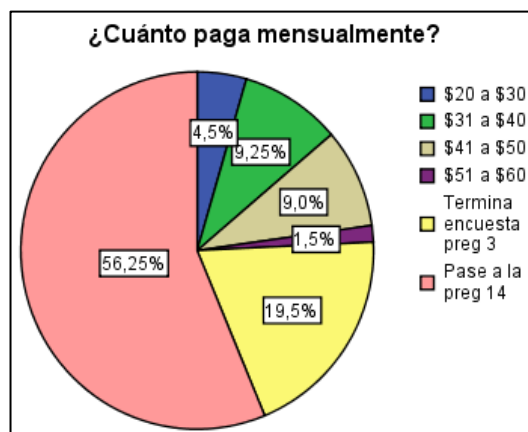
Elaborado: Por los Autores



El 13.5% de los encuestados nos revelaron que el tiempo que llevan sus hijos tomando las clases en los establecimientos mencionados están en el rango de 1 a 3 meses, el 3.75% en el rango de 4 a 6 meses y el 3.5% en más de 1 año que se encuentran en los establecimientos mencionados anteriormente.

### ¿Cuánto paga mensualmente?

**Gráfico 2.15 Pago mensual**

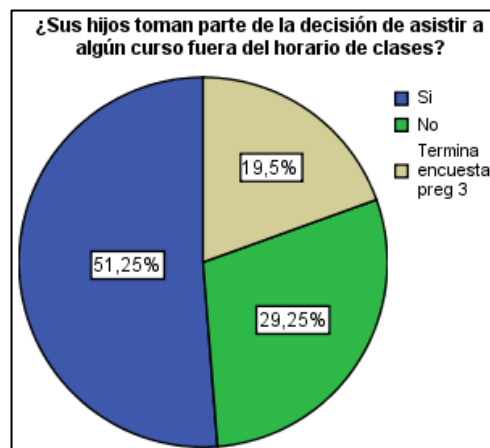


**Elaborado: Por los Autores**

En el gráfico 2.11 podemos observar el monto que los padres de familia pagan por tener a sus hijos en clases extraescolares durante el periodo lectivo, el 4.5 % de los pagos son menores de \$30.00, el 9.25% está por debajo de \$40 y existe el 30% que paga más de \$40.00 hasta \$60.00 es decir que alrededor de un 45% de los pagos están por debajo de los \$60.00, por lo tanto el precio si es un factor determinante para seleccionar el establecimiento.

¿Sus hijos toman parte de la decisión de asistir a algún curso fuera del horario de clases?

**Gráfico 2.16 Decisión de asistir a cursos**

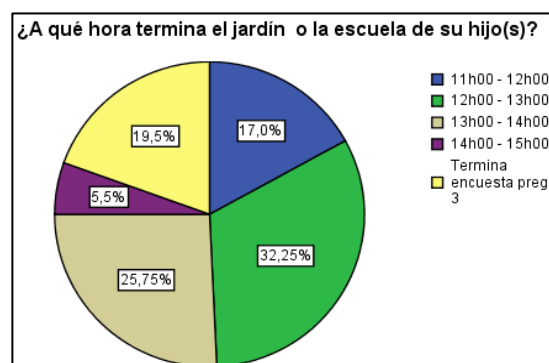


Elaborado: Por los Autores

Aquí podemos determinar que el 51.25% de los encuestados afirman que sus hijos toman parte de la decisión de asistir a algún curso fuera del horario de clases, mientras que un 29.25% mencionan que no lo hacen.

¿A qué hora termina el jardín o la escuela de su hijo(a)?

**Gráfico 2.17 Hora de salida de clases**

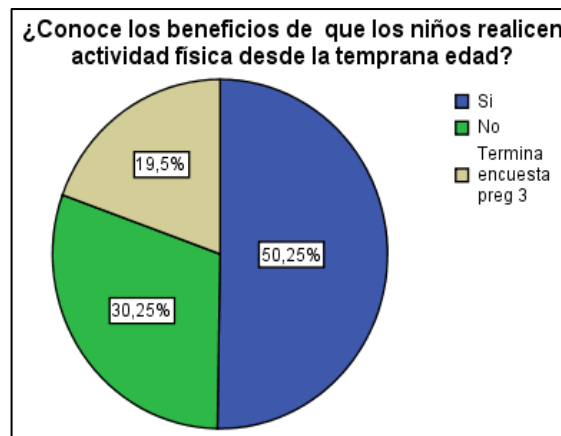


Elaborado: Por los Autores

Se puede observar que el 32.25% de los niños salen en el horario de 12H00-13H00 y que el 25.75% en el horario de 13H00-14H00, es decir que no existe dificultad para poder asistir al establecimiento que se va a brindar porque solo un 5.5% de los niños terminan sus clases entre 14h00-15h00.

**¿Conoce los beneficios de que los niños realicen actividad física desde la temprana edad?**

**Gráfico 2.18 Conocimiento de beneficios**

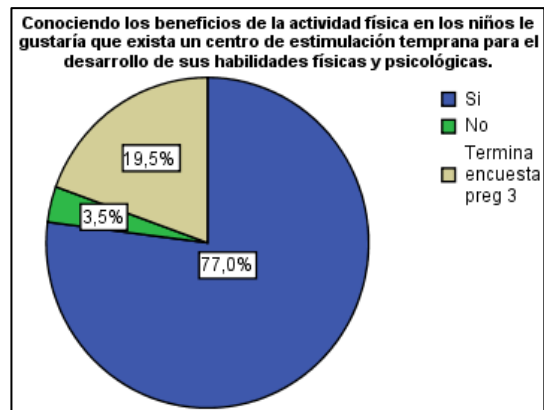


**Elaborado: Por los Autores**

Este es uno de los gráficos más importantes porque nos muestra el nivel de conocimiento de los padres en cuanto a los beneficios que los niños realicen actividades físicas desde la temprana edad. El 50.25% los padres de familia si tienen conocimiento previo de los beneficios y el 30.25% no.

**Conociendo los beneficios de la actividad física en los niños le gustaría que exista un Centro de Estimulación temprana para el desarrollo de sus habilidades físicas y psicológicas.**

**Gráfico 2.19 Creación de Centro**

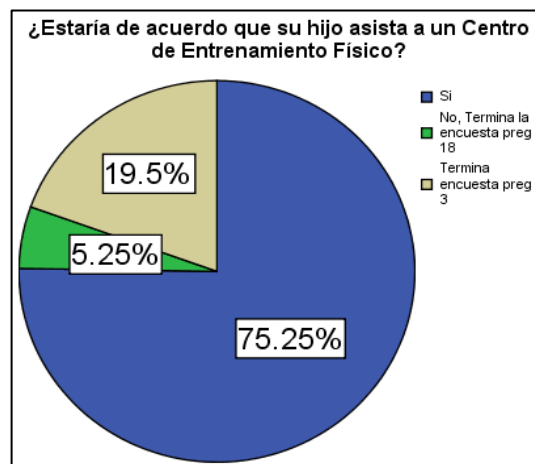


**Elaborado: Por los Autores**

El 77% de los padres de familia nos dijeron que si les gustaría que exista un Centro de estimulación temprana para el desarrollo en sus hijos de las habilidades físicas y psicológicas.

## ¿Estaría de acuerdo que su hijo asista a un Centro de Entrenamiento Físico?

**Gráfico 2.20 Nivel de aceptación del Centro**

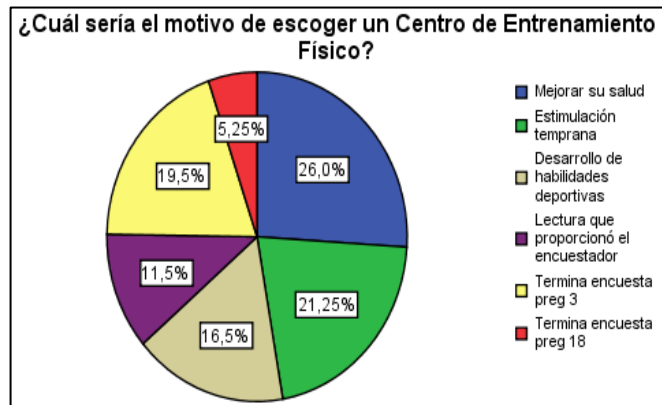


Elaborado: Por los Autores

Con un 75.25% de los encuestados (padres de familia), 7 de cada 10 familias respondieron afirmativamente, lo que nos indica que conociendo los beneficios de desarrollar habilidades físicas como deporte, natación, entre otros se pueden motivar a los padres para que inscriban a sus hijos aún cuando no lo hayan considerado anteriormente, quienes respondieron que les gustaría que asistan al Centro.

## ¿Cuál sería el motivo de escoger un Centro de Entrenamiento Físico?

**Gráfico 2.21 Motivo de escoger el Centro**

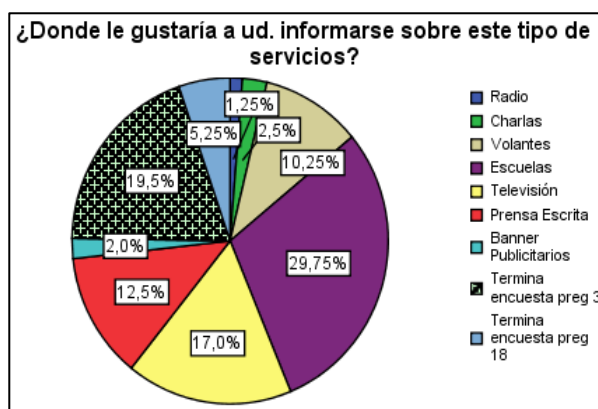


Elaborado: Por los Autores

El 26% de los encuestados seleccionarían el Centro de Entrenamiento Físico para mejorar la salud de sus hijos, ya que de esta manera pueden evitar las enfermedades como obesidad infantil, el 21.25% para que sea una estimulación temprana lo cual indica que desean que desde la niñez tengan habilidades físicas e intelectuales.

## ¿Dónde le gustaría a Ud. Informarse sobre este tipo de servicio?

**Gráfico 2.22 Medios de información**

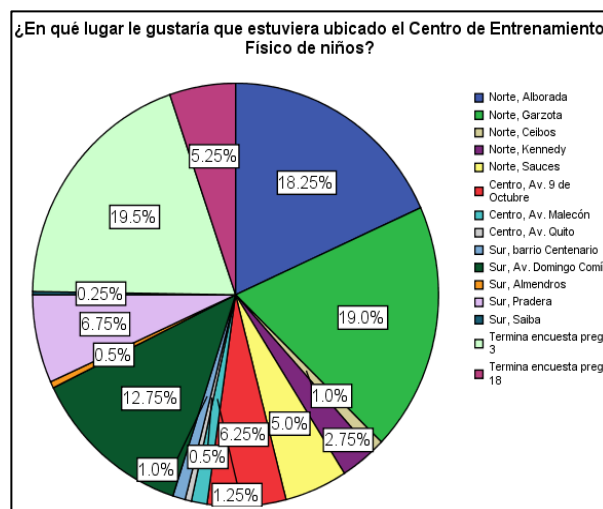


Elaborado: Por los Autores

El 29.75% de los encuestados revelaron que les gustaría informarse más de este servicio en escuelas de sus hijos para tener una correcta o simétrica información y con 17% por medio de la televisión.

**¿En qué lugar le gustaría que estuviera ubicado el Centro de entrenamiento Físico de niños?**

**Gráfico 2.23 Ubicación del Centro**

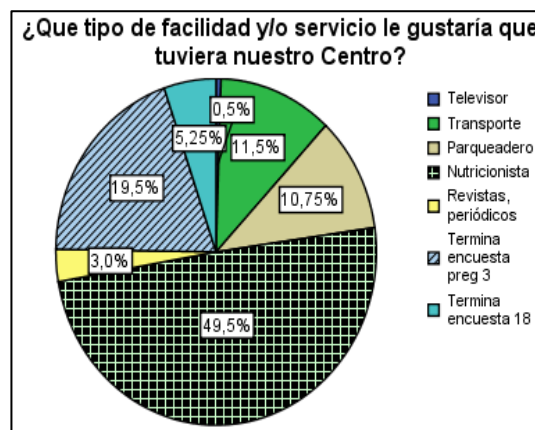


**Elaborado: Por los Autores**

El 19% de los padres de familia nos revelaron que la Cdla. La Garzota es el lugar donde les gustaría que estuviera ubicado el Centro de Entrenamiento Físico, el 18.25% seleccionaron en la misma zona pero en la Cdla. Alborada.

¿Qué tipo de facilidad y/o servicio le gustaría que tuviera nuestro Centro?

**Gráfico 2.24 Facilidades que ofrece el Centro**



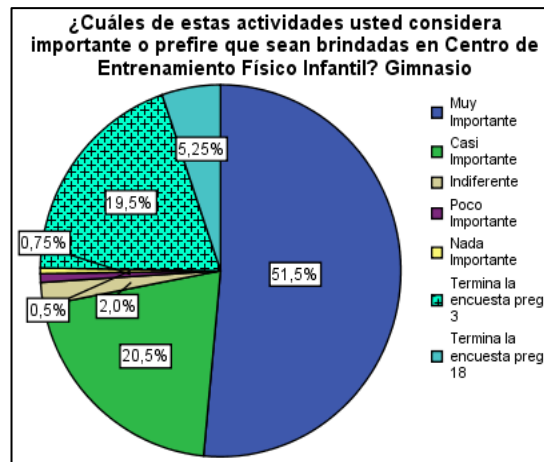
Elaborado: Por los Autores

El 49.5% de los encuestados revelaron que le gustaría contar con un Nutricionista, seguido con el 11.5% de que el centro de facilidades de transporte, con el 10.75% creé necesario que posea parqueadero, y el 3% opina que al momento de esperar al niño encontrara en el centro Revistas y periódicos.



¿Cuál de estas actividades usted considera importante o prefiere sean brindadas en el Centro de Entrenamiento Físico Infantil? Siendo 1 el de mayor importancia y el 5 de menor.

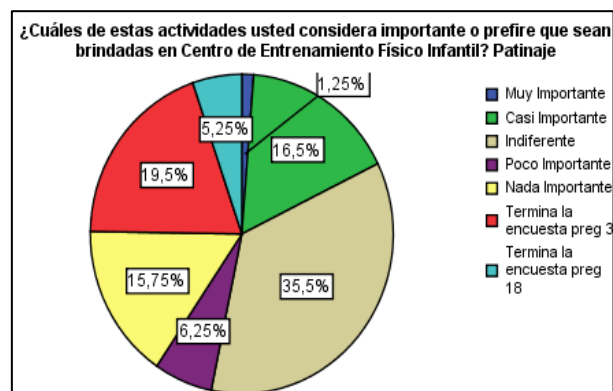
**Gráfico 2.25 Gimnasio**



Elaborado: Por los Autores

Para el 51.5% de los padres de familia es “Muy Importante” que exista un Gimnasio para niños, el 20.5% opina que es “Casi Importante” que se brinde este servicio en el Centro de Entrenamiento y apenas el 0.5% considera que es “Nada Importante”.

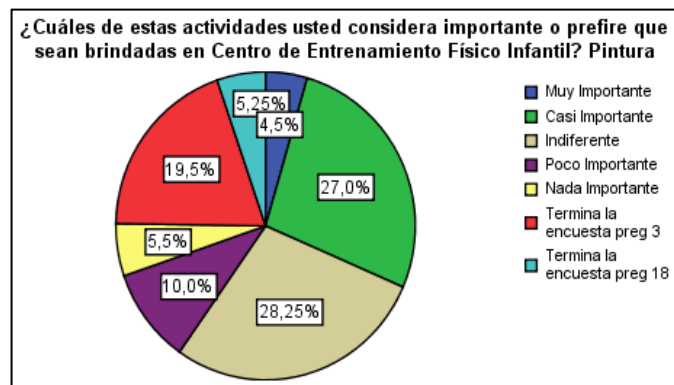
**Gráfico 2.26 Patinaje**



Elaborado: Por los Autores

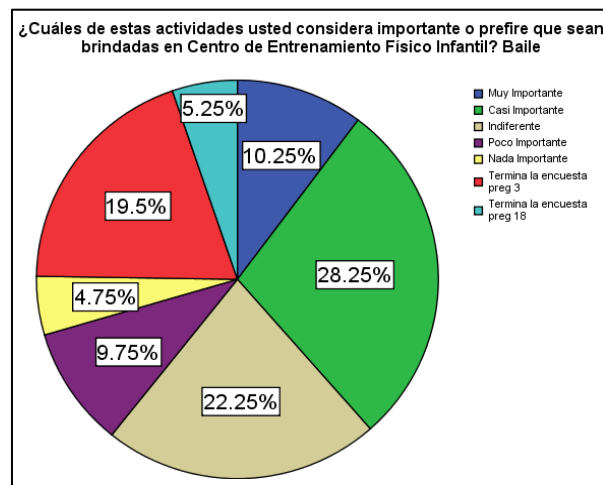
Solamente el 1.25% de los encuestados considera que el Patinaje es “Muy Importante”, el 16.5% piensa que esta actividad es “Casi Importante”, mientras que el 35.5% se muestra “Indiferente” a esta propuesta, para el 6.25% de los padres es “Poco Importante” y el 15.75% considera que es “Nada Importante”.

**Gráfico 2.27 Pintura**



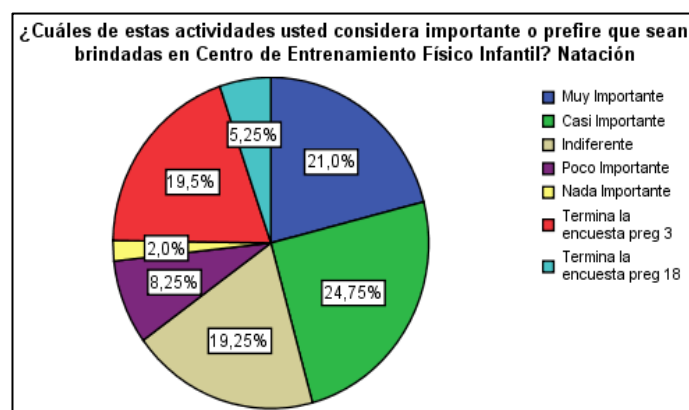
**Elaborado: Por los Autores**

Apenas el 4.5% de los encuestados considera que es “Muy Importante” que se brinde clases de Pintura, el 27% opina que es “Casi Importante”, para el 28.25% le es indiferente este tipo de actividad, el 10% y 5.5% piensa que “Poco” y “Nada Importante” respectivamente.

**Gráfico 2.28 Baile**

Elaborado: Por los Autores

El baile tiene un nivel de aceptación de “Muy Importante” y “Casi Importante” del 38.5% de los encuestados, el 22.25% se muestra “Indiferente”, el 9.75% piensa que es “Nada Importante” y para el 4.75% el baile es “Nada Importante”.

**Gráfico 2.29 Natación**

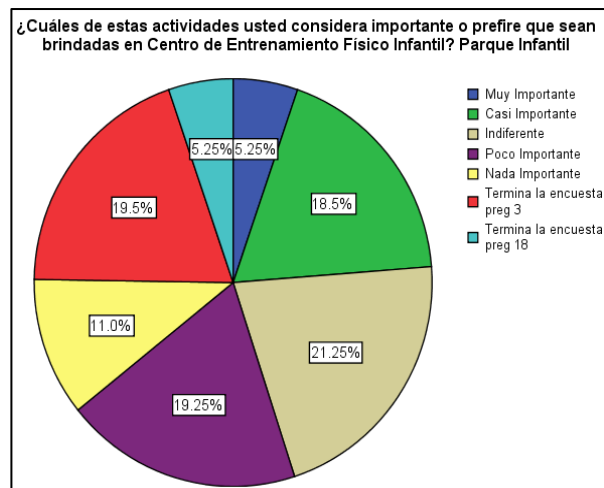
Elaborado: Por los Autores

Para el 21% de los padres encuestados es “Muy Importante” que se brinden clases de natación en el Centro de Entrenamiento, el 24.75% opina que es

“Casi Importante”, para el 19.25% le es “indiferente” esta actividad, y solo al 10.25% de los encuestados les parece “Poco” y “Nada Importante” que se ofrezcan clases de natación.

**¿Cuáles de estas actividades usted considera importante o prefiere que sean brindadas en el Centro de Entrenamiento Físico Infantil? Parque Infantil**

**Gráfico 2.30 Parque Infantil**

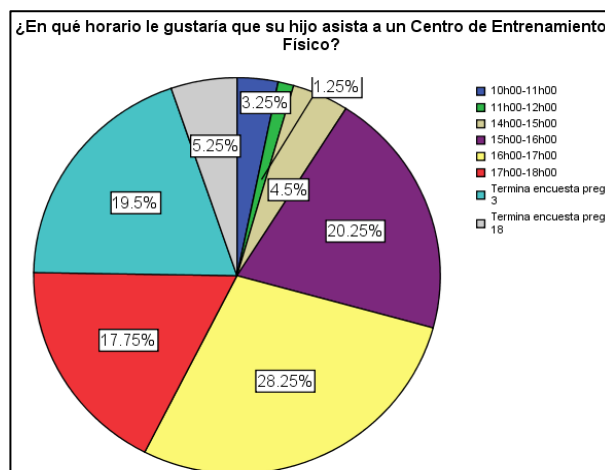


**Elaborado: Por los Autores**

El 5.25% de los padres cree que es “Muy Importante” que exista un parque infantil dentro del Centro, el 18.5% considera que eso es “Casi importante”, en contraste al 21.25% de los encuestados para los cuales le es “Indiferente” la existencia de un parque infantil, el 19.25% dice que es “Nada Importante”, mientras que el 11% opina que es “Nada Importante”.

**¿En qué horario le gustaría que su hijo asista a un Centro de Entrenamiento Físico?**

**Gráfico 2.31 Horario de asistencia**

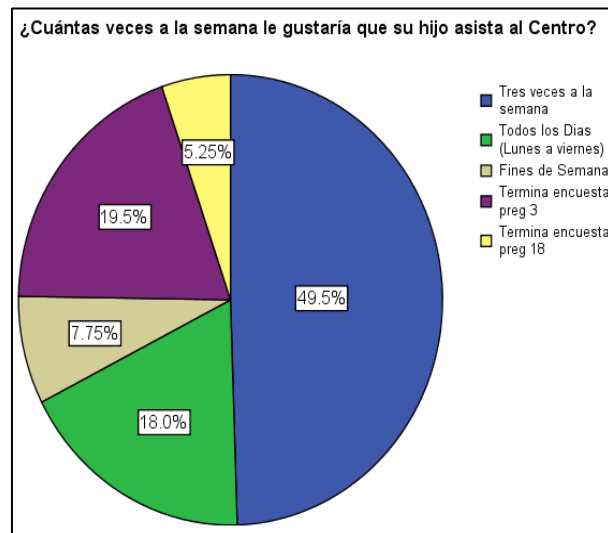


**Elaborado: Por los Autores**

Al 3.25% de los padres les gustaría que sus hijos asistan al Centro de Entrenamiento en el horario de 10h00 – 11h00, el 1.25% prefieren el horario de 11h00 – 12h00, el 4.5% optan el horario de 14h00 – 15h00, mientras que el 20.25% se inclinan por el horario de 15h00 – 16h00, el 28.25% de los encuestados eligen el horario de 16h00 – 17h00 como ideal y por último el 17.75% escoge el horario de 17h00 – 18h00.

## ¿Cuántas veces a la semana le gustaría que su hijo asista al Centro?

**Gráfico 2.32 Frecuencia de asistencia a la semana**

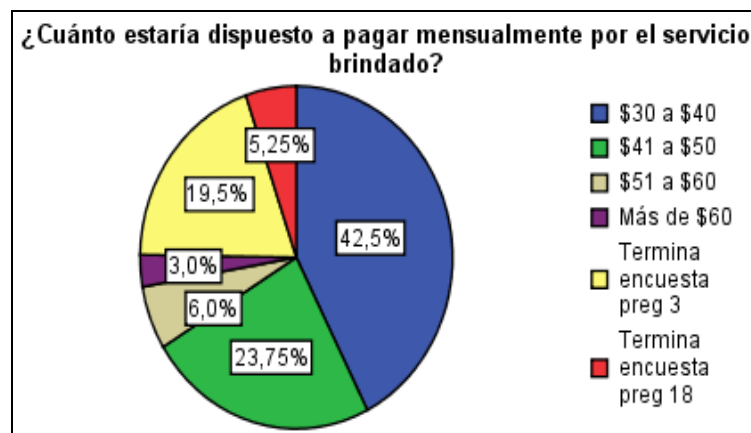


**Elaborado: Por los Autores**

Independientemente de la época en que se brinde el servicio al 49.5% de los encuestados les gustaría que sus hijos asistan al Centro de Entrenamiento tres veces a la semana, un 18% prefiere que sus hijos asistan de lunes a viernes y un 7.75% estaría de acuerdo en que sean los fines de semana.

**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio brindado?**

**Gráfico 2.33 Pago Mensual por el Servicio**

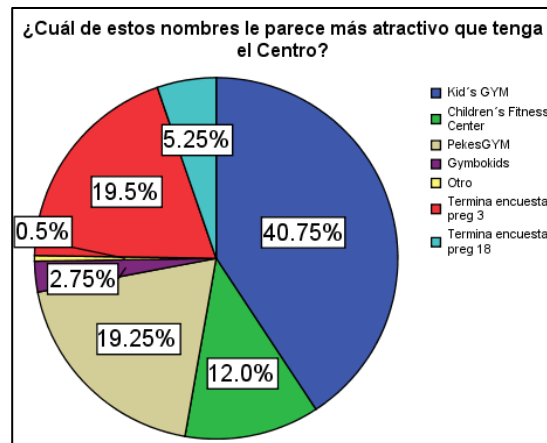


**Elaborado: Por los Autores**

El 42.5% de los padres estaría dispuesto a invertir entre \$30 a \$40 mensuales en el Centro de Entrenamiento para sus hijos, el 23.75% está dispuesto a pagar entre \$41 a \$50 mensuales, el 6% entre \$51 a \$60 y tan solo el 3% pagaría más de \$60 mensuales por el servicio.

## ¿Cuál de estos nombre le parece más atractivo que tenga el Centro?

**Gráfico 2.34 Nombre del Centro**



Elaborado: Por los Autores

El 41% de los padres dijo que el nombre más atractivo para que tenga el Centro es Kid's GYM, el 19.25% PokesGYM, el 12% Children's Fitness Center, el 2.75% Gymbokids y apenas el 0.5% sugiere otro nombre.

**Tabla 2.1 Contingencia**

¿En qué sector de la ciudad se encuentra ubicada su residencia? \* ¿Cuál es su Ingreso mensual familiar? Crosstabulation

		¿Cuál es su Ingreso mensual familiar?						Total
		Entre \$300 y \$400	Entre \$401 y \$500	Entre \$501 y \$600	Entre \$601 y \$700	Entre \$701 y \$800	Más de \$801	
¿En qué sector de la ciudad se encuentra ubicada su residencia?	Norte	47	63	28	17	6	47	208
	Centro	19	29	5	1	1	4	59
	Sur	36	92	3	2	0	0	133
Total		102	184	36	20	7	51	400

Elaborado: Por los Autores



**Tabla 2.2 Chi cuadrado**

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	87,022 <sup>a</sup>	10	,000
Likelihood Ratio	106,111	10	,000
Linear-by-Linear Association	55,318	1	,000
N of Valid Cases	400		

a. 4 cells (22,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1,03.

**Elaborado: Por los Autores**

Para poder definir nuestra población objetivo cruzamos la pregunta: ¿En qué sector de la ciudad se encuentra ubicada su residencia? con ¿Cuál es su Ingreso mensual familiar?, de esta manera podemos observar que el 52% (ver anexo 2.5) de los encuestados que viven en el sector norte de ciudad, tienen ingresos mensuales de más de \$300. Cabe resaltar que existe un número importante de padres de familia que ganan más de \$801 mensuales, lo cual nos muestra que en este sector viven personas de un clase social medio y alto.

Observando la tabla Chi-cuadrado podemos concluir que ambas variables si tienen relación ya que el valor obtenido es menor que (0.05).

**Tabla 2.3 Contingencia**

**Conociendo los beneficios de la actividad física en los niños le gustaría que exista un centro de estimulación temprana para el desarrollo de sus habilidades físicas y psicológicas. ^ ¿Estaría de acuerdo que su hijo asista a un Centro de Entrenamiento Físico? Crosstabulation**

Count		¿Estaría de acuerdo que su hijo asista a un Centro de Entrenamiento Físico?			Total
		Si	No, Termina la encuesta preg 18	Termina encuesta preg 3	
Conociendo los beneficios de la actividad física en los niños le gustaría que exista un centro de estimulación temprana para el desarrollo de sus habilidades físicas y psicológicas.	Si	301	7	0	308
	No	0	14	0	14
	Termina encuesta preg 3	0	0	78	78
Total		301	21	78	400

**Elaborado: Por los Autores**

**Tabla 2.4 Chi Cuadrado**

**Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	660,606 <sup>a</sup>	4	,000
Likelihood Ratio	483,156	4	,000
Linear-by-Linear Association	388,280	1	,000
N of Valid Cases	400		

a. 3 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,74.

**Elaborado: Por los Autores**

Observando la tabla de contingencia tabla 2.3 nos podemos dar cuenta que la mayoría de los encuestados están de acuerdo que exista un Centro de Estimulación temprana, al mismo tiempo estarían de acuerdo que su hijo asista a dicho lugar. De acuerdo al resultado podemos concluir que ambas variables si tienen relación ya que el valor obtenido es menor que [0.05].

**Tabla 2.5 Contingencia**

¿En qué lugar le gustaría que estuviera ubicado el Centro de Entrenamiento Físico de niños? ' ¿Cuál de estos nombres le parece más atractivo que tenga el Centro? Crosstabulation

Count		¿Cuál de estos nombres le parece más atractivo que tenga el Centro?							Total
		Kid's GYM	Children's Fitness Center	PekesGYM	Gymbokids	Otro	Termina encuesta preg 3	Termina encuesta preg 18	
¿En qué lugar le gustaría que estuviera ubicado el Centro de Entrenamiento Físico de niños?	Norte, Alborada	25	8	35	3	2	0	0	73
	Norte, Garzota	53	8	11	4	0	0	0	76
	Norte, Ceibos	2	2	0	0	0	0	0	4
	Norte, Kennedy	3	3	4	1	0	0	0	11
	Norte, Sauces	4	5	10	1	0	0	0	20
	Centro, Av. 9 de Octubre	8	5	11	1	0	0	0	25
	Centro, Av. Malecón	3	2	0	0	0	0	0	5
	Centro, Av. Quito	0	1	0	1	0	0	0	2
	Sur, barrio Centenario	3	0	1	0	0	0	0	4
	Sur, Av. Domingo Comín	48	2	1	0	0	0	0	51
	Sur, Almendros	0	2	0	0	0	0	0	2
	Sur, Pradera	14	9	4	0	0	0	0	27
	Sur, Saiba	0	1	0	0	0	0	0	1
	Termina encuesta preg 3	0	0	0	0	0	78	0	78
	Termina encuesta preg 18	0	0	0	0	0	0	21	21
	Total	163	48	77	11	2	78	21	400

**Elaborado: Por los Autores**

**Tabla 2.6 Chi Cuadrado**

#### Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	979,199 <sup>a</sup>	84	,000
Likelihood Ratio	681,202	84	,000
Linear-by-Linear Association	150,399	1	,000
N of Valid Cases	400		

a. 83 cells (79,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,01.

**Elaborado: Por los Autores**

Al cruzar las variables Ubicación del Centro con Nombre más atractivo para el Centro, podemos decir que del sector Norte la mayoría de los encuestados se inclina por Kid's GYM como nombre más atractivo, seguido de PekesGYM.

De acuerdo al resultado podemos concluir que las dos variables si poseen relación ya que el valor alcanzado es menor que [0.05].

Por lo antes dicho se concluye que el Centro de Entrenamiento Físico de niños se llamará “Kid’s GYM”.

**Tabla 2.7 Contingencia**

¿En qué lugar le gustaría que estuviera ubicado el Centro de Entrenamiento Físico de niños? ' ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio brindado? Crosstabulation

Count		¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio brindado?				Termina encuesta preg 3	Termina encuesta preg 18	Total
		\$30 a \$40	\$41 a \$50	\$51 a \$60	Más de \$60			
¿En qué lugar le gustaría que estuviera ubicado el Centro de Entrenamiento Físico de niños?	Norte, Alborada	33	23	15	2	0	0	73
	Norte, Garzota	23	46	4	3	0	0	76
	Norte, Ceibos	1	0	0	3	0	0	4
	Norte, Kennedy	4	1	2	4	0	0	11
	Norte, Sauces	9	9	2	0	0	0	20
	Centro, Av. 9 de Octubre	21	3	1	0	0	0	25
	Centro, Av. Malecón	3	2	0	0	0	0	5
	Centro, Av. Quito	2	0	0	0	0	0	2
	Sur, barrio Centenario	2	2	0	0	0	0	4
	Sur, Av. Domingo Comín	50	1	0	0	0	0	51
	Sur, Almendros	0	2	0	0	0	0	2
	Sur, Pradera	22	5	0	0	0	0	27
	Sur, Saiba	0	1	0	0	0	0	1
	Termina encuesta preg 3	0	0	0	0	78	0	78
	Termina encuesta preg 18	0	0	0	0	0	21	21
Total		170	95	24	12	78	21	400

**Elaborado: Por los Autores**

Observamos que los encuestados del sector norte están dispuestos a pagar en su mayoría entre \$41 a \$50 mensuales, más adelante se realizarán los respectivos cálculos para determinar el precio del servicio.

De acuerdo al resultado podemos concluir que las variables ubicación del Centro y Pago mensual por el servicio si tienen relación ya que el valor obtenido es menor que [0.05].

**Tabla 2.8 Chi Cuadrado****Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1060,420 <sup>a</sup>	70	,000
Likelihood Ratio	705,818	70	,000
Linear-by-Linear Association	134,467	1	,000
N of Valid Cases	400		

a. 71 cells (78,9%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,03.

**Elaborado: Por los Autores**

**Tabla 2.9 Contingencia**

¿Cuántas veces a la semana le gustaría que su hijo asista al Centro? \* ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio brindado? Crosstabulation

Count		¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio brindado?						Total
		\$30 a \$40	\$41 a \$50	\$51 a \$60	Más de \$60	Termina encuesta preg 3	Termina encuesta preg 18	
¿Cuántas veces a la semana le gustaría que su hijo asista al Centro?	Tres veces a la semana	113	72	11	2	0	0	198
	Todos los Días (Lunes a viernes)	49	8	8	7	0	0	72
	Fines de Semana	8	15	5	3	0	0	31
	Termina encuesta preg 3	0	0	0	0	78	0	78
	Termina encuesta preg 18	0	0	0	0	0	21	21
Total		170	95	24	12	78	21	400

**Elaborado: Por los Autores**

**Tabla 2.10 Chi Cuadrado****Chi-Square Tests**

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	851,082 <sup>a</sup>	20	,000
Likelihood Ratio	591,300	20	,000
Linear-by-Linear Association	294,887	1	,000
N of Valid Cases	400		

a. 14 cells (46,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,63.

**Elaborado: Por los Autores**

Al cruzar estas dos variables podemos observar que gran parte de los encuestados prefiere que sus hijos asistan tres veces a la semana por el cual están dispuestos a pagar entre \$30 a \$50 mensuales por el servicio brindado.

**Tabla 2.11 Contingencia**

¿Cuál es su Ingreso mensual familiar? \* ¿Estaría de acuerdo que su hijo asista a un Centro de Entrenamiento Físico? Crosstabulation

Count		¿Estaría de acuerdo que su hijo asista a un Centro de Entrenamiento Físico?			Total
		Si	No, Termina la encuesta preg 18	Termina encuesta preg 3	
¿Cuál es su Ingreso mensual familiar?	Entre \$300 y \$400	67	9	26	102
	Entre \$401 y \$500	137	8	39	184
	Entre \$501 y \$600	28	2	6	36
	Entre \$601 y \$700	18	1	1	20
	Entre \$701 y \$800	6	0	1	7
	Más de \$801	45	1	5	51
Total		301	21	78	400

Elaborado: Por los Autores

**Tabla 2.12 Chi Cuadrado**

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14,311 <sup>a</sup>	10	,159
Likelihood Ratio	15,881	10	,103
Linear-by-Linear Association	9,812	1	,002
N of Valid Cases	400		

a. 6 cells (33,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,37.

Elaborado: Por los Autores

Para conocer el nivel de ingresos mensuales de los padres de familia que están de acuerdo que sus hijos asistan al centro hemos cruzado la pregunta: ¿Cuál es su Ingreso mensual familiar? con ¿Estaría de acuerdo que su hijo asista a un Centro de Entrenamiento Físico?, de este modo podemos observar que nuestro servicio tiene un nivel de aceptación del 75.25%, de los cuales el 41.51% de los encuestados poseen ingresos entre \$401 y \$500

mensuales. Cabe resaltar que existe un número importante de padres de familia que ganan más de \$801 mensuales.

Observando la tabla Chi-cuadrado podemos concluir que ambas variables no tienen relación ya que el valor obtenido es mayor que (0.05).

### **2.6.2 Conclusiones de las Preguntas**

Se realizó una encuesta a los padres de familia de la ciudad de Guayaquil, para determinar nuestra población meta que está representado en tres características que son: Vivir en el norte de la ciudad, tener hijos de 4 a 13 años de edad y estar en capacidad económica de inscribirlos.

- Los resultados que hemos obtenidos es que el 52% de los encuestados viven en la zona norte de la ciudad de Guayaquil ver anexo 2.5, de estos el 46% tiene un ingreso mensual familiar de más de \$400 por lo que estarían en capacidad de inscribir a sus hijos en el Centro de Entrenamiento Físico.
- El número promedio de hijos por familia con edades entre los 4 a 13 años es de un niño por hogar.

Como concepto general los padres esperan que sus hijos desarrollen sus habilidades físicas, motrices desde la temprana edad para que esto les permite tener una buena salud, prevenir las enfermedades en la niñez como la obesidad y de esta manera tener un mayor desarrollo y desenvolvimiento en el futuro; así como también reducir el nivel de sedentarismo que existe hoy en día a causa de la distracción de la televisión, juegos en Internet, play station, entre otros.

- El 51.25% de los niños forman parte de la decisión de asistir o ser inscritos en algún curso extraescolar, alrededor de la cuarta parte de niños toman un curso durante el periodo escolar, frente a un 60% que lo hace en vacaciones, durante el periodo de tiempo libre la actividad a la que más asisten son clases de fútbol, danza y artes plásticas ya sean porque los hijos la eligen o porque siempre lo inscriben en los mismos cursos.
- Los establecimientos más destacados son la Escuela de Alfaro Moreno en el fútbol, la Escuela de Jessenia Mendoza en danza y Centro de Arte en artes plásticas, siendo la ubicación y el prestigio los principales motivos para elegir el lugar.
- El 7.75% consideran como una razón importante el “conocimiento” para inscribir a sus hijos en los cursos y el 6.5% de los encuestados piensan que la “diversión y entretenimiento” es otro factor que influye al momento de inscribirlos.
- El tiempo que promedio de asistencia que los niños tienen en el establecimiento es de un mes a tres meses. El pago promedio mensual es de \$41.

Para que los niños se mantengan ocupados en actividades productivas y aporten al desarrollo académico los padres inscriben a sus hijos en algún curso extraescolar. Los padres cuyos hijos no han tomado clases extraescolares aún no conociendo los beneficios que trae consigo la actividad física desde la temprana edad están dispuestos a inscribir a sus hijos en el Centro de Entrenamiento “Kid’s GYM”.



- El 50.25% de los padres conocen los beneficios que la actividad física le da a sus hijos, los cuales pueden ser una mejor salud, desarrollar sus habilidades físicas y ayudar a evitar las enfermedades cardiovasculares u obesidad, y por tal motivo el 77% de los padres nos revelaron que estarían de acuerdo que exista un Centro de Entrenamiento Físico.

De los padres que mencionaron que si les gustaría que exista y a la vez que sus hijos asistan al Centro de Entrenamiento Físico, la cuarta parte quería informarse en las escuelas, a la vez desean que en el Centro cuente con un nutricionista. Más de mitad dijo que les gustaría que se especialicen en áreas de Gimnasia, Natación, Baile y Pintura que sigan un programa establecido con profesionales. En el horario más destacado fue de 16h00 a 17h00 P.M. El Centro estará ubicado en la Cdla. La Garzota.

Por último prefieren que sus hijos asistan tres veces por semana, con una pago promedio mensual por el servicio brindado de \$ 44, y para concluir los padres vieron más atractivo el nombre Centro de Entrenamiento Físico “Kid’s GYM”.

## **2.7 Plan de Marketing**

### **2.7.1 Objetivos del Plan de Marketing**

Los objetivos de nuestro plan de marketing está encaminado a:

- Lograr introducir el servicio en el mercado potencial, para luego posicionar el mismo en la mente del consumidor objetivo.
- Obtener una creciente y amplia participación de mercado.
- Lograr una lealtad por parte del cliente meta hacia el servicio.

- Conocer nuevas necesidades del cliente.
- Obtener ingresos que sean mayores a los costos producidos tal que goce de utilidades.

## **2.7.2 Análisis FODA**

### **2.7.2.1 Fortalezas**

- Ofrece clases de gimnasia y deporte no competitivas, incluyendo elementos como juegos, canciones y carreras que hacen estas actividades divertidas para los niños. Kid's GYM logra algo que es difícil incluso para los adultos: hacer que el ejercicio sea divertido.
- Cuenta con personal capacitado y especializado.
- Ofrece horarios durante toda la época del año, tanto vacacional como para el periodo escolar.
- Se trabaja en grupos pequeños para lograr una atención personalizada.

### **2.7.2.2 Oportunidades**

- Existe la posibilidad de ingresar a un nicho de mercado que presenta una demanda potencial por cubrir.
- La posibilidad de hacer convenios con empresas para ofrecer a sus empleados paquetes con descuentos especiales.
- Buscar patrocinio de programas de televisión del tipo de revista familiar y suplementos en periódicos de la ciudad para presentar segmentos en los cuales podamos mostrar el tipo de servicio brindado en el Centro y los beneficios que estos traen a los niños.

### **2.7.2.3 Debilidades**

- Es un tipo de negocio nuevo en la ciudad, lo cual puede representar una desventaja en cuanto al posicionamiento.
- La inversión inicial que se requiere es considerable, por la cantidad de equipos y materiales que se necesitan para la implementación del Centro.
- Dificultad en conseguir personal que cumpla con el perfil requerido, lo cual implicaría inversión en capacitación.

### **2.7.2.4 Amenazas**

- Presencia de factores exógenos de índole macroeconómica, tales como: inflación, políticas de demandas contractivas y demás shocks que pudiesen afectar la economía del país, y esto obligue a los padres de familia limitar su presupuesto en este tipo de actividades.
- Elevados Costos de Mantenimiento para brindar un servicio de calidad.

## **2.7.3 Mercado Meta**

### **2.7.3.1 Selección del Mercado Meta**

Tomando en cuenta de que los padres de familia son los compradores del servicio y sus hijos los usuarios finales, se ha definido el siguiente perfil del segmento meta.

### 2.7.3.1.1 Segmentación Geográfica

**Tabla 2.13 Segmentación Geográfica**

Ciudad:	Guayaquil
Zona:	Urbana
Sector:	Norte
Ciudadelas.	La Garzota, La Alborada, Sauces y Kennedy

**Elaborado: Por los Autores**

### 2.7.3.1.2 Segmentación Demográfica

**Tabla 2.14 Segmentación Demográfica**

Edad:	Mayores de 25 años
Sexo:	Masculino y Femenino
Tamaño de la familia:	3 o más integrantes
Ciclo de vida de la familia:	Casado, que tengan hijos de 4 a 13 años de edad
Ingresos:	más de \$300
Ocupación:	Profesionales, empresarios, y personas que cuenten con un trabajo estable
Educación:	Medio o más

**Elaborado: Por los Autores**

### 2.7.3.1.3 Segmentación Psicográfica

**Tabla 2.15 Segmentación Psicográfica**

Clase social:	Media y alta (que goce de poder adquisitivo)
Intereses:	Status y satisfacción personal

**Elaborado: Por los Autores**

## **2.7.4 Posicionamiento**

### **2.7.4.1 Estrategia de Posicionamiento de Mercado**

Para lograr el posicionamiento en la mente de los consumidores hemos elegido una estrategia orientada al usuario, pues se promoverá los beneficios que obtienen los niños al realizar actividad física desde temprana edad.

El posicionamiento del servicio se puede lograr a través de la publicidad, promociones, rumores o el denominado marketing de boca en boca; enfatizando los beneficios y ventajas que da el servicio al consumidor. Para esto deberá encontrarse las oportunidades de diferenciación que permitan obtener una ventaja frente a la competencia.

## **2.7.5 Marketing Mix**

La importancia de las personas en el éxito de una prestación de servicios es evidente, especialmente si se considera que los servicios son principalmente intangibles y que empleados son los que prestan generalmente el servicio, por tanto su forma de actuar es parte de la calidad del servicio que percibe el cliente.

Por eso el éxito del marketing de un servicio está vinculado de manera estrecha con la selección, capacitación, motivación y manejo de personal.

### 2.7.5.1 Servicio

El Centro de Entrenamiento Físico “Kid’s GYM” está dirigido para niños en edades comprendidas entre 4 a 13 años con un horario de asistencia de 10H00 a 18H00.

Este servicio contará con la excelencia de equipos y profesionales en las diferentes actividades que se van a desarrollar como son:

- Área de Gimnasia,
- Área de Natación,
- Área de Baile y
- Área de Pintura.

Las clases que brindaremos en “Kid’s GYM” darán la sensación de satisfacción al lograr tareas físicas que construye la autoestima y la confianza que marcarán todos los aspectos de la vida del pequeño(a).

Hay infinidad de lecciones por aprender a través de actividades físicas y estructuradas en grupo, siempre que sean presentadas de la manera más adecuada. Aprenden autocontrol y autodisciplina. Adquieren habilidades sociales y aprenden más sobre ellos mismos al interactuar con otros compañeros y con sus maestros.

De acuerdo a los resultados obtenidos en la investigación de mercado, los padres de familia desean contratar nuestro servicio de acuerdo a la frecuencia establecida. Estas son:

- Tres veces a la semana
- Lunes a viernes

- Fines de semana

### 2.7.5.2 Precio

En la comercialización de los servicios no existen en ninguna otra parte mayor necesidad, imaginación y habilidad administrativa que el área de los precios.

El precio estará determinado por los valores que competencia y la disponibilidad de inversión de los padres de familia obtenida en la investigación de mercado. Indudablemente los valores agregados descritos como los factores de comodidad son los que van a permitir que los padres de familia perciban que están pagando un precio justo por la capacitación que sus hijos están recibiendo.

En el siguiente cuadro observamos los precios mensuales a los cuales están dispuestos a pagar mensualmente por el servicio con el número de personas que desean que el Centro esté ubicado en el sector Norte, escogimos solo ese sector porque ahí se encuentra nuestra población meta y son los que realmente van a pagar ese precio cada mes.

**Tabla 2.16 Pago mensual en la zona Norte**

		¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio brindado?				Total
		\$30 a \$40	\$41 a \$50	\$51 a \$60	Más de \$60	
¿En qué lugar le gustaría que estuviera ubicado el Centro de Entrenamiento Físico de niños?	Norte, Alborada	33	23	15	2	73
	Norte, Garzota	23	46	4	3	76
	Norte, Ceibos	1	0	0	3	4
	Norte, Kennedy	4	1	2	4	11
	Norte, Saucos	9	9	2	0	20
		70	79	23	12	184

**Elaborado: Por los Autores**

En base a la investigación de mercado realizada se determinará los precios de acuerdo a la frecuencia de asistencia establecido por los padres de familia, obteniendo un promedio ponderado de los eventuales precios que estarían dispuestos a pagar.

**Tabla 2.17 Precio Mensual (Tres veces a la semana)**

# de Encuestados	% de Encuestados	Precio que están dispuesto a pagar	Media de precios	Promedio de los precios estimados
2	1,56%	Más de \$60	\$ 65,0	\$ 1,0
11	8,59%	\$51 a \$ 60	\$ 55,5	\$ 4,8
64	50,00%	\$41 a \$50	\$ 45,5	\$ 22,8
51	39,84%	\$30 a \$40	\$ 35,0	\$ 13,9
** 128	100,00%			\$ 42,5

**Elaborado: Por los Autores**

\*\* Ver anexo 2.6.

---


$$X = (1.56\%) (\$65) + (8.59\%) (\$55.5) + (50.00\%) (\$45.5) + (39.84\%) (\$35)$$

---


$$X_{\text{Tres veces a la semana}} = \$42.5$$

**Tabla 2.18 Precio Mensual (Lunes a viernes)**

# de Encuestados	% de Encuestados	Precio que están dispuesto a pagar	Media de precios	Promedio de los precios estimados
7	20,59%	Más de \$60	\$ 65,0	\$ 13,4
7	20,59%	\$51 a \$ 60	\$ 55,5	\$ 11,4
6	17,65%	\$41 a \$50	\$ 45,5	\$ 8,0
14	41,18%	\$30 a \$40	\$ 35,0	\$ 14,4
** 34	100,00%			\$ 47,3

**Elaborado: Por los Autores**

\*\* Ver anexo 2.7.



---


$$X = (20.59\%) (\$65) + (20.59\%) (\$55.5) + (17.65\%) (\$45.5) + (41.18\%) (\$35)$$


---

$$X_{\text{Lunes a viernes}} = \$47.3$$

**Tabla 2.19 Precio Mensual (Fines de semana)**

# de Encuestados	% de Encuestados	Precio que están dispuesto a pagar	Media de precios	Promedio de los precios estimados
3	13,64%	Más de \$60	\$ 65,0	\$ 8,9
5	22,73%	\$51 a \$ 60	\$ 55,5	\$ 12,6
9	40,91%	\$41 a \$50	\$ 45,5	\$ 18,6
5	22,73%	\$30 a \$40	\$ 35,0	\$ 8,0
** 22	100,00%			\$ 48,0

**Elaborado: Por los Autores**

\*\* Ver anexo 2.8.

---


$$X = (13.64\%) (\$65) + (22.73\%) (\$55.5) + (40.91\%) (\$45.5) + (22.73\%) (\$35)$$


---

$$X_{\text{Fines de semana}} = \$48$$

Es importante resaltar que estos precios podrían no ser los definitivos, se lo determinará una vez que se realice el Flujo de Caja del proyecto.

### 2.7.5.3 Plaza

El Centro de Entrenamiento Físico “Kid’s GYM” inicialmente va tener un solo local y el lugar donde va estar ubicado será en la Ciudadela La Garzota del sector Norte de la ciudad.

#### **2.7.5.4 Promoción del Servicio**

Se ha diseñado un plan de promoción y publicidad de acuerdo a los resultados obtenidos en la encuesta, el cual consiste en un plan de medios y mercadeo directo. El programa promocional del Centro va tener como objetivo principal dar a conocer las ventajas y beneficios del servicio de la manera más atractiva posible.

##### **Escuelas**

Se realizará una alianza estratégica con las escuelas en las cuales se pueda dar información acerca del Centro de Entretenimiento, esto nos favorecerá ya que se podrá llegar de una manera directa a los padres de familias.

##### **Televisión**

Se realizará publicidad en programas de televisión tipo revista familiar, y se sugerirá para que temas como: “La actividad física desde la temprana edad” sean tratados en estos espacios televisivos. Esto se hará con el fin de que los televidentes conozcan los beneficios del tipo de servicio brindado por el Centro de Entrenamiento Físico “Kid’s GYM”. Esto se realizará en años futuros debido a su alto costo.

##### **Prensa**

Se publicarán avisos de prensa en El Universo, por ser uno de los periódicos de mayor circulación a nivel nacional y local.

**Volantes**

Se repartirán volantes en tanto en época de clases como en el periodo previo a las vacaciones escolares. Las volantes tendrán 22 X 28 cm. tamaño carta, a color y diseños llamativos.

Para su distribución se empleará buzoneo e insertos. Además se repartirán en las afueras de escuelas y centros comerciales.

## Capítulo 3: ANÁLISIS FINANCIERO

### 3.1 Plan de inversión

Para iniciar las actividades deberá realizarse una inversión en arriendo del local, mobiliario, Materiales para enseñanza, Equipos de Oficina, Enseres, Gastos Preoperativos y varios, los mismos que han sido detallados en el anexo 3.1 y 3.2.

En la tabla 3.1 podemos observar que la Inversión Inicial que se realizará es de \$ 25.883,64.

**Tabla 3.1 Inversión Inicial**

<b>Inversión Inicial</b>	<b>25883,64</b>
<b>Activos Fijos</b>	<b>7543,64</b>
Muebles y Enseres	1550,29
Equipo de Computación	2176,62
Equipo de Oficina	3816,73
<b>Varios</b>	<b>15465</b>
<b>Gastos Preoperativos</b>	<b>2875</b>

Elaborado: Por los Autores

### 3.2 Fuentes de fondos: capital-deuda

Toda la inversión inicial se financiará con capital propio.

### 3.3 Proyección de Ingresos y Egresos

#### 3.3.1 Ingresos

Con un establecimiento de capacidad para 139 niños al mes, se estiman los ingresos a una capacidad del 100% en el curso, con un 49.5% que asistirán 3 veces por semana, con el 18% que asistirán todos los días de semana (Lunes a Viernes) y con 7.75% donde solo asistirán los fines de semana.

En la tabla 3.2 se muestra los precios esperados con respecto al horario de elección de los padres de familia.

**Tabla 3.2 Precios Esperados**

Horario	Precios
Todos los Días	\$47
Tres Veces a la semana	\$44
Fines de semana	\$48

**Elaborado: Por los Autores**

Además tendremos un ingreso adicional por el alquiler del Bar el cual corresponde a \$1.200 anuales. El total de ingresos calculados en el año 1 se lo puedo observar con más detalle en el anexo 3.3.

### 3.3.2 Egresos

Dentro del componente del Flujo de Caja se encuentran: los costos variables, gastos administrativos, gastos de publicidad, depreciación y amortización de gastos preoperativos.

#### 3.3.2.1 Costos Variables

Estos costos corresponden al sueldo de los profesores (Instructores) y variarán según la inscripción en las diferentes clases de actividades que hagan los padres de familia, ver anexo 3.4.

**Tabla 3.3 Mano de Obra Directa**

Profesor de Gimnasia	3
Profesor de Baile	1
Profesor de Natación	2
Profesor de Pintura	1

**Elaborado: Por los Autores**

#### 3.3.2.2 Gastos Administrativos

Estos son los que hacen referencia al pago de sueldo y salarios del personal, de los servicios básicos, arriendo del local y suministros utilizados dentro del Centro ver anexos 3.5, 3.6, 3.7 y 3.8.

### **3.3.2.3 Gastos de Publicidad**

Corresponden a los egresos que se derivan de las actividades por anuncios publicitarios en revistas de circulación a nivel nacional y volantes, estos costos concernientes a la publicidad se los ve en el anexo 3.9.

### **3.3.2.4 Depreciación**

La depreciación de activos fijos refleja la pérdida de valor de los activos fijos, como consecuencia de la utilización de los mismos. En el Ecuador se utiliza el método de Depreciación Lineal, a través del cual se calcula la depreciación anual dividiendo el coste inicial de cada activo fijo para el número de años de vida útil. Con estos datos se obtiene la depreciación acumulada y el valor en libros, que viene dado por la diferencia entre el costo inicial del activo fijo menos la depreciación acumulada. En el anexo 3.10 se puede ver la tabla de depreciación.

Generalmente, el valor en libros es utilizado con fines meramente contables, pues en la práctica existen activos fijos, que pese a estar depreciados, pueden venderse en el mercado de bienes usados, obteniendo una fuente adicional de ingresos para el proyecto.

### **3.3.2.5 Amortización de Gastos Preoperativos**

Estas inversiones son todas aquellas adquiridos para la puesta en marcha del proyecto, de los cuales, están los rubros Gastos legales y Arriendo Prepagado. Se los amortiza para 5 años según la ley. Véase anexo 3.11.

### **3.4 Capital de Trabajo**

Para calcular el monto de dinero con el cual se debe de contar para afrontar los costos y gastos relacionados con la operatividad del proyecto, capital de trabajo, se aplicó el método del déficit acumulado. Para ello, se estimaron los ingresos mensuales derivados de las ventas del servicio del Centro.

En base a los ingresos y egresos mensuales calculados, se obtuvieron los saldos de caja por mes y finalmente los saldos acumulados, escogiendo aquel en el cual se registre el mayor déficit, como lo indica el cuadro mostrado en el anexo 3.12.

### **3.5 Flujo de Caja**

El principal objetivo de la elaboración del flujo de caja es identificar las causas de las eventuales disminuciones o incrementos de efectivo durante el horizonte de planeación del proyecto.

El flujo de caja considera todos los ingresos por servicios e ingreso por alquiler del bar y los egresos. Véase anexo 3.13

### **3.6 Tasa Interna de Retorno**

Antes de calcular la tasa interna de retorno (TIR) y el valor actual neto (VAN) del proyecto, se debe estimar la tasa de descuento (TMAR) que representa la rentabilidad mínima exigida por parte del inversor al proyecto, en base al riesgo en el cual se incurre al invertir en el mismo.

Dado que el CAPM es aplicable para mercados de capitales perfectos, como el caso de Estados Unidos, para este proyecto se utilizó una TMAR de



10.87% que representa el margen de ganancia de la empresa de **WALT DISNEY WORLD**.

Con la tasa de descuento obtenida, se procede a calcular la tasa de retorno ofrecida por el proyecto (TIR), considerando los flujos de efectivo durante los 10 años de vida del proyecto, se obtuvieron los siguientes resultados:

$$\text{VAN} = \$ 21.730,19$$

$$\text{TIR} = 24.25\%$$

Como se puede apreciar, la tasa interna de retorno es mayor que la tasa de rentabilidad exigida por el inversionista, mientras que el valor actual neto de los flujos descontados es mayor a cero; estos dos indicadores demuestran que el proyecto es económicamente factible.

### **3.7 Análisis de sensibilidad**

Es importante conocer cual seria el impacto de eventuales cambios en variables de interés, como precio, cantidad producida, tasa de descuento y costos variables sobre el proyecto; para ello se lleva acabo un análisis de sensibilidad, mediante el cual se puede determinar que tan sensible es el valor actual neto (VAN) del proyecto ante posibles cambios en las variables ya mencionadas.

Una forma de realizar un análisis de sensibilidad es mediante el establecimiento de tres escenarios: optimista, moderado y pesimista. Sin embargo, en la práctica pueden existir cientos o miles de escenarios; por ello se ha decidido utilizar el proceso de simulación de Montecarlo a través del conocido software Crystal Ball.

Si bien es cierto existen diversas variables de interés que afectan al proyecto, se ha decidido considerar a las siguientes variables como variables de entrada.

**Tabla 3.4 Detalle de variables de entrada**

<b>Variables de Entrada</b>	<b>Valores Iniciales</b>
Tasa de Descuento	10.87%
Cantidad de alumnos	308
	1161
	200
Precio	47.00
	44,00
	48,00
Costos Variables	18114

**Elaborado: Por los Autores**

Dado que, al ser un proyecto nuevo, no se cuenta con información histórica que permita el tipo de distribución estadística de las variables de entrada, es necesario establecer supuestos sobre el comportamiento de las mismas; así:

Para la variable tasa de descuento:

**Tabla 3.5 Supuestos TMAR**

<b>Supuestos</b>	
Distribución	Normal
Media	10.87%
Desviación Estándar	1.09%
Rango	-Infinito a +Infinito

**Elaborado: Por los Autores**

Para la cantidad de alumnos:

**Tabla 3.6 Supuesto de cantidad de lunes de viernes**

<b>Supuestos</b>	
Distribución	Normal
Media	308
Desviación Estándar	31
Rango	-Infinito a +Infinito

Elaborado: Por los Autores

**Tabla 3.7 Supuesto de cantidad de tres veces a la semana**

<b>Supuestos</b>	
Distribución	Normal
Media	1161
Desviación Estándar	116
Rango	-Infinito a +Infinito

Elaborado: Por los Autores

**Tabla 3.8 Supuesto de cantidad de fines de semana**

<b>Supuestos</b>	
Distribución	Normal
Media	200
Desviación Estándar	20
Rango	-Infinito a +Infinito

Elaborado: Por los Autores

Para el precio de venta:

**Tabla 3.9 Supuesto para precio de lunes de viernes**

Supuestos	
Distribución	Uniforme
Valor Mínimo	42
Valor Máximo	52

Elaborado: Por los Autores

**Tabla 3.10 Supuesto para precio de tres veces a la semana**

Supuestos	
Distribución	Uniforme
Valor Mínimo	40
Valor Máximo	48

Elaborado: Por los Autores

**Tabla 3.11 Supuesto para precio de fines de semana**

Supuestos	
Distribución	Uniforme
Valor Mínimo	43.20
Valor Máximo	52.80

Elaborado: Por los Autores

Para los costos variables:

**Tabla 3.12 Supuesto para costos variables**

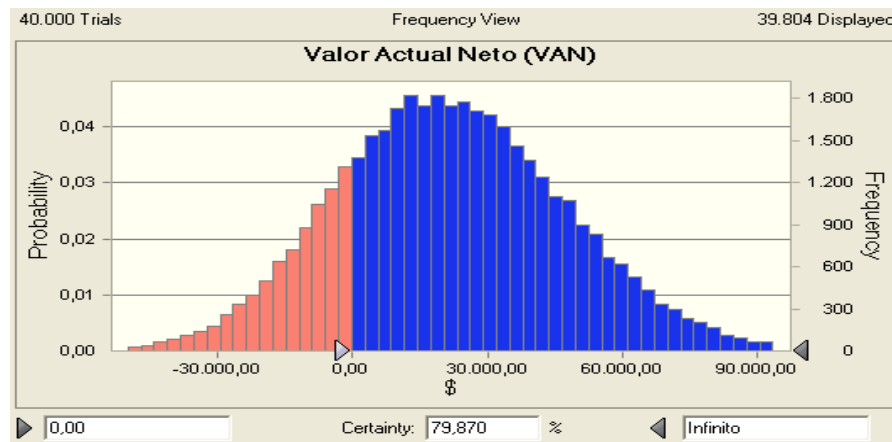
Supuestos	
Distribución	Uniforme
Valor Mínimo	16302.60
Valor Máximo	19925.40

Elaborado: Por los Autores

Es así, que al realizar 40.000 corridas se obtuvo las siguientes conclusiones:

Para este proyecto existe un porcentaje de certeza de 79.870% de obtener un VAN positivo.

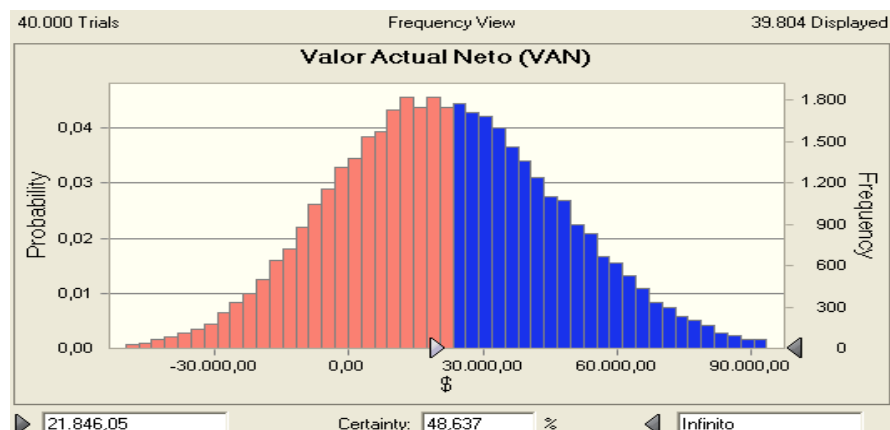
**Gráfico 3.1 Simulación VAN positivo**



**Elaborado: Por los Autores**

Para este proyecto existe un porcentaje de certeza de 48.637% de obtener un VAN sea mayor o igual a \$21.846,05.

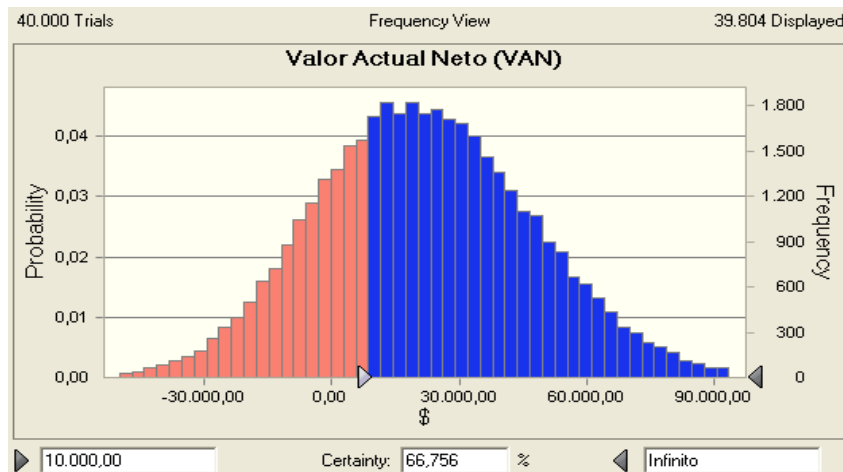
**Gráfico 3.2 Simulación VAN mayor que VAN inicial**



**Elaborado: Por los Autores**

Para este proyecto existe un porcentaje de certeza de 66.756% de obtener un VAN mayor a \$10.000.

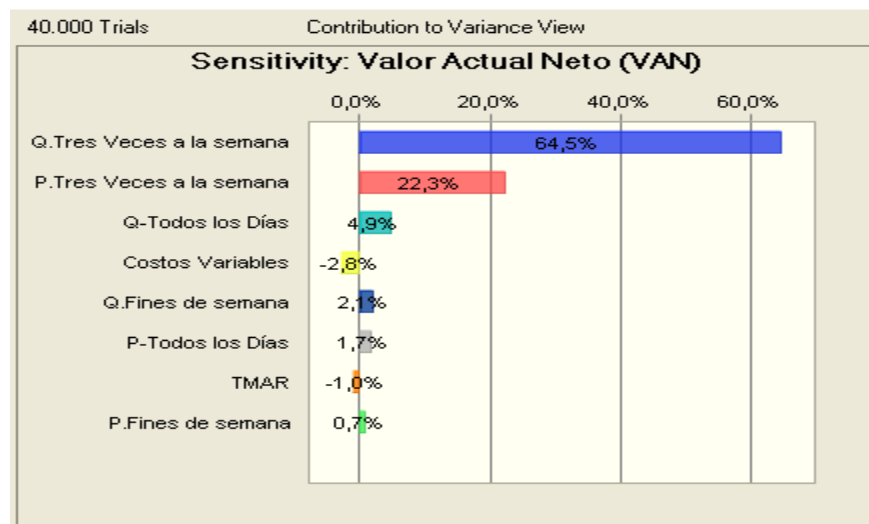
**Gráfico 3.3 Simulación VAN mayor a \$10.000**



Elaborado: Por los Autores

El gráfico 3.4 muestra el análisis de sensibilidad del VAN señalando el ranking de las correlaciones de las distintas variables de entrada que se han considerado.

**Gráfico 3.4 Ranking de Correlaciones**



Elaborado: Por los Autores

En el gráfico 3.4 se muestra el ranking de las correlaciones positivas o negativas observamos que tendrían un impacto sobre la determinación del VAN con respecto a las variables de entrada es decir en el caso de la cantidad “tres veces a la semana” del año 1 tiene una correlación positiva de 64.5% con el VAN. En tal sentido un incremento de la cantidad de niños que asiste “tres veces a la semana” tendría un impacto del 64.5% sobre el VAN.

### Gráfico 3.5 Análisis de Sensibilidad del VAN

40.000 Trials		Sensitivity Data View	
	Assumptions	Contribution to Variance	Rank Correlation
▶	Q.Tres Veces a la seman	64,5%	0,79
	P.Tres Veces a la seman	22,3%	0,46
	Q-Todos los Días	4,9%	0,22
	Costos Variables	2,8%	-0,16
	Q.Fines de semana	2,1%	0,14
	P-Todos los Días	1,7%	0,13
	TMAR	1,0%	-0,10
	P.Fines de semana	0,7%	0,08

Elaborado: Por los Autores

La simulación de Monte Carlo aporta claramente una mejor estimación del resultado esperado mientras mayor sea el número de pruebas que se realice. Sin embargo, el resultado del promedio simulado puede ser muy diferente al que se observe con su implementación. Esto es así, ya que los resultados de la simulación dependen de las condiciones que se asignaron a los parámetros de entrada al modelo: forma de la distribución de probabilidades, supuestos de límites al rango de valores, etcétera.

### 3.8 Recuperación de la Inversión

Como se observa en la siguiente tabla donde se relaciona el flujo de caja acumulado con la inversión, se tiene que al quinto año la inversión se habrá recuperado en su totalidad.

**Tabla 3.13 Recuperación de Capital**

Periodo	Flujo Neto	F. Neto Acum.	Inversión	Recuperación
0			-29.992,60	
1	6.980,90	6.980,90	-23.011,70	23%
2	7.562,77	14.543,67	-15.448,93	48%
3	6.393,61	20.937,28	-9.055,32	70%
4	8.754,59	29.691,87	-300,73	99%
5	9.364,84	39.056,70	9.064,10	130%
6	8.016,07	47.072,77	17.080,17	157%
7	10.406,34	57.479,12	27.486,52	192%
8	11.046,35	68.525,47	38.532,87	228%
9	9.936,27	78.461,73	48.469,14	262%
10	14.538,21	92.999,94	63.007,34	310%

Elaborado: Por los Autores



## CONCLUSIONES

Una vez realizado el análisis financiero del presente proyecto, se tiene información necesaria y suficiente que permite llegar a las siguientes conclusiones:

- El nivel de conocimiento de los beneficios de la actividad física en los niños desde la temprana edad por parte del consumidor meta es significativo.
- Existe un alto nivel de aceptación del servicio por parte del cliente meta, así lo demuestra la investigación de mercado realizada.
- El proyecto resultó económicamente factible, al ser la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR) 24.40% mayor que la mínima exigida por el inversionista (TMAR) que es de 10.87%, resultado corroborado por el valor actual neto del proyecto (VAN) el cual es \$21.846,05.
- La inversión que requerirá el proyecto es de \$ 25.883,64; la misma que será financiada con capital propio.
- La factibilidad del proyecto se mantiene, incluso frente a eventuales variaciones en los precios de ventas, cantidades demandadas, tasa de descuento y costos variables; como lo demuestra la simulación de escenarios realizada a través de la herramienta "Crystal Ball".

## RECOMENDACIONES

- Implementar el proyecto con prudencia debido que existen medidas de incertidumbre e inestabilidad política en el país.
- Se recomienda poner en marcha el plan de marketing, tal que cumpla con los objetivos de ventas planteados y de esta manera garantizar la factibilidad del proyecto.
- Es importante que la campaña publicitaria se inicie antes de la implementación del proyecto, para dar a conocer el servicio y los beneficios que trae consigo la contratación del mismo.
- Se recomienda destacar la importancia de que la actividad física mejora la autoestima, autonomía y seguridad en sí mismos de los niños y potencia el desarrollo de sus funciones cerebrales, su inteligencia, su creatividad y su imaginación.

## BIBLIOGRAFÍA

- (1) 2008; La Obesidad en los Adolescentes “Un Problema Mundial con sustrato social” <http://portal.educar.org/edgar-zamora-carrillo/la-obesidad-en-los-adolescentes-un-problema-mundial-con-sustrato-social>.
- (2) 2003; “El Ejercicio Físico ligero disminuye el riesgo de obesidad y diabetes tipo 2” Rev Panam Salud Publica vol.13; Washington; Revista Panamericana de Salud Pública; no.5; [http://www.scielosp.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1020-49892003000400010 &lng=en&nrm=iso&tlng=es](http://www.scielosp.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1020-49892003000400010&lng=en&nrm=iso&tlng=es)
- (3) 2007; Consecuencias de la obesidad infantil; página de Internet “guía infantil”.  
<http://www.guiainfantil.com/salud/obesidad/consecuencias.htm>.
- (4) 2002; El sobrepeso en la infancia y la adolescencia: prevalencia y problemas; página de internet organización EUFIC; <http://www.eufic.org/article/es/artid/sobrepeso-infancia-adolescencia-problemas/>
- (5) 2006; Riesgo de la Salud con Obesidad: página de internet ; <http://www.nutriologo.com.mx/2006/05/17/riesgos-de-salud-con-la-obesidad/>

- (6 y 7) MALHOTRA, Narres K. Investigación de Mercados “Un enfoque aplicado”. Cuarta Edición, Prentice Hall
- KOTLER, Philip. Y ARMSTRONG, Gary. Fundamentos de Mercadotécnica. Cuarta Edición. Prentice Hall, México, 1988.
- KOTLER, Philip. Dirección de Marketing. Décima Edición. Pearson Educación, México, 2001.
- BACA URBINA, Gabriel. Evaluación de Proyectos. Cuarta Edición. McGraw – Hill, México, 2001.

#### **Direcciones en Internet**

- [www.bulldoginteractivefitness.com](http://www.bulldoginteractivefitness.com)
- [www.my-gym.es](http://www.my-gym.es)
- [www.educarbien.es](http://www.educarbien.es)
- [www.bebesymas.com](http://www.bebesymas.com)
- [www.kidsonlygym.com](http://www.kidsonlygym.com)
- [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com)
- (8)[www.inec.gov.ec](http://www.inec.gov.ec)
- [www.bce.gov.ec](http://www.bce.gov.ec)
- [www.msp.gov.ec](http://www.msp.gov.ec)
- [www.ecuadorinvierte.com](http://www.ecuadorinvierte.com)
- [www.cepar.org.ec](http://www.cepar.org.ec)

**ANEXOS**

ANEXO 2.1



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANÍSTICAS Y  
ECONÓMICAS**



Buenas \_\_\_\_\_, somos estudiantes de la Universidad ESPOL estamos realizando una encuesta con la finalidad de evaluar el grado de aceptación para la creación de un Centro de Entrenamiento Físico para niños en la ciudad de Guayaquil.

**1. ¿En qué sector de la ciudad se encuentra ubicada su residencia?**

Norte \_\_\_\_\_ Centro \_\_\_\_\_ Sur \_\_\_\_\_

**2. ¿Cuál es su ingreso mensual familiar?**

Entre \$300 y \$400 \_\_\_\_\_  
Entre \$401 y \$500 \_\_\_\_\_  
Entre \$501 y \$600 \_\_\_\_\_  
Entre \$601 y \$700 \_\_\_\_\_  
Entre \$701 y \$800 \_\_\_\_\_  
Más de \$801 \_\_\_\_\_

**3. ¿Usted tiene hijos entre 4 a 13 años de edad?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

\*Si su respuesta es **NO** finaliza la encuesta.

**4. ¿Cuántos de sus hijos tiene la edad comprendida entre?**

4-6 años \_\_\_\_\_  
7-9 años \_\_\_\_\_  
10-13 años \_\_\_\_\_

**5. ¿Durante las vacaciones sus hijos asistieron a algún curso?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**6. ¿Sus hijos toman algún tipo de clases extraescolares durante el período lectivo?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

\*Sí su respuesta es **NO** pase a la pregunta 14

**7. ¿Qué tipo de actividad realiza su (s) hijo (s) en su tiempo libre?**

Fútbol	
Danza	
Natación	
Música	
Artes Plásticas	
Otros	

**8. ¿Por qué seleccionó esta actividad? (Elegir una opción)**

	Su hijo la eligió	Siempre lo ha inscrito en lo mismo	Era lo que más se ofrecía	Había en el Plantel al que asiste	Otro
Fútbol					
Danza					
Natación					
Música					
Artes Plásticas					
Otros					

**9. ¿En qué establecimiento toman la clase?**

	Nombre del establecimiento	Norte	Centro	Sur	Otro
Fútbol					
Danza					
Natación					
Música					
Artes Plásticas					
Otros					

**10. ¿Qué motivo le llevan a elegir este lugar?**

	Ubicación	Prestigio	Precio	Facilidades de Transporte	Recomendación	Otro
Fútbol						
Danza						
Natación						
Música						
Artes Plásticas						
Otros						

**11. ¿Qué razón consideró necesaria para inscribir a su hijo en este curso?**

- Adquirir conocimiento \_\_\_\_\_
- Diversión/Entretenimiento \_\_\_\_\_
- Reducir el nivel de sedentarismo \_\_\_\_\_
- Comentarios de amigos, familiares \_\_\_\_\_
- Publicidad de radio, TV, revistas, periódicos \_\_\_\_\_
- Otros \_\_\_\_\_

**12. ¿Cuánto tiempo lleva su hijo tomando esas clases?**

Recién empieza \_\_\_\_\_  
1 a 3 meses \_\_\_\_\_  
4 a 6 meses \_\_\_\_\_  
7 a 12 meses \_\_\_\_\_  
Más de 1 año \_\_\_\_\_

**13. ¿Cuánto paga mensualmente?**

\$20 a \$30 \_\_\_\_\_  
\$31 a \$40 \_\_\_\_\_  
\$41 a \$50 \_\_\_\_\_  
\$51 a \$60 \_\_\_\_\_  
Más de \$60 \_\_\_\_\_

**14. ¿Sus hijos toman parte de la decisión de asistir a algún curso fuera del horario de clases?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**15. ¿A qué hora termina el jardín o la escuela de su hijo(a)?**

11h00 - 12h00 \_\_\_\_\_  
12h00 - 13h00 \_\_\_\_\_  
13h00 - 14h00 \_\_\_\_\_  
14h00 - 15h00 \_\_\_\_\_

**16. ¿Conoce los beneficios de que los niños realicen actividad física desde la temprana edad?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

\*Si su respuesta es **NO** el encuestador le entregara una volante sobre la importancia de la actividad física desde la temprana edad

**17. Conociendo los beneficios de la actividad física en los niños le gustaría que exista un centro de estimulación temprana para el desarrollo de sus habilidades físicas y psicológicas.**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

**18. ¿Estaría de acuerdo que su hijo asista a un Centro de Entrenamiento físico?**

Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_

\*Si su respuesta es **NO** finaliza la encuesta.

**19. ¿Cuál sería el motivo de escoger un Centro de Entrenamiento físico?**

Mejorar su salud \_\_\_\_\_  
Estimulación temprana \_\_\_\_\_  
Desarrollo de habilidades deportivas \_\_\_\_\_  
Lectura que proporcione el encuestador \_\_\_\_\_



**20. ¿Dónde le gustaría a Ud. Informarse sobre este tipo de servicio?**

Radio \_\_\_\_\_ Televisión \_\_\_\_\_  
Charlas \_\_\_\_\_ Prensa Escrita \_\_\_\_\_  
Volantes \_\_\_\_\_ Banner Publicitarias \_\_\_\_\_

**21. ¿En qué lugar le gustaría que estuviera ubicado el Centro de entrenamiento Físico de niños?**

Norte	Centro	Sur
Alborada _____	Av. 9 de Octubre _____	Barrio Centenario _____
Garzota _____	Av. Malecón _____	Av. Domingo Comín _____
Ceibos _____	Av. Quito _____	Almendros _____
Kennedy _____		Pradera _____
Sauces _____		Saiba _____

**22. ¿Qué tipo de facilidad y/o servicio le gustaría que tuviera nuestro Centro?**

Televisor \_\_\_\_\_  
Transporte \_\_\_\_\_  
Parqueadero \_\_\_\_\_  
Nutricionista \_\_\_\_\_  
Pediatra \_\_\_\_\_  
Revistas, periódicos \_\_\_\_\_

**23. ¿Cuál de estas actividades usted considera importante o prefiere sean brindadas en el centro de Entrenamiento físico Infantil? Siendo 1 el de mayor importancia y el 5 de menor.**

Actividades	1	2	3	4	5
Gimnasio					
Patinaje					
Pintura					
Baile					
Parque infantil					

**24. ¿En qué horario le gustaría que su hijo asista a un centro de entrenamiento físico?**

10h00-11h00 \_\_\_\_\_ 15h00-16h00 \_\_\_\_\_  
11h00-12h00 \_\_\_\_\_ 16h00-17h00 \_\_\_\_\_  
14h00-15h00 \_\_\_\_\_ 17H00-18H00 \_\_\_\_\_

**25. ¿Cuántas veces a la semana le gustaría que su hijo asista al Centro?**

- Tres veces por semana \_\_\_\_\_  
Todos los días (Lunes a Viernes) \_\_\_\_\_  
Fines de semana \_\_\_\_\_

**26. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio brindado?**

- \$30 a \$40 \_\_\_\_\_  
\$41 a \$50 \_\_\_\_\_  
\$51 a \$60 \_\_\_\_\_  
Más de \$60 \_\_\_\_\_

**27. ¿Cuál de estos nombre le parece más atractivo que tenga el centro?**

- Kid's GYM \_\_\_\_\_  
Children's Fitness Center \_\_\_\_\_  
PekesGYM \_\_\_\_\_  
Gymbokids \_\_\_\_\_

**Fin de la encuesta. Gracias por su colaboración!!!!**

## ANEXO 2.2

### RESUMEN DE LAS VARIABLES Y CATEGORÍAS INVESTIGADAS EN EL VI CENSO DE POBLACIÓN NOVIEMBRE DEL 2001

VARIABLES Y CATEGOR. INVESTIGADAS EN EL VI CENSO DE POBLACIÓN	PROVINCIA GUAYAS		GUAYAQUIL		ALFREDO BAQUERIZO M. (FUJAN)		BALAO		BALZAR		COLIMES		DAULE		DURAN	
	ABSOLUTO	%	ABSOLUTO	%	ABSOLUTO	%	ABSOLUTO	%	ABSOLUTO	%	ABSOLUTO	%	ABSOLUTO	%	ABSOLUTO	%
<b>CARACTERÍSTICAS GENERALES</b>																
POBLACIÓN TOTAL	3309034		2039789		19982		17262		48470		21049		85148		178714	
PORCENTAJE CANTONAL	100.0		61.6		0.8		0.5		1.5		0.6		2.6		5.4	
SEXO	3309034	100.0	2039789	100.0	19982	100.0	17262	100.0	48470	100.0	21049	100.0	85148	100.0	178714	100.0
Hombres	1648398	49.8	999191	49.0	10361	51.9	9332	54.1	25362	52.3	11272	53.6	43406	51.0	88192	49.3
Mujeres	1660636	50.2	1040598	51.0	9621	48.1	7930	45.9	23108	47.7	9777	46.4	41742	49.0	90522	50.7
GRANDES GRUPOS DE EDAD	3309034	100.0	2039789	100.0	19982	100.0	17262	100.0	48470	100.0	21049	100.0	85148	100.0	178714	100.0
MENOS DE 15 AÑOS	1014624	30.7	689659	29.4	6628	33.2	5885	34.7	16943	35.0	7470	35.5	26361	31.0	56126	31.4
15 A 24 años	658065	19.9	409588	20.1	4004	20.0	3739	21.7	9549	19.7	3959	18.8	16293	19.1	33867	19.0
25 A 64 años	1418800	42.9	888066	44.0	7948	39.8	6610	38.3	18503	38.2	8048	38.2	36211	42.5	78913	44.2
65 años y más	217545	6.6	132496	6.5	1404	7.0	928	5.4	3475	7.2	1572	7.5	6283	7.4	9608	5.5
ÁREAS GEOGRÁFICAS	3309034	100.0	2039789	100.0	19982	100.0	17262	100.0	48470	100.0	21049	100.0	85148	100.0	178714	100.0
Área Urbana	2707376	81.8	1985379	97.3	6546	32.8	7682	44.5	24280	50.1	4688	22.3	31763	37.3	174531	97.7
Área Rural	601658	18.2	54410	2.7	13438	67.2	9580	55.5	24190	49.9	16361	77.7	53385	62.7	4183	2.3

## ANEXO 2.3

**CUADRO N.- 30 POBLACION DE MADRES DE 12 A 49 AÑOS, QUE HAN TENIDO HIJOS NACIDOS VIVOS EN EL ULTIMO AÑO, POR NUMERO DE HIJOS ACTUALMENTE VIVOS Y TOTAL DE HIJOS ACTUALMENTE VIVOS DE LOS NACIDOS EN EL ULTIMO AÑO, SEGUN AREA Y GRUPOS DE EDAD**

AREA Y GRUPOS DE EDAD	TOTAL DE MADRES	NUMERO DE HIJOS NACIDOS VIVOS												TOTAL DE HIJOS ACTUALMENTE VIVOS, NACIDOS EL ULTIMO AÑO
		NINGUNO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10 Y MAS	NO DECLAR	
<b>CANTON: GUAYAQUIL</b>														
TOTAL	46,759	127	17,852	13,822	8,044	3,749	1,620	806	314	165	78	87	95	46,171
DE 12 A 14 AÑOS	303	2	271	30	-	-	-	-	-	-	-	-	-	301
DE 15 A 19 AÑOS	7,430	52	5,780	1,406	161	13	-	-	-	-	-	-	18	7,341
DE 20 A 24 AÑOS	14,435	35	7,043	4,843	1,903	487	92	-	-	-	-	-	32	14,212
DE 25 A 29 AÑOS	10,981	15	2,963	3,901	2,371	1,159	413	134	-	-	-	-	25	10,871
DE 30 A 34 AÑOS	8,078	10	1,219	2,460	2,202	1,121	561	307	108	46	19	14	11	7,994
DE 35 A 39 AÑOS	4,213	10	446	958	1,134	732	416	239	131	65	35	42	5	4,161
DE 40 A 44 AÑOS	1,180	3	107	202	253	217	119	115	67	48	19	27	3	1,153
DE 45 A 49 AÑOS	139	-	23	22	20	20	19	11	8	6	5	4	1	138
AREA URBANA	45,209	126	17,301	13,439	7,755	3,603	1,538	760	302	144	69	79	93	44,641
DE 12 A 14 AÑOS	292	2	263	27	-	-	-	-	-	-	-	-	-	290
DE 15 A 19 AÑOS	7,064	51	5,502	1,330	152	12	-	-	-	-	-	-	17	6,978
DE 20 A 24 AÑOS	13,907	35	6,852	4,664	1,785	460	80	-	-	-	-	-	31	13,688
DE 25 A 29 AÑOS	10,684	15	2,914	3,820	2,281	1,106	395	126	-	-	-	-	25	10,578
DE 30 A 34 AÑOS	7,882	10	1,206	2,427	2,159	1,074	528	295	103	38	19	12	11	7,804
DE 35 A 39 AÑOS	4,116	10	437	951	1,110	722	401	224	127	59	31	39	5	4,065
DE 40 A 44 AÑOS	1,137	3	106	198	248	210	115	107	64	43	16	24	3	1,110
DE 45 A 49 AÑOS	129	-	21	22	20	19	19	8	8	4	3	4	1	128



## ANEXO 2.4

CUADRO No. 20  
ENIGHU - HOGARES - INGRESOS - GUAYAQUIL  
HOGARES E INGRESOS CORRIENTES ANUALES POR QUINTILES DEL HOGAR, SEGÚN SEXO Y GRUPOS DE EDAD DEL JEFE ECONÓMICO

SEXO Y GRUPOS DE EDAD	TOTAL		QUINTIL 1		QUINTIL 2		QUINTIL 3		QUINTIL 4		QUINTIL 5	
	HOGARES	INGRESO	HOGARES	INGRESO	HOGARES	INGRESO	HOGARES	INGRESO	HOGARES	INGRESO	HOGARES	INGRESO
	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES	TOTALES
<b>TOTAL</b>	<b>481.134</b>	<b>2.482.729.634</b>	<b>96.257</b>	<b>329.884.918</b>	<b>96.337</b>	<b>477.764.872</b>	<b>96.134</b>	<b>593.989.897</b>	<b>96.245</b>	<b>791.407.842</b>	<b>96.256</b>	<b>1.289.880.106</b>
10 A 24 AÑOS	30.732	162.483.839	4.684	13.734.226	7.613	30.904.293	7.897	41.208.335	6.275	38.130.731	4.263	38.906.253
25 A 34 AÑOS	119.112	773.460.909	29.465	98.276.506	30.204	139.474.113	21.538	133.282.842	18.692	149.477.620	19.214	252.929.829
35 A 44 AÑOS	136.764	995.190.323	31.868	103.826.521	27.394	137.775.164	26.561	162.863.731	26.472	218.715.544	26.369	351.969.362
45 A 54 AÑOS	102.204	619.732.687	18.323	68.231.426	18.380	101.348.632	21.768	142.867.962	25.990	210.636.056	19.523	295.948.613
55 A 64 AÑOS	54.075	451.391.420	7.619	30.942.084	6.960	39.884.890	10.86	65.665.937	14.144	117.596.323	14.491	197.281.987
65 AÑOS Y MÁS	38.246	280.510.457	4.296	14.174.155	5.686	28.659.781	7.192	27.761.090	8.673	56.851.368	12.297	153.044.062
<b>TOTAL HOMBRES</b>	<b>351.837</b>	<b>2.455.802.406</b>	<b>71.930</b>	<b>263.753.368</b>	<b>72.393</b>	<b>368.670.836</b>	<b>68.525</b>	<b>434.106.920</b>	<b>67.152</b>	<b>580.561.612</b>	<b>71.837</b>	<b>1.018.689.470</b>
10 A 24 AÑOS	22.167	107.496.408	4.319	12.642.096	5.676	22.691.625	5.702	30.307.381	3.936	24.406.990	2.534	17.448.313
25 A 34 AÑOS	90.763	590.331.796	22.918	77.338.716	23.096	110.749.548	17.130	108.129.771	13.479	104.363.758	14.120	189.757.003
35 A 44 AÑOS	100.290	762.530.400	21.881	74.505.548	21.881	109.402.265	18.133	126.659.065	17.311	158.533.331	20.984	293.430.190
45 A 54 AÑOS	72.638	613.546.655	13.439	52.246.777	13.166	76.132.122	15.649	102.455.313	16.632	160.217.289	13.751	224.497.153
55 A 64 AÑOS	39.469	357.696.167	6.411	26.229.027	5.117	30.411.544	7.676	49.204.141	9.825	92.610.895	10.439	159.240.559
65 AÑOS Y MÁS	26.610	222.200.981	2.962	10.791.204	3.457	19.285.732	4.215	17.358.250	5.768	40.449.348	10.008	134.316.246
<b>TOTAL MUJERES</b>	<b>129.297</b>	<b>826.927.228</b>	<b>24.327</b>	<b>76.131.550</b>	<b>23.844</b>	<b>109.094.036</b>	<b>27.611</b>	<b>159.882.976</b>	<b>29.093</b>	<b>210.826.030</b>	<b>24.422</b>	<b>270.990.636</b>
10 A 24 AÑOS	8.565	54.987.430	365	1.092.130	1.937	7.912.669	2.195	11.200.934	2.339	13.723.741	1.729	21.057.937
25 A 34 AÑOS	28.349	183.129.114	6.547	20.937.790	7.108	26.744.565	4.388	25.160.071	5.213	45.113.862	5.094	63.172.825
35 A 44 AÑOS	36.374	232.619.923	9.988	29.320.973	5.513	28.272.900	8.527	56.204.667	6.951	60.182.213	5.386	58.539.172
45 A 54 AÑOS	29.566	204.166.031	4.884	16.684.649	5.214	23.218.508	6.338	40.412.649	7.357	50.418.767	5.772	71.451.459
55 A 64 AÑOS	14.607	93.695.253	1.208	4.713.056	1.843	9.473.346	3.185	16.461.795	4.319	24.985.627	4.052	38.041.428
65 AÑOS Y MÁS	11.836	58.309.477	1.337	3.382.951	2.229	9.374.048	2.973	10.422.840	2.905	16.401.620	2.389	18.727.816

## ANEXO 2.5

¿En qué sector de la ciudad se encuentra ubicada su residencia?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Norte	208	52,0	52,0	52,0
	Centro	59	14,8	14,8	66,8
	Sur	133	33,3	33,3	100,0
	Total	400	100,0	100,0	

## ANEXO 2.6 Tres veces a la semana

		¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio brindado?				Total
		\$30 a \$40	\$41 a \$50	\$51 a \$60	Más de \$60	
¿En qué lugar le gustaría que estuviera ubicado el Centro de Entrenamiento Físico de niños?	Norte, Alborada	27	14	5	0	46
	Norte, Garzota	16	43	3	0	62
	Norte, Ceibos	0	0	0	0	0
	Norte, Kennedy	2	0	2	2	6
	Norte, Saucos	6	7	1	0	14
		51	64	11	2	128

## ANEXO 2.7 Lunes a viernes

		¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio brindado?				Total
		\$30 a \$40	\$41 a \$50	\$51 a \$60	Más de \$60	
¿En qué lugar le gustaría que estuviera ubicado el Centro de Entrenamiento Físico de niños?	Norte, Alborada	3	3	6	0	12
	Norte, Garzota	6	1	0	2	9
	Norte, Ceibos	0	0	0	3	3
	Norte, Kennedy	2	0	0	2	4
	Norte, Saucos	3	2	1	0	6
		14	6	7	7	34

### ANEXO 2.8 Fines de semana

		¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio brindado?				Total
		\$30 a \$40	\$41 a \$50	\$51 a \$60	Más de \$60	
¿En qué lugar le gustaría que estuviera ubicado el Centro de Entrenamiento Físico de niños?	Norte, Alborada	3	6	4	2	15
	Norte, Garzota	1	2	1	1	5
	Norte, Ceibos	1	0	0	0	1
	Norte, Kennedy	0	1	0	0	1
	Norte, Sauces	0	0	0	0	0
		5	9	5	3	22

### ANEXO 3.1 Inversión Inicial

<b>Inversiones</b>			
<b>Detalle</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Costo Unitario (\$)</b>	<b>Costo Total</b>
<b>Muebles y Enseres</b>			<b>1550,29</b>
Escritorio	3	73,58	220,74
Silla de oficina	9	22	198
Archivador (4 gavetas)	3	130	390
Armario estante (4 niveles)	2	90	180
Silla de trabajo	45	4,99	224,55
Mesa de trabajo	9	33	297
Cartelera	2	20	40
<b>Equipo de Oficina</b>			<b>3816,73</b>
Radio grabadora	2	137,52	275,04
Televisor	1	362,67	362,67
Aspiradora	1	96,94	96,94
Teléfono	3	50,45	151,35
Aire acondicionado	3	814,91	2444,73
Dispensador de agua + botellón	3	162	486
<b>Equipo de Computación</b>			<b>2176,62</b>
Combo 1 computadoras + 1 impresora + 1 regulador +1 escáner + 1 mesa +1 año de garantía	3	725,54	2176,62
<b>Varios</b>			<b>18465</b>
Artículos de limpieza	varios		50
Suministros de oficina	varios		45
Materiales para enseñanza	varios		500
Juegos Infantiles	varios		14000
Publicidad			120
Artículos Decorativos			250
Adecuación del Local			500
<b>Gastos Preoperativos</b>			<b>2875</b>
Depósitos	2	1200	2400
Gastos Legales			475
<b>Total de Inversión Inicial</b>			<b>25883,64</b>



### ANEXO 3.2 Detalle de Gastos Legales

<b>GASTOS LEGALES</b>	
<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>
Registro Mercantil	\$ 290,00
Patente	\$ 12,00
Extintor (20 Lb)	\$ 30,00
Ministerio de Salud	\$ 24,00
Cuerpo de Bomberos	\$ 15,00
Tasa Municipio	\$ 12,00
Acta de Inspección	\$ 30,00
Tasa de Habilitación	\$ 32,00
Junta de Beneficencia	\$ 30,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 475,00</b>

### ANEXO 3.3 Detalle de Ingresos año 1

<b>Ingresos Totales</b>	<b>\$76887</b>
<b>Ingresos por servicios</b>	75687
Todos los Días	13875
Tres Veces a la semana	52236
Fines de semana	9577
<b>Ingresos por bar</b>	1200

### ANEXO 3.4 Detalle los Costos Variables

Mano de Obra Directa						
Profesores	Num. de Profesores	\$/ Hora Por Profesor	Horas / mes	Costo \$/Profesor	Costo Mensual	Remuneración Anual
Profesor de Gimnasia	3	1,35	160	216	648	7776
Profesor de Baile	1	1,35	160	216	216	2592
Profesor de Natación	2	1,35	160	216	432	5184
Profesor de Pintura	1	1,35	160	216	216	2592
<b>Total M.O.D</b>						<b>18144</b>

### ANEXO 3.5 Detalle de Sueldos y Salarios

Sueldos y Salarios				
Cargo	Cantidad	Sueldo Unitario	Sueldo Mensual	Sueldo Anual
Director General	1,00	700,00	700,00	8400,00
Recepcionista	1,00	238,00	238,00	2856,00
Personal de Mantenimiento	1,00	200,00	200,00	2400,00
Médico	1,00	485,00	485,00	5820,00
Guardias de Seguridad	2,00	230,00	460,00	5520,00
Conserje-Mensajero	1,00	185,00	185,00	2220,00
				<b>27216,00</b>

### ANEXO 3.6 Detalle Costo por consumo de energía eléctrica

Detalle	Cantidad	KW	Horas Diarias	KWH mes	Subtotal Dólares	Consumo Mensual	Consumo Anual\$
Computadora	3	0,4	8	96	6,67	20,00	239,98
<b>Equipos</b>							
Aire acondicionado 10000 BTU	3	1,85	8	440	29,94	89,82	1077,88
Televisor	1	0,08	8	19,2	1,36	1,36	16,27
Radio Grabadora	2	0,08	5	12	0,98	1,96	23,50
Focos Incandescente 100 watts	12	0,1	8	24	1,63	19,58	235,01
Refrigeradora	1	0,25	20	150	9,60	9,60	115,20
Calentador de Agua	1	2	4	240	17,00	17,00	204,00
						<b>159,32</b>	<b>1911,83</b>

(\*) Costo de Kw/hora, sector comercial, provincia Guayas

Fuente: CATEG

### ANEXO 3.7 Detalle de Costos por consumo de Servicio Telefónico

Detalle	Costo/Mes \$(*)
Tarifa Básica	6,25
Consumo/Llamadas	22
Subtotal	28,25
12% IVA	3,39
<b>Total</b>	<b>31,64</b>
<b>Costo Anual \$</b>	<b>379,68</b>

(\*) Categoría B, sector norte de  
Guayaquil

Fuente: PACIFICTEL

### ANEXO 3.8 Detalle Costo por consumo de Agua Potable

Detalle	\$/m3	m3	Consumo Mes	Consumo Anual \$
Agua m <sup>3</sup>	0,6	80	48	576

Fuente: INTERAGUA C.LTDA.

### ANEXO 3.9 Detalle Costo de Publicidad

Publicidad				
Descripción	Cantidad	Costo	Costo Trimestral	Costo Anual
Periódicos (Revista (1/3 pag. vertical))	2 veces (1mes)	300,00	1200,00	3600,00
Volantes	1 paquete (1000 unidades)	52,00	208,00	624,00
<b>Total</b>		<b>532,00</b>	<b>2128,00</b>	<b>4224,00</b>

### ANEXO 3.10 Detalle de depreciación de Activos Fijos

	<b>Costo</b>	<b>Vida útil</b>	<b>Depreciación Anual</b>
Equipo de Computación	2176,62	3	725,54
Muebles y Enseres	1550,29	10	155,029
Equipo de Oficina	3816,73	10	381,673
Juegos Infantiles	14000	10	1400

### ANEXO 3.11 Detalle de Amortización de Gastos Preoperativos

<b>Amortización de Gastos Preoperativos</b>				
<b>Gastos</b>	<b>Valor</b>	<b>% Amortización</b>	<b>Años</b>	<b>Gto. Amort. Anual</b>
Gastos Legales	475,00	20%	5	95,00
Arriendo Prepagado	2400,00	20%	5	480,00
<b>TOTAL</b>	<b>2875,00</b>			<b>575,00</b>

### ANEXO 3.12 Detalle de Capital de Trabajo

	0	1
Ingresos (\$)		76360,00

Año 1													
Meses	0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas		6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33
100% contado		6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33
Ingreso mensual		6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33
<b>Total Ingresos Año 1</b>	<b>76360,00</b>												

Año 1													
Meses	0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Gastos Ventas	-352,00	-352,00	-352,00	-352,00	-352,00	-352,00	-352,00	-352,00	-352,00	-352,00	-352,00	-352,00	-352,00
Gasto Administrativos	-3756,96	-3756,96	-3756,96	-3756,96	-3756,96	-3756,96	-3756,96	-3756,96	-3756,96	-3756,96	-3756,96	-3756,96	-3756,96
<b>Egreso mensual</b>	<b>-4108,96</b>	<b>-4108,96</b>	<b>-4108,96</b>	<b>-4108,96</b>	<b>-4108,96</b>	<b>-4108,96</b>	<b>-4108,96</b>	<b>-4108,96</b>	<b>-4108,96</b>	<b>-4108,96</b>	<b>-4108,96</b>	<b>-4108,96</b>	<b>-4108,96</b>

Año 1													
Meses	0	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ingreso mensual	0	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33	6363,33
Egreso mensual	-4108,96	-4108,96	-4108,96	-4108,96	-4108,96	-4108,96	-4108,96	-4108,96	-4108,96	-4108,96	-4108,96	-4108,96	-4108,96
Saldo mensual	4108,96	10472,29	10472,29	10472,29	10472,29	10472,29	10472,29	10472,29	10472,29	10472,29	10472,29	10472,29	10472,29
Acumulado	4108,96	14581,25	25053,54	35525,84	45998,13	56470,42	66942,71	77415,01	87887,30	98359,59	108831,88	119304,17	129776,47
<b>Capital de trabajo por medio del déficit acumulado máximo</b>													
-4108,96 al mes													





### ANEXO 3.14 Detalle de TMAR: Walt Disney Co. (DIS)

<b>FINANCIAL HIGHLIGHTS</b>	
<b>Fiscal Year</b>	
Fiscal Year Ends:	27-Sep
Most Recent Quarter (mrq):	27-Dec-08
<b>Profitability</b>	
Profit Margin (ttm):	10.87%
Operating Margin (ttm):	17.81%
<b>Management Effectiveness</b>	
Return on Assets (ttm):	6.45%
Return on Equity (ttm):	12.76%
<b>Income Statement</b>	
Revenue (ttm):	36.99B
Revenue Per Share (ttm):	19.707
Qtrly Revenue Growth (yoy):	-8.20%
Gross Profit (ttm):	37.84B
EBITDA (ttm):	8.18B
Net Income Avl to Common (ttm):	4.02B
Diluted EPS (ttm):	2.10
Qtrly Earnings Growth (yoy):	-32.40%

## ANEXO 3.15 Análisis de Crystal Ball

### Crystal Ball Report - Full

Simulation started on 3/3/2009 at 16:49:50

Simulation stopped on 3/3/2009 at 16:49:53

#### Run preferences:

Number of trials run	40,000
Extreme speed	
Monte Carlo	
Random seed	
Precision control on	
Confidence level	95,00%

#### Run statistics:

Total running time (sec)	3,03
Trials/second (average)	13,202
Random numbers per sec	105,616

#### Crystal Ball data:

Assumptions	8
Correlations	0
Correlated groups	0
Decision variables	0
Forecasts	1

Summary:

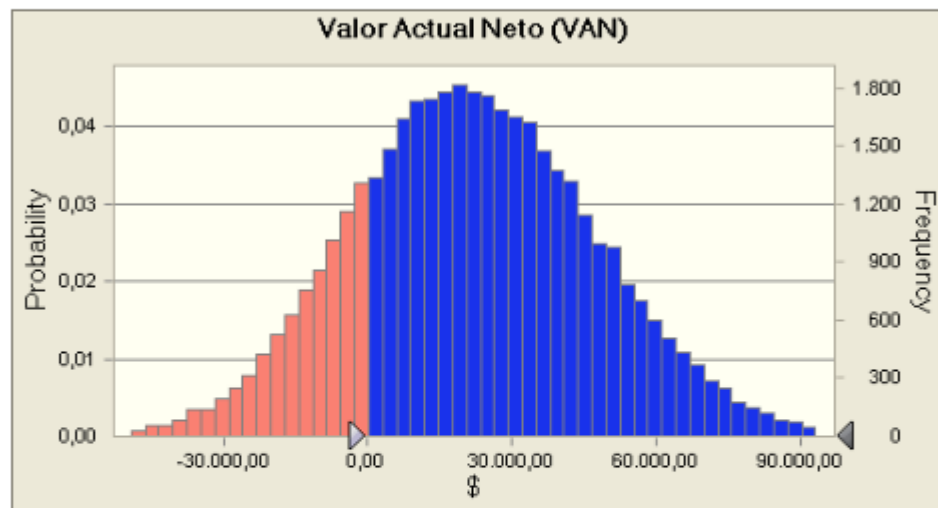
Certainty level is 80,163%

Certainty range is from 0,00 to Infinito

Entire range is from -80.158,30 to 132.831,52

Base case is 21.846,05

After 40.000 trials, the std. error of the mean is 127,35



Statistics:	Forecast values
Trials	40.000
Mean	21.940,99
Median	21.250,28
Mode	—
Standard Deviation	25.469,68
Variance	648.704.571,13
Skewness	0,1239
Kurtosis	2,97
Coeff. of Variability	1,16
Minimum	-80.158,30
Maximum	132.831,52
Range Width	212.989,82
Mean Std. Error	127,35

Percentiles:	Forecast values
0%	-80.158,30
10%	-10.291,12
20%	143,32
30%	8.135,10
40%	14.845,77
50%	21.249,98
60%	27.937,72
70%	35.014,22
80%	43.375,16
90%	55.096,51
100%	132.831,52

### Assumptions

#### Assumption: Costos Variables

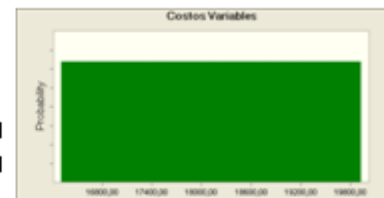
Uniform distribution with parameters:

Minimum

16302,60

Maximum

19925,40



#### Assumption: P.Fines de semana

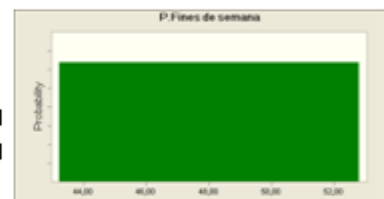
Uniform distribution with parameters:

Minimum

43,20

Maximum

52,80



#### Assumption: P.Tres Veces a la semana

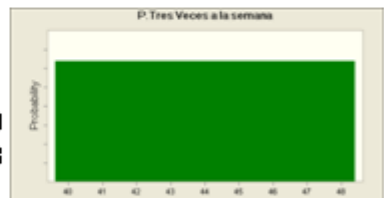
Uniform distribution with parameters:

Minimum

40

Maximum

48



#### Assumption: P-Todos los Días

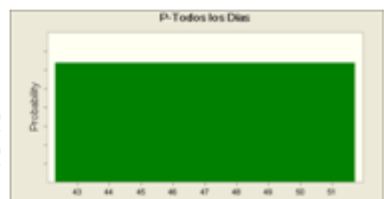
Uniform distribution with parameters:

Minimum

42

Maximum

52



**Assumption: Q.Fines de semana**

Normal distribution with parameters:

Mean

Std. Dev.

200  
20



**Assumption: Q.Tres Veces a la semana**

Normal distribution with parameters:

Mean

Std. Dev.

1161  
116



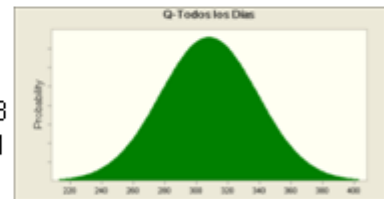
**Assumption: Q-Todos los Días**

Normal distribution with parameters:

Mean

Std. Dev.

308  
31



**Assumption: TMAR**

Normal distribution with parameters:

Mean

Std. Dev.

10,87%  
1,09%

