

ESCUELA SUPERIOR POLITECNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE ECONOMÍA Y NEGOCIOS



**Proyecto de Inversión para la implementación de un
Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud
Corporal y Relajación en la Ciudad de Guayaquil**

Tesis de Grado

Previa la obtención del Título de:

**Ingeniero Comercial y Empresarial con especialización Comercio Exterior
Ingeniero Comercial y Empresarial con especialización Finanzas**

Presentado por

Becilla Plua Jonathan Jhon

Del Pezo Loaiza Javier Roberto

Santos Cárdenas Guillermo de Jesús

Guayaquil-Ecuador

2010

DEDICATORIAS

**Con profundo amor y gratitud imperecedera,
dedicamos este trabajo a nuestros padres,
quienes supieron prodigarnos el cariño,
abnegación y sacrificio para un futuro mejor.**

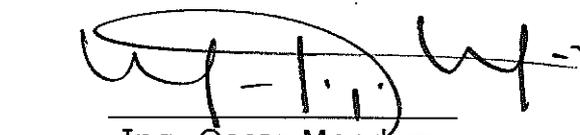
**Y demás personas que con su cooperación
han hecho posible mejorar nuestro nivel intelectual,
ya que es necesario que el ser humano continúe
cada vez más preparándose “Por la vida y para la vida”
pues la educación del hombre solo termina con la muerte.**

AGRADECIMIENTO

**Nuestra imperecedera gratitud a la
Escuela Superior Politécnica del Litoral,
y a la Facultad de Economía y Negocios.**

**Al distinguido catedrático Ing. Oscar Mendoza
que con tanto acierto nos orientó en la realización
de este trabajo, como director del proyecto.**

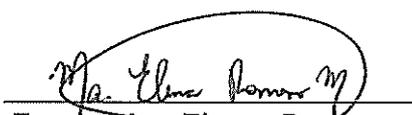
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



Ing. Oscar Mendoza
DIRECTOR DEL ICHE



Econ. Oiceron Tacle
DIRECTOR DE TESIS



Econ. Ma. Elena Romero
VOCAL PRINCIPAL



Ing. Horacio Villacís
VOCAL PRINCIPAL

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, corresponde exclusivamente a las autores; y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL”.


Ma. Lorena Chang Estrella


Mario José Mielles Zambrano

ÍNDICE GENERAL

DEDICATORIA	I
AGRADECIMIENTO	II
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN	III
DECLARACIÓN EXPRESA	IV
ÍNDICE GENERAL	V
ÍNDICE DE TABLAS	VII
ÍNDICE DE GRAFICOS	VIII
CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN	
1.1 Resumen Ejecutivo del Proyecto	1
1.2 Reseña Histórica	2
1.3 Problema/Oportunidades	15
1.4 Características Del Servicio	16
1.5 Alcance	19
1.6 Objetivo General	20
1.7 Objetivo Específico	20
CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO	
2.1. Estudio Organizacional	21
2.1.1 Misión	21
2.1.2 Visión	21
2.1.3 Organigrama	22
2.1.3.1 Estudio de Principales Cargos	23
2.1.4 Foda del Proyecto	25
2.2 Investigación de Mercado y Análisis	27
2.2.1 Formato de Encuesta	27
2.2.2 Matriz BCG	30
2.2.3 Matriz FCB	31
2.2.4 Segmentación de Mercado	32
2.2.5 Fuerzas de Porter	33
2.2.6 Marketing Mix	35

2.3. Estudio Técnico	37
2.3.1 Terreno y Distribución del Edificio	37
2.3.2 Recursos Humanos	39
2.3.3 Análisis de los Resultados	40
CAPÍTULO 3: ESTUDIO FINANCIERO	
3.1 Inversión	50
3.1.1 Gastos de operación	50
3.1.2 Depreciaciones y Amortizaciones	51
3.1.2.1 Depreciación	51
3.1.2.2 Amortización	51
3.2 ingresos	51
3.2.1 Determinación de la Demanda	51
3.2.1.1 Demanda Potencial	51
3.2.1.2 Demanda Real	52
3.2.3 Ingresos del Proyecto	52
3.3 Costos	53
3.4 Capital de Trabajo	54
3.5 Estado de Resultado	54
3.6 Tasa Descuento	55
3.7 Flujo de caja	56
3.8 TIR	57
3.9 VAN	57
3.10 Pay Back	58
3.11 Análisis de sensibilidad Uni-variable	59
CONCLUSIONES	62
RECOMENDACIONES	64
BIBLIOGRAFÍA	65
ANEXO	66

Índice de Tablas

Tabla 1. Distribución de la edificación	38
Tabla 2. Activos	39
Tabla 3. Lugares de asistencia para mejora	40
Tabla 4. Frecuencia de asistencia al gimnasio	41
Tabla 5. Frecuencia de asistencia al restaurante	42
Tabla 6. Motivos de no asistencia	44
Tabla 7. Calendario de Inversiones	50
Tabla 8. Gastos	50
Tabla 9. Ingresos	53
Tabla 10. Costos	53
Tabla 11. Capital de trabajo	54
Tabla 12. Estado de resultado	54
Tabla 13. Tasa de descuento	55
Tabla 14. Flujo de caja	56
Tabla 15. Pay Back	58
Tabla 16. Desglose de inversiones	66
Tabla 17. Desglose de gastos	68
Tabla 18. Depreciación	69
Tabla 19. Amortización	71
Tabla 20. Demanda	72
Tabla 21. Desglose de ingresos	73
Tabla 22. Desglose de costos	74

Índice de Gráficos

Grafico 1. Matriz Boston Consulting Group	30
Grafico 2. Matriz de implicación FCB	31
Grafico 3. Fuerzas de Michael Porter	33
Grafico 4. Frecuencia de asistencia a tratamientos	42
Grafico 5. Frecuencia de asistencia al gimnasio	43
Grafico 6. Frecuencia de asistencia al restauaran	43
Grafico 7. Motivos de asistencia a un centro integrado	45
Grafico 8. Libre opinión	45
Grafico 9. Conoce acerca de bailoterapia	46
Grafico 10. Medios por la que conoce la bailoterapia	47
Grafico 11. Practicaría esta técnica	47
Grafico 12. Precio a cancelar	48
Grafico 13. Asistiría a un nuevo centro	48
Grafico 14. Membresía	49
Grafico 15. Analisis de Escenarios	59
Grafico 16. Simulación del VAN	60
Grafico 17. Correlación con el VAN	61
Grafico 18. Simulación y Correlación de la TIR	75
Grafico 19. Correlación de la TIR	76

“Proyecto de Inversión para la implementación de un Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación en la Ciudad de Guayaquil”

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 RESUMEN EJECUTIVO DEL PROYECTO

En los últimos años la imagen que cada persona proyecta es definitiva a la hora de alcanzar sus metas. Y es que verse y sentirse bien, quererse y proyectar una imagen adecuada en cualquier escenario son llaves que abren muchas puertas, esto mostrará que la persona es segura y sabe lo que quiere.

En la actualidad las personas cuentan con muchos lugares y productos para embellecer su cuerpo y sentirse satisfechos; y si el problema requiere de una solución más drástica y rápida se llega a pensar que es de vital importancia aprovechar las herramientas y avances de las medicinas modernas, alternativas que son rápidas pero a la larga traen consigo cierto riesgo de vida.

Mantenerse saludable y en forma no sólo depende de una buena alimentación sana y equilibrada. La mejor manera de mantener bella la figura y un buen estado físico es combinar una dieta adecuada con una rutina vigorosa de ejercicios. Esto llenará de energía y hará disciplinada a la persona.

Situación aquella que no se aparta a la realidad guayaquileña que afrontan diariamente un sin número de personas que, a pesar de aparentar cierta satisfacción de sí mismos, ocultan internamente la frustración de no ser valoradas por su capacidad sino por los estándares estéticos impuesto por una sociedad donde la belleza se ha vuelto una disciplina.

La competencia en este mercado es fuerte debido a la cantidad de oferentes existentes. A pesar de ello el nuevo Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación en la ciudad de Guayaquil brindará una nueva y saludable alternativa para una rápida reducción de peso a través de sesiones de la nueva técnica "Bailoterapia", sobretodo está tomando fuerza este nuevo tipo de terapia en Europa y Latinoamérica.

La finalidad de este proyecto es que los clientes de este mercado encuentren en un solo lugar, un spa, un área de máquinas y pesas, un restaurante Light, asesoría nutricional y de manera especial un centro de aeróbicos y Bailoterapia que le permita un mejoramiento de imagen rápido y eficaz, además de fomentar en sus vidas el valor del ejercicio físico y la salud.

1.2 RESEÑA HISTÓRICA

Reseña Histórica de los Gimnasios

En tiempos de Pericles (495 adC- 429 adC), es decir muchos después de la civilización Minoica, la gimnástica era algo popular.

El Gimnasio era uno de los principales centros sociales de la vida griega. Las instalaciones más suntuosas, pertenecían al estado, pero había algunas de carácter particular que eran más modestas. (Todo lo contrario a nuestra época, en donde los gimnasios del estado suelen ser más modestos que lo privados)

Había gimnasios aun en las ciudades más pequeñas, pero la gimnástica ateniense era la más encumbrada. Allí los muchachos se entrenaban para el Pentatlón que incluía: la carrera, el salto, la lucha (que se llamaba

Pancracio), el lanzamiento del disco y la jabalina. Más adelante se agregó la enseñanza del Pugilato.

Los instructores para las luchas eran personas tenidas en la más alta consideración. Un señor llamado Melesias, en cuyo honor llegó a cantar nada menos que Pingaro, tenía entre sus discípulos 30 vencedores olímpicos.

En los gimnasios los jóvenes se cubrían el cuerpo con aceite de oliva cuando se ejercitaban al luchar entre sí, entonces, tendían a ponerse resbalosos y desarrollaban, en virtud de este carácter untuoso, una fuerza notable para intentar superar los efectos del aceite.

Los profesores griegos de gimnasia se llamaban “Paedotribae”, fueron los primeros en la historia que diseñaron sistemas de actividad física tanto para los atletas como para todos los demás.

Los “Paedotribae” desarrollaron tres programas distintos de ejercicios de gimnasia:

- 1- Para el mantenimiento de la condición física.
- 2- Para el entrenamiento militar.
- 3- Como parte del régimen de adiestramiento de los atletas para fines lúdicos o agonal, según el caso.

Entre los funcionarios de los gimnasios el estado nombraba a los “Gimnaciarcos” quienes podían incluso eliminar de los establecimientos a los Sofistas, los Retóricos y los Filósofos si es que tenían, estos funcionarios, la convicción que tales Filósofos, Sofistas y Retóricos ejercían con sus doctrinas una influencia nefasta sobre la juventud.

Esto no es para nada raro, que estos vayan al gimnasio a propagar sus doctrinas y reclutar discípulos, porque estos Gimnasios eran instituciones adonde concurrían los mejores jóvenes, equiparables a los colegios de nuestra época.

Había ciudades en las que el hecho de ejercer la gimnástica estaba unido al derecho de “plena ciudadanía”. Cuenta Jacob Volhard que en El Pelene Aqueo, nadie podía ser admitido como ciudadano antes de haber cumplido con todos los ejercicios correspondientes.

El único modo de ingresar a la ciudadanía era luego de pasar por pruebas físicas durante 3 años. En Atenas existían tres gimnasios.

El más importante era La Academia, unas generaciones después de Pericles se convirtió en la escuela de Platón. Los jóvenes no vivían en la Academia iban allí durante el día. Estaba situada en un terreno de antiguas tumbas, dentro de esos terrenos se encontraban Las Palestras, el edificio rectangular con columnatas, que albergaba un espacio para la lucha, habitaciones para ejercicios generales y también lugares para beber y charlar.

En el gimnasio ateniense, además de entrenarse los músculos, podía educar la voz varonil. Allí se enseñaba a los jóvenes a competir verbalmente, esta habilidad se necesitaba para participar en los debates de la Polis. La educación para el debate se hacía allí mismo, intervenían algunos ciudadanos y bajo la vigilancia de los maestros, los jóvenes eran impulsados a un debate cualquiera y el maestro indicaba como proyectar la voz, articular las palabras con firmeza y cierta economía de movimientos.

Estos enfrentamientos verbales vinieron a sustituir el aprendizaje de memoria. Sin embargo los muchachos aprendían a memorizar amplias partes de los poemas homéricos para utilizarlos como referencia en los debates. En Esparta el ejercicio era solo del cuerpo, la discusión no formaba parte del entramado cívico.

En Esparta el gimnasio pretendía desarrollar solamente la capacidad del joven para causar daño, no existía el espíritu agonal. El gimnasio espartano

estaba rodeado por un foso de modo que los jóvenes combatían entre si con ferocidad y se arrojaba unos a otros a ese foso.

Esparta fue una de las pocas ciudades que propicio que las muchachas practicasen la lucha. En realidad era porque creían que el ejercicio las preparaba mejor para el parto. Por ultimo, como ya sabemos, las mujeres no podían participar ni ver las competiciones.

Se cuenta una historia: Ferenica de Rodas era una dama que decía ella misma ser descendiente de Heracles y algunos le creían porque era hija de un campeón de lucha y madre de otro campeón. El ansia maternal por alentar a su hijo en una olimpiada la impulso a disfrazarse de hombre y hacerse pasar entre los atletas para ver, pero su entusiasmo la delato.

Según cuenta la crónica, Ferenica se precipito hacia la arena a saludar a su hijo que había ganado, se le cayó el disfraz y fue reconocida. La ley decía que la mujer encontrada en falta tenía que ser pasada por las armas, pero se cuenta que en favor de Ferenica acudió a testimoniar desde el cielo el mismísimo Heracles, la reconoció como de su progeie y la perdonaron. Para impedir que el caso se repitiera quedo prescrito que todos, atletas y entrenadores, debían presentarse desnudos. Esta es la historia inventada para justificar esa costumbre de luchar desnudos.

La reseña histórica del Tratamiento Facial y Corporal (SPA)

Se ha dicho que la palabra SPA son las iniciales de “salutem per Aquam” que significa la salud a través del agua.

Además, esta confirmado, que tomo su nombre de unas termas de la ciudad de SPA en el corazón de las Ardenas de Bélgica, donde llegan fuentes minerales de una gran pureza que se benefician de un fenómeno geológico excepcional. Durante el siglo XVI y gracias a sus propiedades excepcionales – pureza, alta concentración en oligo-elementos, baja mineralización – el agua EAU THERMALE SPA™ Marie-Henriette ha sido reconocida

científicamente por sus virtudes terapéuticas y declaradas Reina de las Aguas. El lugar era tan popular que la palabra SPA paso a significar cualquier lugar medicinal o con termas minerales.

Existe información respecto al uso del agua con fines terapéuticos que se remonta a las civilizaciones asiría, sumeria y egipcia, en las culturas proto-indias y posteriormente, entre los japoneses, chinos, griegos y romanos que conocían las propiedades de los baños termales para reducir la fatiga, facilitar la penetración de las sustancias curativas y mejorar la armonía entre el cuerpo y el espíritu. El SPA pretende volver al concepto de medicina que se practicaba hace más de 3.500 años en la antigua china, en la que la función de los médicos no era la de curar a sus pacientes, sino mantenerlos en buena salud.

Registros históricos aseguran que en el año 25 A.C, las rutinas de los romanos en los baños termales incluían inmersiones en agua fría y caliente, masajes, aplicación de aceites y baños de vapor. Y aunque las cosas han cambiado bastante desde esos días, el concepto básico se mantiene.

La reseña histórica de los bailes

Desde las épocas más primitivas el hombre ha utilizado la danza para expresarse y comunicarse. Con ella suplicaba el favor de los dioses e intentaba aplacar su cólera. La danza también era el medio perfecto para resolver diferencias tribales sin llegar al uso de las armas, pues el hombre primitivo teme demasiado a la muerte para enzarzarse en una lucha de la que puede salir no demasiado bien, y resulta curioso como esta manera de resolver diferencias ha llegado hasta nuestra época, donde algunas "tribus urbanas" de Norteamérica deciden sus límites territoriales en un duro y despiadado combate de Breakdance.

La danza sufrirá un gran auge con la llegada de la civilización helénica. Los teatros griegos permitirán el montaje y puesta en escena de las más

variadas coreografías, tanto de carácter netamente religioso como de aspecto más laico.

Así, se consolida en la Grecia clásica la representación escénica de la danza. No dejando por ello de existir en su aspecto más primitivo: Los guerreros griegos bailarían en el campo de batalla pidiendo el favor de los dioses, esta vez en el preludeo (y no la sustitución) de una lucha armada.

Con la llegada del imperio romano, y la fuerte influencia que sobre él ejercerá la cultura griega, la danza asume de forma definitiva su carácter representativo. Los circos serán el escenario perfecto para desarrollar coreografías de una complejidad nunca vista hasta entonces. Roma, cuyo origen data del siglo VII a.C., fue durante mucho tiempo el centro del mundo civilizado. En ella se desarrolló la mayor estructura social y económica vista hasta entonces, y se crearon las bases de nuestra actual sociedad.

Con la caída del imperio romano en el año 476 d.C., Europa se fue sumergiendo en la época más oscura de nuestra historia: El medioevo. La ciencia y la cultura greco-romana entraron en un letargo que duraría más de mil años.

Poco hay para explicar respecto a la danza en esta época. En general, bastante trabajo tenía la gente para sobrevivir al hambre, a las epidemias, o a las innumerables guerras de entonces como para hacer grandes manifestaciones culturales. Aun así no se dejó de bailar, aunque fuese de una forma muy rudimentaria.

El orden feudal que se impone en esta época dividirá a la sociedad en tres grupos: El clero, dedicado al culto, la aristocracia laica, esencialmente dedicada a la guerra, y los campesinos, que trabajan la tierra para proveer a la supervivencia de todos los estamentos.

La danza seguirá entonces dos líneas independientes de desarrollo. Por un lado estará el estilo "aristocrático", basado en bailes de hileras y de estrictas

disposiciones de bailarines y parejas. Por otro lado se creará un estilo "popular", donde las parejas bailarían de forma más o menos anárquica.

Con el inicio del siglo XVI, Europa vivirá una auténtica revolución cultural: El renacimiento.

Es de este siglo (y más concretamente en el año 1559) del que se tiene la primera referencia de un baile con un ritmo 3/4 llamado Volta. Su origen se sitúa en Italia, entre las clases campesinas de este país. En las cortes reales de Europa la Volta no se ve con buenos ojos. Luís XIII, fuertemente influenciado por el poder eclesiástico, la declara inmoral (pues los bailarines están en contacto físico) y prohíbe su ejecución en la corte francesa. En la monarquía de este país, seguirá teniendo la supremacía el minué, un descendiente directo de los bailes "aristocráticos" feudales.

En el siglo XVIII aparece entre las clases populares del norte de Alemania el Waltzen. Toda conexión entre este baile y la Volta queda disimulada, sólo que la palabra waltzen tiene en alemán el significado de "girar". El Waltzen, aún siendo censurado por muchos sectores, alcanzará una gran popularidad en Viena, y será bailado en las más importantes salas de la ciudad.

No es posible comprender la razón por la que un baile como el Waltzen alcanza esta popularidad sin entender el ambiente social en el que se desarrolla.

Con la llegada del Renacimiento, llega el redescubrimiento de las ciencias y la filosofía antiguas, que se verán rápidamente superadas por teorías cada vez más complejas y abstractas. Europa abandona progresivamente la fe ciega y la superstición para entrar en un periodo donde se impondrá la razón. Los avances científicos provocarán la Revolución Industrial, y con ella la aparición de una nueva clase social: La burguesía.

En el siglo XVIII, un sector de la sociedad sabe aprovecharse de los avances tecnológicos para acumular grandes cantidades de dinero en beneficio

propio. Con un elevado poder adquisitivo, pero sin ningún poder político, la burguesía empieza a sentir nuevas necesidades sociales. No sólo se desmarca e ignora a los poderes de la época (político y eclesiástico), sino que empezará a pedir la supresión sus privilegios.

Es en este ambiente, en el que un baile declarado "fuente principal de debilidad del cuerpo y mente de nuestra generación" puede tener el éxito que el Waltzen tuvo.

En 1812 se introduce el Waltzen en Inglaterra bajo el nombre de Vals Alemán, causando una gran sensación entre los ambientes cortesanos del país. Pero será en la corte vienesa donde este baile alcanzará su apogeo.

El Vals Vienés, danza madre de los actuales bailes de salón, debe su desarrollo a tres músicos austriacos, Johann Strauss padre, Josef Lanner y Johann Strauss hijo (al que apodaron como Schani, para distinguirlo de su padre), los cuales le dieron su típica forma vienesa, seductora y llena de brío. Con sus creaciones, el Vals alcanzo una popularidad sin precedentes en todo el mundo. Incluso España, tan alejada siempre de las corrientes artísticas europeas, no pudo sustraerse al encanto de esta nueva melodía. Obras como "Die Mozartisten" de Josef Lanner o "Bajaderen Walzer" de Strauss padre, sonaban en todas las salas de baile. Pero es quizás "El Danubio Azul", creada en 1867 por Strauss hijo, la obra cumbre del Vals Vienés. Una impresionante obra de la que, en ese mismo año, se editaron más de un millón de ejemplares y que, en 1899, todas las orquestas de Viena tocaron al paso del féretro de Johann Strauss.

Una forma más serena del rápido Vals Vienes se desarrolla en América alrededor de 1870. Originalmente recibe el nombre de Boston y se caracteriza por su lentitud. Eso permitió a los bailarines introducir un nuevo repertorio de figuras y elementos que no eran posibles de ejecutar con los rápidos "vieneses". Así se llegará al Vals inglés que puede verse en las actuales competiciones.

Mientras tanto, en el nuevo continente se iría creando un estilo musical totalmente distinto al europeo.

Con el descubrimiento de América se descubre una fuente de riqueza excepcional. Con unos recursos cada vez más reducidos a consecuencia de una población creciente, Europa encuentra al otro lado del Atlántico un rico territorio del que podrá sacar provecho.

Pero la tierra es muy extensa y es necesario un trabajo duro para extraer de ella toda su riqueza. Rápidamente aparecerá una gran demanda de mano de obra que el continente europeo no podrá cubrir. Además, cuanto menores sean los gastos de producción mayor será el beneficio, y tener una plantilla de asalariados no es rentable.

Para las gentes de aquella época sin escrúpulos la solución fue obvia: El continente africano. Durante siglos fueron trasladados hacia América miles y miles de africanos en condición de esclavos, y con ellos se trasladó su cultura y su música. Marginada y aislada, la música afroamericana pudo evolucionar sin ninguna interferencia por parte de los colonos europeos. Será en pleno siglo XX, cuando una sociedad más tolerante con las minorías descubra y acepte la fuerza y el calor de la música negra.

En Estados Unidos, el jazz supondrá una auténtica revolución. Venciendo a todos los ataques de carácter racista que sufre, esta nueva forma de sentir la música se extenderá por todo el país con una celeridad asombrosa. Y, naturalmente, no tendrá que pasar mucho tiempo para que se cree un estilo de baile adecuado al nuevo ritmo: El Fox-Trot.

El Fox-Trot nace en 1912, con las primeras orquestas de Jazz. Su nombre significa, literalmente, "trote del zorro" y este nombre alude a las primitivas danzas negras que imitaban pasos de animales y en las que se inspiraron los primeros bailarines de Fox-Trot.

Rápidamente, este baile se convierte en el más popular de Norteamérica. Cuando llega a Europa, encuentra una fuerte oposición entre los sectores más conservadores, hostiles a cualquier cambio. Pero nadie podrá impedir que se popularice también en el viejo continente.

A partir del Fox-trot original aparecerán dos de las modalidades de los actuales concursos internacionales: El Slow-Fox (fox lento) y el Quickstep (fox rápido).

No hay que irse demasiado lejos de los Estados Unidos para encontrarse con una manera de entender y sentir la música muy diferente. En el siglo XVI, los esclavos negros llevados a Cuba difundieron una danza inspirada en el paso del gallo. Esta danza se convertirá con el tiempo en la precursora de la actual Rumba.

Durante mucho tiempo, la Rumba quedará restringida a la colonia negra del país. Para la puritana clase blanca, este será un baile obscuro y cuya exhibición estará prohibida excepto para bailarines profesionales en muy contadas ocasiones. Sólo a partir del año 1940, y tras muchas modificaciones, será admitida en sociedad.

Actualmente existen varias modalidades reconocidas de Rumba: La rumba cubana (la más caliente y rítmica de todas), la rumba-bolero (la más lenta y romántica) y la rumba española (modalidad con un claro tono flamenco).

Aparte de irse creando diferentes versiones, con la Rumba también se crearán otros estilos musicales. Un claro ejemplo lo tenemos en el Cha-Cha-Cha, surgido en la década de los cincuenta, en Méjico y Cuba, a partir de ciertas variedades rápidas de la Rumba-Bolero.

Su difusión es inmediata, tanto en el continente americano como en Europa. El ritmo del Cha-Cha-Cha, se caracteriza por una serie de tres pasos rápidos que se dan en dos tiempos de compás y precisamente a estos tres pasos (chasses) le debe el Cha-Cha-Cha su nombre.

Otro baile latinoamericano que alcanza una gran popularidad en el presente siglo es la Samba. De nuevo estamos frente a una danza cuyos orígenes hay que buscarlos entre los grupos de esclavos traídos desde África.

La Samba nace en Brasil. En esta danza se hallan contribuciones de la música popular brasileña y de varias modalidades de la música carioca que confluyen en Río de Janeiro. Su popularidad en este país es tan grande, que ha llegado a ser declarado baile nacional del Brasil.

Hablar de la Samba es hablar de los carnavales de Río, y esta relación no es casual. La primera Samba escrita (que se guarda en un museo con fuertes medidas de seguridad) fue creada para acompañar a esta gran manifestación festiva.

No es posible hacer una descripción completa de los distintos estilos musicales surgidos en el continente americano sin incluir unos de los que más han dado de que hablar, tanto a su favor como en su contra: El Tango. Su historia es tan apasionante que vale la pena extenderse. El Tango es una danza de origen africano. Sus orígenes se sitúan en el año 1860, entre las clases más pobres de Buenos Aires.

Durante las últimas décadas del siglo XIX se produce una gran marea migratoria hacia la Argentina. Miles de personas buscarán esperanzados un futuro mejor en la nueva tierra, y muy pronto estas esperanzas se verán truncadas pasando rápidamente a la decepción.

Estos inmigrantes se verán hacinados en míseros "conventillos", casas de vecindad compuestas por viviendas de reducidas dimensiones dispuestas en torno a un patio central. Y es en este poco saludable ambiente donde nace la figura del "compadrito", personaje arrogante, pendenciero y siempre al borde de la delincuencia.

Los bailes en uso de aquella época son la Mazurca, la Polca y la Habanera. Pero los blancos envidian el Candombe, un baile practicado por los negros, y empezarán a imitarlo en plan de mofa.

De esta imitación burlesca que hace el "compadrito" del Candombe mientras silba una milonga nace el Tango.

Este baile evoluciona dentro un ambiente totalmente barriobajero. Los primeros tangos se bailarían en las esquinas por parejas de hombres, con la sola pretensión de lucirse y demostrar su habilidad. Posteriormente, el Tango entrará en los burdeles donde ser buen bailarín supondrá el tener un pasaporte a la compañía femenina. De no ser así, no quedará otro recurso que la habilidad con el cuchillo.

Los músicos se verán obligados a repetir las piezas a punta de pistola, y los bares, al término de cada velada, verán sus suelos convertidos en una alfombra de cristales de vasos rotos.

El primer cambio se produce a principios de siglo. Las letras abandonan su matiz prostibulario y adquieren un carácter nostálgico. Asimismo, el baile sufre grandes innovaciones, cambiando no sólo sus figuras, sino también la elasticidad y los contoneos de sus orígenes. Aparece el llamado "tango liso".

En 1910, el Tango llega a París. Su extensión por toda Europa será fulminante, como fulminantes serán también las críticas que reciba este nuevo baile. Los sectores más conservadores lo atacarán sin piedad con definiciones del estilo de "la apoteosis de un mahometano bajo los efectos del opio". Pero de nada servirán tales definiciones, el Tango seguirá bailándose y la escuela francesa, agregando su toque peculiar, lo consagrará definitivamente como baile de salón.

Llegado a este punto muchos se estarán ya preguntando que sucede con la evolución del baile en nuestro país. España, como ya se ha comentado

anteriormente, siempre ha quedado al margen de las corrientes culturales europeas, pero ha sabido desarrollar su propia cultura.

El precursor en España de lo que hoy llamamos "baile de salón" lo encontramos en el Renacimiento con la Zarabanda. Posteriormente aparecerán la Farruca y el Fandanguillo que evolucionarán hacia el Garrotín, un baile de pareja con matiz gitano de ritmo vivo y repetitivo.

Siguiendo esta evolución, aparecerá a principios del siglo XX un baile que tomará como fuente de inspiración nuestra fiesta nacional: El Pasodoble.

Moviéndose al ritmo de la música que interpretan las orquestas de las plazas de toros, el Pasodoble transforma al hombre por unos minutos en un valiente torero, con cuya capa (la mujer) sortea todos los embites de un imaginario astado.

Su carácter netamente español ha hecho del Pasodoble uno de los pocos bailes de pareja que no han sido olvidados en nuestro país. No hay fiesta o verbena donde este baile no esté presente y pocas son las personas que han podido resistirse a su ritmo.

Muchos son los bailes que han quedado fuera de este artículo, algunos de ellos muy populares en la actualidad: El Merengue, el Mambo, la Salsa, el Rock, etc. Pero la historia del baile de salón es muy extensa, y con ella se han escrito libros enteros.

Nuestra intención ha sido la de dar una "primera visión" del baile y un punto de partida para todos aquellos que deseen seguir profundizando en el tema.

1.3 PROBLEMA/OPORTUNIDADES

El problema que encontramos es la creciente población de personas que hoy en día tienen un ritmo de vida muy acelerada, esto ha provocado que un gran porcentaje de habitantes de la ciudad se despreocupen de su apariencia física, produciendo graves daños en su salud.

Mantenerse saludable y en forma no sólo depende de una alimentación sana y equilibrada, es recomendable seguir una rutina de gimnasia y otros adiestramientos para el cuerpo, según el metabolismo de cada persona.

Los gimnasios de esta ciudad desarrollan rutinas de ejercicios que demandan mucho tiempo y esfuerzo para las personas de hoy en día que tienen un ritmo de vida muy acelerado, además estos gimnasio no ofrecen otros servicios complementarios que cubran las expectativas y necesidades de este gran porcentaje de habitantes de la ciudad que desean en un solo lugar los servicios de máquinas y pesas, spa, restaurante Light, asesoría nutricional y de manera especial una técnica nueva que le permita un mejoramiento de imagen rápido y eficaz, que además fomente en sus vidas el valor de ejercicio físico y la salud.

La oportunidad que actualmente nos brinda el mercado guayaquileño para la implementación de este proyecto, se deriva que los habitantes de la ciudad buscan mejorar su apariencia física por medio de un método técnico eficaz no tradicional, de esta manera poder llevar un mejor estilo de vida.

En la actualidad, existen corrientes deportivas que se escapan del concepto tradicional y se adaptan a la realidad del hombre de esta nueva era. Pensar

en el baile como un negocio lucrativo, y que además capte una gran cantidad de clientes, podría haber sonado como una idea descabellada hace tres años, pero en la actualidad constituye una de las actividades más populares de padres, trabajadores y estudiantes de cualquier edad y sexo, que busca una alternativa más flexible y entretenida en el campo del entrenamiento físico en los gimnasios y espacios deportivos de Latinoamérica y Europa.

Diversos especialistas afirman que el baile es una entretenida vía para drenar malestares resultantes del estrés, así como también constituye una buena terapia para generar un buen estado anímico.

En vista de esta creciente demanda y la falta de infraestructura en la ciudad de Guayaquil, nuestra oportunidad se basa en implementar un centro integrado de cuidado de imagen, salud corporal y relajación incorporando la técnica de Bailoterapia en el mercado guayaquileño dando a conocer los beneficios que se experimentan en el área física, funcional, psicológica y social de las personas que practicarán esta actividad y de los servicios complementarios; encontrando en un mismo lugar todo para mejorar su imagen en un menor tiempo.

1.4 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO

Nuestro esquema de proyecto se caracteriza por la unificación de varios servicios, esto es brindar un servicio completo en el cuidado de imagen y salud corporal entre ellos tenemos:

GIMNASIO

- **Sesión de Spinning.-** Es un atractivo programa que aporta un gran desafío al entrenamiento con bicicleta estática. Se trata de una forma de realizar ejercicio de bajo impacto realizado sobre bicicletas estáticas, que llegó a Europa a mediados de los noventa importado de Estados Unidos.

- **Fitness.-** Desarrollo integral de todas las cualidades físicas del sujeto: un entrenamiento cardiovascular para desarrollar el sistema cardiorrespiratorio, un entrenamiento con cargas y de la flexibilidad y elasticidad para potenciar el sistema neuro-muscular, todo ello acompañado de una alimentación correcta y equilibrada.

- **Ejercicios para una Espalda Sana.-** Es una manera de mantener una correcta posición corporal y participar de una 9 manera muy activa en el control de los movimientos, de carácter excéntrico, del tronco sobre la pelvis.

- **MUSCULACIÓN**
 - Programa integral para principiantes
 - Ejercicios básicos para el abdomen
 - Ejercicios básicos para la espalda
 - Entrenamiento de hombros
 - Ejercicios básicos de pecho
 - La musculación en la adolescencia
 - Los principios de entrenamiento
 - Tríceps de herradura

TRATAMIENTOS FACIALES Y CORPORALES

Tratamientos Faciales

- Tratamiento Facial de Limpieza Profunda
- Tratamiento Facial Equilibrante con Algas Marinas
- Tratamiento Facial Suavizante
- Tratamiento Suave con Colágeno
- Tratamientos Faciales para Caballeros

Tratamientos Corporales

- Masaje Sueco
- Masajes con Aromaterapia
- Reflexología
- Tratamiento Hidratante con Aceites Aromáticos
- Tratamiento Calmante con Aloe Pura
- Masaje relajante profundo anti-estrés

RESTAURANTE NUTRICIONAL

- Desayunos, almuerzos y meriendas bajas en calorías
- Recomendaciones nutricionales

BAILOTERAPIA

- **Sesión Básica.-** Esta disciplina consiste en una implementación de técnicas aeróbicas (ejercicios cardiovascular) y autodisciplina rítmica, que permite relajarse mediante la melodía de la música tropical.

- **Sesiones complementarias.-** Esta disciplina consiste en sesiones de una o dos horas de duración en la que consta los ritmos movidos caribeños como el merengue, la salsa y el reggeton, en la cual se trabaja la parte física (tonificación y fortalecimiento) y el aumento de la resistencia cardiovascular.

- **Sesiones para la tercera edad.-** cuando se comienza con sesiones para las personas de la tercera edad. Es necesario que los alumnos se realicen un examen médico exhaustivo en el cual se eliminen todas las dudas que puedan plantearse al monitor a la hora de realizar la sesión especial para las personas de la tercera edad.

1.5 ALCANCE

Nuestro proyecto tiene como alcance la ciudad de Guayaquil que ha tenido un aumento en lo que respecta al tema de la salud o preocupación del estado físico del ser humano, por tal motivo se creyó necesario incursionar en este campo para cubrir dicho déficit. El presente trabajo describe la factibilidad de invertir en las instalaciones de un Centro Integrado de Cuidado de Imagen y Salud Corporal y Relajación en la ciudad de Guayaquil. Cabe recalcar que la inversión en este proyecto no solo traerá beneficios a sus propietarios sino que creará nuevas plazas de trabajo con efectos multiplicadores para la economía local. Actualmente no existe la infraestructura necesaria que cubra la demanda de los servicios Spa, gimnasios, centros de nutrición y pista de bailoterapia.

1.6 OBJETIVO GENERAL

- Implementar un Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación en la ciudad Guayaquil cubriendo las expectativas de los clientes que requieren este servicio.

1.7 OBJETIVOS ESPECÍFICO

- Determinar el conocimiento y las características deseadas del servicio (centro integrado de cuidado de imagen, salud corporal y relajación) por parte del usuario mediante la realización del estudio de mercado.
- Determinar la segmentación del mercado objetivo del proyecto.
- Establecer una estrategia adecuada de publicidad y promoción del servicio a través de un plan de Marketing.
- Determinar el monto de inversión necesario, así como los costos de operación del servicio.
- Obtener la rentabilidad ofrecida por el proyecto (TIR), para su posterior comparación con la rentabilidad exigida por el inversor (TMAR).
- Analizar la factibilidad y sensibilidad de llevar a cabo el proyecto.
- Estimar el tiempo de recuperación de la inversión requerida para la implementación del proyecto.

CAPITULO II

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Estudio Organizacional

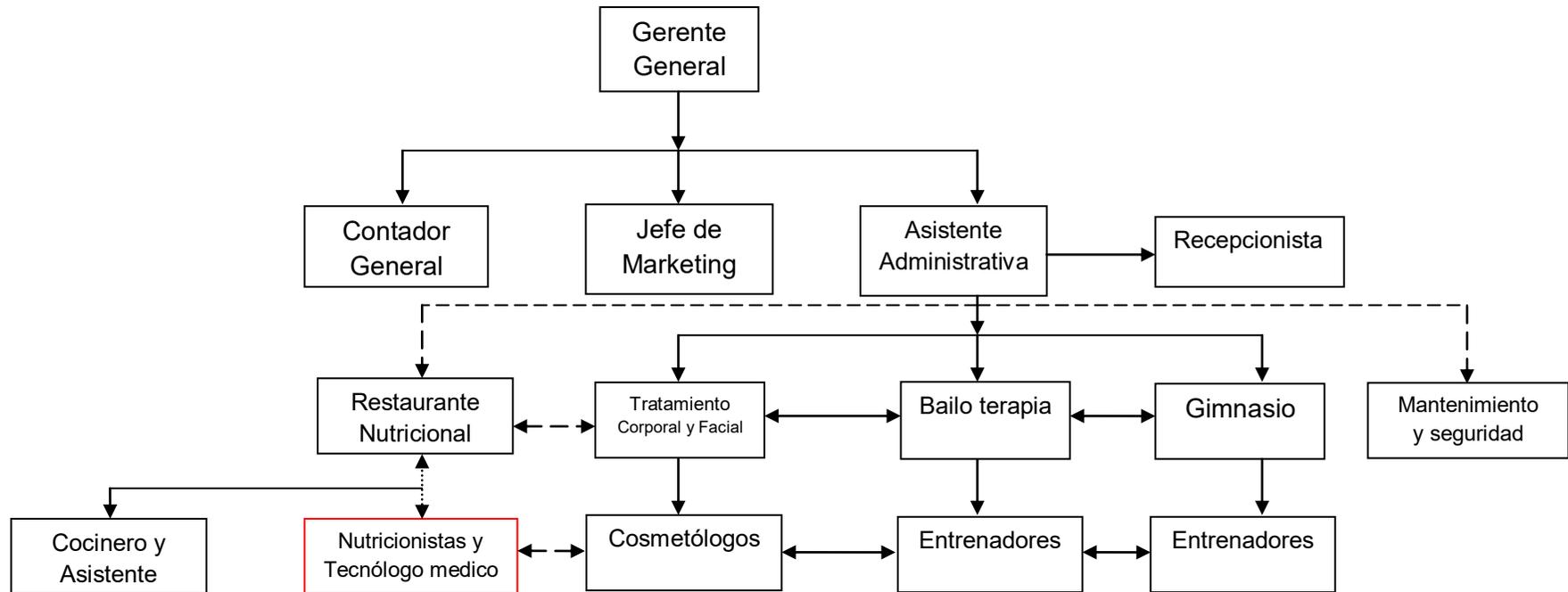
2.1.1 MISIÓN

Conocer las necesidades y requerimientos del cliente, cubriendo sus expectativas y superando a nuestros competidores indirectos al ofrecer un servicio complementario; fomentando la imagen, salud corporal y relajación, incorporando la técnica “Bailoterapia”.

2.1.2 VISIÓN

Ser la empresa de servicio más competitiva de Guayaquil a través de la excelencia e integridad, contribuyendo al mejoramiento de la imagen y salud de sus clientes.

2.1.3 ORGANIGRAMA



Elaborado por los autores

2.1.3.1 Estudios de los Principales Cargos del Centro.

Gerente Administrador._ Es la persona que representa legalmente a la empresa y está encargada de la administración total del centro integrado de cuidado de imagen, salud corporal y relajación. \$900

Jefe de Marketing._ Es la persona encargada de promocionar el centro integrado, es decir llevar la publicidad, relaciones públicas y la imagen del mismo. Ganara según rendimiento. \$600

Contador._ Es la persona encargada de llevar la contabilidad y pagos tributarios con el fin de llevar un registro de todos los ingresos y egresos del centro integrado. Asistirá una vez por semana y ganara \$400

Asistente Administrativa_ Es la persona encargada de ejecutar las decisiones del Gerente General, además lleva el control de los cargos medios, atención y asuntos de los clientes que ofrece el centro integrado. Ganara \$300 y su horario laboral es de lunes a sábado de 9am a 6pm.

Áreas de Bailo Terapia, Gimnasio, Tratamiento Corporal y Facial

Entrenadores._ Son los encargados de guiar las rutinas de ejercicios a cada uno de los clientes para el Gimnasio y Bailo Terapia. Ganara \$300

Cosmetólogos._ Son los encargados de aplicar mascarillas y realizar los diferentes tratamientos faciales y corporales como masaje anti estrés. Ganara \$350 cada uno.

Nutricionista

Son las personas especializadas para el asesoramiento de la dieta nutriciones y procesos alimenticios de los clientes en el centro integrado de cuidado de imagen, salud corporal y relajación. Ganara \$350 y asistirá al local con previa notifiación.

Tecnólogo Medico

Expertos en rehabilitación y terapia física, que deberán atender a los clientes que soliciten su servicio con previa cita, luego de su primera cita se determinara el número de sesiones a realizarse, y ganara \$420 el cual deberá cumplir con 15 horas semanales.

Recepcionista

Es la persona encargada de recibir y atender a los clientes a la entrada del centro integrado de cuidado de imagen, salud corporal y relajación. Ganara \$240

Personal de Mantenimiento

Serán los encargados de mantener limpio el estableciento y dar soporte técnico básico en caso de que se lo necesite. Uno laborara desde las 7:00am-13pm y el segundo de 16:00-22:00, cada uno ganara \$240.

Guardias de Seguridad

Dos que laboraran en diferentes horarios. Uno de 7:00-19:00 y el otro de 19:00 a 7:00, ganaran \$240 cada uno.

2.1.4 FODA DEL PROYECTO

Fortalezas

Calificación de los Recursos Humanos: Personal altamente capacitado con título en sus respectivas actividades, a diferencia del resto de gimnasios que únicamente cuenta con instructores.

Actividades: existencia de una variedad de disciplinas para ofrecer como así también los más modernos equipos para realizar una eficaz reducción de peso y salud.

Comodidades: salas específicamente diseñadas para cada una de las actividades donde cuentan con piso de madera flotante única en la zona, especialmente diseñado para actividades de impacto en donde las paredes están recubiertas con aislantes de sonido, lo cual permite que la música influya en el desarrollo de otras actividades.

Infraestructura: Capacidad en su local para duplicar el número de usuarios con el que cuentan actualmente los demás gimnasios. La estructura de sus unidades de negocio serían más funcionales en comparación a la competencia, la amplia superficie sobre la que está construida permite delimitar bien cada uno de los espacios de manera que se puedan desarrollar las actividades de una manera eficaz. Así por ejemplo la recepción y el bar no se encuentran inmersos dentro de las actividades deportivas como ocurre en otros gimnasios en donde el servicio de bar se encuentra rodeado de aparatos.

Comodidad de pagos: Contará con un sistema que permitirá debitar los pagos directamente de la tarjeta de crédito del usuario evitando persecuciones innecesarias en materia de pagos mensuales debido al olvido del cliente, lo cual permite además una mayor comodidad al no manejar efectivo.

Horarios y Ubicación: Horarios de atención de lunes a sábados, 18 horas diarias, esto es de 6h00 a 24h00.

Oportunidades

Cultura de vida: Estamos inmersos en un mercado en plena expansión, esto se da gracias a una toma de conciencia por un amplio sector de la comunidad en favor de una vida más sana, de un aumento de la calidad de vida, Este proyecto está en sintonía con esta consciencia y brinda los más modernos servicios para satisfacer las necesidades de este sector de la comunidad.

Demanda creciente: habitantes de la ciudad buscan mejorar su apariencia física por medio de un método técnico eficaz no tradicional, de esta manera poder llevar un mejor estilo de vida.

Debilidades

Parqueos: se ubicaría en el centro de la ciudad en comparación de los otros gimnasios de la competencia, además el local no cuenta con parqueos privados y lugares de estacionamiento por ser un sector comercial en comparación con la competencia.

Publicidad exterior del establecimiento: Por ser una zona regenerada de la ciudad no tiene ningún cartel en la entrada que llame la atención indicando que existe un gimnasio en ese lugar, el lugar pasa desapercibido.

Participación en eventos: El ser nuevo nos sería difícil participar en eventos tal como lo hacen nuestros competidores, lo cual permitiría una mayor difusión de las actividades y una buena oportunidad para captar clientes.

Amenazas

Cambio de la cultura de vida: posible cambio en la mentalidad de la gente que lleve a la pérdida del interés por el cuidado del cuerpo

Competencia actual: existen tres grandes gimnasios en la zona bien posicionados, que realizan fuertes inversiones y no están dispuestos a perder la cuota de mercado.

Competidores: que los competidores ofrezcan nuevos servicios que no estemos en condiciones de prestar lo cual indicaría pérdida de clientes

2.2 INVESTIGACIÓN DE MERCADO Y SU ANÁLISIS:

2.2.1 ENCUESTA

FORMATO DE LA ENCUESTA

Edad _____ Nivel Socio Económico _____ H / M _____

1. Para mejorar su imagen usted asiste a:

Gimnasio	_____	
Restaurante Nutricional	_____	
Tratamiento Corporal y Facial	_____	
Ningún lugar	_____	(pasa a la pregunta. 3)

2. Con qué frecuencia asiste a estos lugares

Gimnasio	_____	A. Diariamente
Restaurante Nutricional	_____	B. 3 veces a la semana
Tratamiento Corporal y Facial	_____	C. 1 vez a la semana
	_____	D. 4 veces a la semana
	_____	E. rara vez

3. Por qué motivo usted no asiste o a dejado de asistir a estos lugares
(Si la respuesta *no le interesa* se acaba la encuesta)

Por falta de tiempo _____
Rutinas Monótonas _____
Ser mixto _____
Infraestructura no adecuada _____
Mal olor (sudoración) _____
No le interesa _____

4. Qué influye en usted al momento de decidir asistir a estos lugares

Reducción de peso _____
Mantener su condición física _____
Salud _____
Relajación _____

5. Quién influye en usted al momento de decidir ir a estos lugares

Familiares _____
Amigos _____
Decisión propia _____
Publicidad _____

6. Usted conoce acerca de la técnica de Bailo terapia (Si la respuesta es NO
pase a la pregunta 8)

SI _____ NO _____

7. Porqué medios usted conoce esta nueva técnica

Familiares en el extranjero _____
Amigos _____
Internet _____
Reportajes _____

8. A usted le gustaría practicar esta nueva técnica

SI _____ NO _____

9. Qué precio usted estaría dispuesto a pagar para practicar esta técnica

50-60 dólares al mes _____

61-70 dólares al mes _____

71-85 dólares al mes _____

10. Usted asistiría a un centro donde exista todas estas opciones (Gimnasio, Bailoterapia, Restaurante Nutricional, Tratamiento Corporal y Facial) que le permitan mejorar su imagen en corto tiempo y de manera eficaz.

SI _____ NO _____

11. Estaría usted dispuesto adquirir una membresía en el centro integrado.

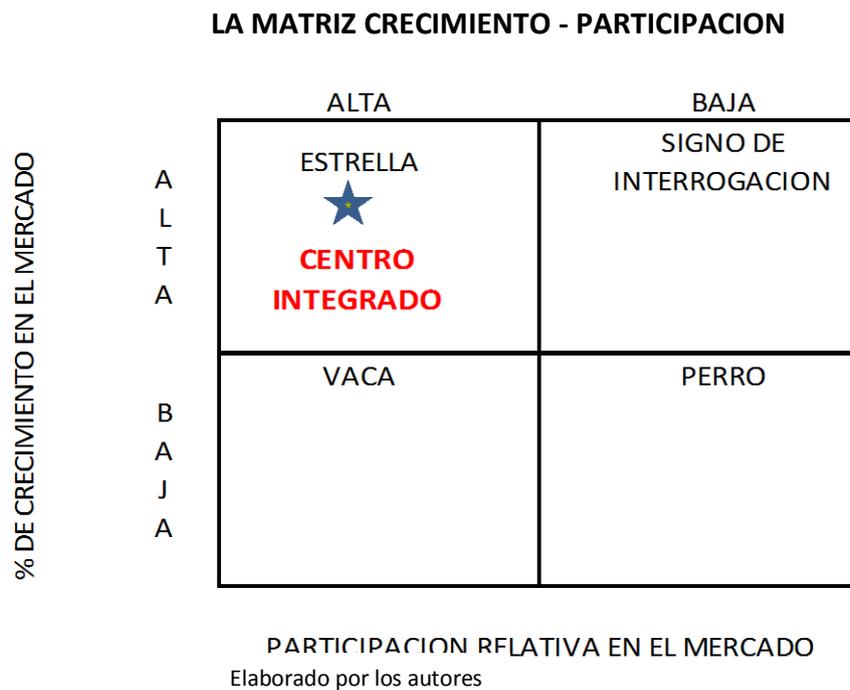
Membresía 1 actividad (Gym, Bailoterapia, Aerobic, tratamiento facial y Corporal)

Membresía completa (Todas las descritas en el literal anterior).

No membresía

2.2.2 Matriz Boston Consulting Group (BCG)

GRAFICO N°1



El Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación. Es un servicio estrella debido a la diferenciación de la competencia creciente indirecta, el cual nos permite ser una empresa complementariamente participativa implementando pista para desarrollar las diferentes sesiones de baile terapia, siendo esta técnica una nueva manera de llegar al bienestar y encontrar de nuevo el equilibrio por medio de la danza. Sobretudo está tomando fuerza este nuevo tipo de terapia en Europa y Latinoamérica.

Debido al gran porcentaje de crecimiento del mercado se genera las expectativas de ampliar el negocio en corto ó mediano plazo.

2.2.3 Matriz de implicación FCB

GRAFICO N°2

		ALTA	BAJA
I M P L I C A C I O N	F U E R T E	MODO INTELECTUAL (RAZON, LOGICA, HECHOS) APRENDIZAJE CENTRO INTEGRADO	MODO EMOCIONAL EMOCIONES, SENTIDOS, INTUICION AFECTIVIDAD
	D E B I L	RUTINA	HEDONISMO
		ATRACTIVIDAD	

i: Informo
e: Evalúo
a: Actúo

Elaborado por los autores

La matriz FCB relaciona la implicación fuerte del consumidor con la atraktividad de adquirir un servicio predominante entre lógica y la razón; con ello podemos decir que el Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación por lo que podemos decir que el negocio se encuentra en el cuadrante de aprendizaje porque es la recopilación de varios servicios estratégicamente planificado con una conexión afectiva a los consumidores de las misma.

2.2.4 Segmentación del Mercado

Macro Segmentación

Con la macro segmentación se puede detallar desde el punto que se parte para segmentar al mercado objetivo de acuerdo a tres factores que a continuación se detalla:

- *Necesidades:* Contribuir al sentimiento de tener una buena salud en las actividades antes o después del trabajo.
- *Tecnología:* El Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación; entrega un concepto nuevo e innovador al cuidado de las personas contribuyendo a la disminución de estrés que a diario se vive.
- *Clientes:* Hombres y mujeres de nivel socio económico medio, medio alto y alto.

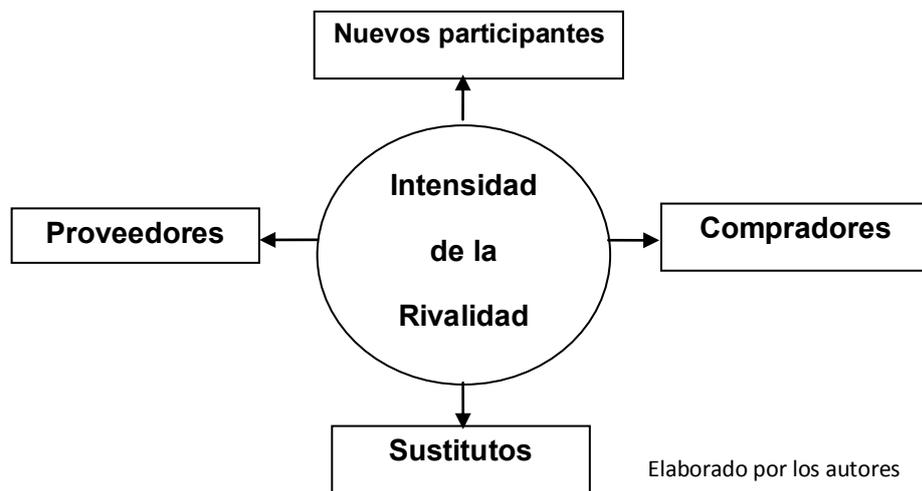
Micro Segmentación

Los grupos de mercado dentro del mercado meta que se identifican son:

- *Ubicación:* Sectores de clase media-alta y alta.
- *Sexo:* Masculino y Femenino
- *Edad:* 18 –60 años
- *Actividad:* Trabajadores y personas desocupadas que se acoplen a su tiempos libres.
- *Intereses:* Hombres y Mujeres que deseen mejorar la salud y la imagen de sí misma.

2.2.5 FUERZAS DE MICHAEL E. PORTER

GRAFICO N°3



✓ Grado de rivalidad entre los competidores Indirecto actuales.

La rivalidad entre competidores indirectos actuales es alta, porque tenemos la recopilación de varios servicios; es decir que poseemos hasta cuatro servicios en un mismo establecimiento. La amenaza se centraría en que nuestros competidores indirectos bajen los precios de su servicio y puede provocar que los consumidores se inclinen por estos servicios y rechacen el nuestro. Planeamos ingresar a este sector de fácil crecimiento gracias a que nuestro servicio ahorrara dinero y tiempo a los Guayaquileños. Nuestra aspiración es que nuestros potenciales clientes sepan apreciar la calidad de los servicios.

✓ **Competidores potenciales indirectos**

Los competidores potenciales hoy en día cuidan su sector ó espacio local, por ejemplo: El GOLD GYM busco punto estratégico de ubicación para captar los clientes de ese nicho de mercado (clase media-alta y alta).

✓ **Amenaza de los servicios televisivos sustitutos**

La amenaza de los servicios televisivos sustitutos es débil, debido que en este mercado existe solo están las amas de casa de clase baja hasta la media alta. Nuestro negocio compite en un sentido general con empresas que ofrece una ida innovadora.

✓ **Poder de negociación de los proveedores**

En cuanto al poder de los proveedores es viable, debido a la gran oferta de productos y accesorio que se encuentra en el mercado. En general el precio se mantendrá estable aunque puedan existir restricciones o subir de precio a corto o mediano plazo por su composición y su utilización variada.

✓ **Poder de los compradores**

El poder de los compradores del servicio es fuerte, debido a que existen en el mercado otros ofertantes indirectos que satisfacen la misma necesidad mediante el cual podemos escoger entre ellos, lo cual hay una pequeña limitación en la fijación de nuestros precios.

2.2.6 Marketing Mix

Producto._ El Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación, es un servicio de calidad, el servicio va ser controlado, para que se cumplan objetivos de nuestros clientes, que es lo que se va a crear el compromiso cliente-empresa, además que esto va a generar nuevos clientes que deseen llevar un estilo de vida saludable.

Tiene una infraestructura adecuada para cada uno de los servicios dentro del establecimiento.

Las maquinas y productos presentaran estándares de alta calidad para satisfacer.

Precio._ Nuestro objetivo al fijar el precio en el Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación, es la maximización de participación de mercado; fijación de precio de penetración. Luego de realizar la investigación de mercado concluimos que éste es sensible al precio y a la vez es una buena estrategia para desalentar a la competencia real y potencial, debido a que no tenemos una competencia directa nuestro producto tiene un precio que para el segmento al que lo dirigimos es apropiado por las características del producto.

La mayoría de los encuestados están dispuestos a pagar \$50 y \$60 al mes

Plaza._ El Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación, estará ubicada en un punto estratégico del sector comercial, cumpliendo con todos los requisitos pertinentes y las normas de calidad que exige el mercado nacional e internacional. Nuestra empresa estará localizada en la zona aledaña a la 9 de octubre.

Promoción._ el objetivo de la promoción es informar al mercado de nuestros servicios y beneficios. Y captar nuevos clientes. Para lograr estos objetivos utilizamos diversos medios:

- ✓ Repartiremos hojas volantes informativas dentro del sector.
- ✓ Haremos promociones de dos por uno y/o descuentos por traer un amigo en meses de temporada bajas.
- ✓ Por pagos adelantados por ejemplo: Trimestral obtendrá un descuento del 10% en el valor total, Semestral 15% y Anual 25%, incentivando el pronto pago.
- ✓ Haremos convenios con empresa a fin de captar clientes a más de cómo son los empleados de empresa cercanas: Entes Bancarios, De Prati; Mi Comisariato, entre otras.

Ofreciendo un cobro por rol de pagos y descuentos hasta de un 5%.
- ✓ Se darán obsequio como: camisetas, gorras, toallas con el nombre de la empresa a nuestros mejores clientes.
- ✓ Se puede tener un sistema de acumulación de puntos.
- ✓ Se va aplicar una reducción de tarifa en el horario de 12:00 a 15:00
- ✓ Se realizará cuñas publicitarias en las radios más comunes de la ciudad dando a conocer los servicios que prestamo.

2.3 Estudio Técnico

2.3.1 Distribución del Edificio

El Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación se establecerá en un alquiler sobre una extensión de 240 metros cuadrados y tendrá 600 metros de construcción conformada en 2 pisos, siendo áreas de extensión más idónea para este tipo de actividades. El centro contará con una planta baja donde se encontrará la recepción y el restaurante nutricional; la primera planta donde estará el gimnasio (pesas) y las pistas para baile terapia y aeróbic; en la segunda planta alta se encontrará la administración, asesoría nutricional y la sala de tratamientos faciales y corporales (Spa). Se estima que esta infraestructura tendrá una capacidad de 120 personas.

Se ha considerado que esta extensión es la necesaria para ofrecer los diferentes servicios que brinda el centro, además que el lugar donde los clientes van a desarrollar las diferentes actividades tenga el área necesaria para la comodidad y satisfacción de los mismos.

TABLA N°1

SERVICIOS A PRESTAR	DIMENSIONES
1. ADMINISTRACIÓN Oficina Baño	30.00 m2
2. RECEPCIÓN	15.00 m2
3. PISTA DE BAILO TERAPIA Y AEROBIC	105.00m2
4. RESTAURANTE NUTRICIONAL Área cubierta para 50 personas Cocina amplia Despensa Baños	215.00m2
5. GINNASIO Baños y vestidores Área de pesas Bar Área de descanso Casilleros	105.00m2
6. Tratamientos Faciales y Corporales -Saunas -Duchas	195.00m2
7. ASESORIA NUTRICIONAL	8.00m2

Elaborado por los autores

TABLA N°2

Activos Fijos

Alquiler
Equipos de Oficina
Equipos de Computación
Maquinas y Equipos
Muebles y Enseres

Elaborado por los autores

2.3.2 Recursos Humanos

En el Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación se estima que laborarán 24 personas capacitadas en sus respectivas áreas.

El recurso humano del centro está dividido en las siguientes áreas:

- ✓ Administrativo: 4 personas
- ✓ Restaurante: 4 personas
- ✓ Bailo Terapia y Aerobic: 3 personas
- ✓ Gimnasio: 3 personas
- ✓ Tratamiento Corporal y Facial: 2 personas
- ✓ Asesora Nutricional: 1 personas
- ✓ Recepcionista: 1 personas
- ✓ Guardia de seguridad 2 personas
- ✓ Mantenimiento 2 personas

El centro contará también con trabajadores eventuales, los cuales son contratados cuando la demanda de los servicios que presta crezca y se requiera de más mano de obra calificada.

2.3.3 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

Luego de la recolección de los datos y la tabulación respectiva de los mismos, realizamos un conteo que será presentado en manera de porcentaje; además se han realizado los cruces respectivos con el que pudimos obtener un análisis más exhaustivos del mercado en el que se desenvolverá el Centro de Cuidado de Imagen y Salud Corporal.

La encuesta se realizó a 100 personas de la ciudad de Guayaquil del nivel socio-económico alto, medio alto y alto comprendido entre las edades de 18 a 50 años.

La pregunta 1 que indaga cuál era el lugar que ellos asistían para mejorar su imagen, se obtuvo que el 45.0% asiste al gimnasio, el 17% a restaurantes Nutricional, a centros para realizar tratamientos facial y corporal el 26.0% y a ningún lugar 12,0%.

TABLA N° 3

RESULTADO DE LUGARES QUE ASISTE PARA MEJORAR

IMAGEN

Restaurante Nutricional	17,00%
Ningún Lugar	12,00%
T. Spa	26,00%
Gimnasio	45,00%

Elaborado por los autores

En la pregunta 2 se obtuvo de las personas encuestadas que asisten:

Al gimnasio lo realizan: diariamente un 25%; un 26% tres veces a la semana, una vez a la semana 14%, una vez al mes el 8% y rara vez 27%.

TABLA N° 4

FRECUENCIA DE ASISTENCIA A GIMNASIO

Rara vez	27%
3 vez semana	26%
Diariamente	25%
1 vez semana	14%
1 vez mes	8%

Elaborado por los autores

Las que asisten al restaurante nutricional lo realizan: diariamente un 16%; un 32% tres veces a la semana, una vez a la semana 2%, una vez al mes 1% y rara vez 49%.

TABLA N° 5

FRECUENCIA DE ASISTENCIA A RESTAURANTE

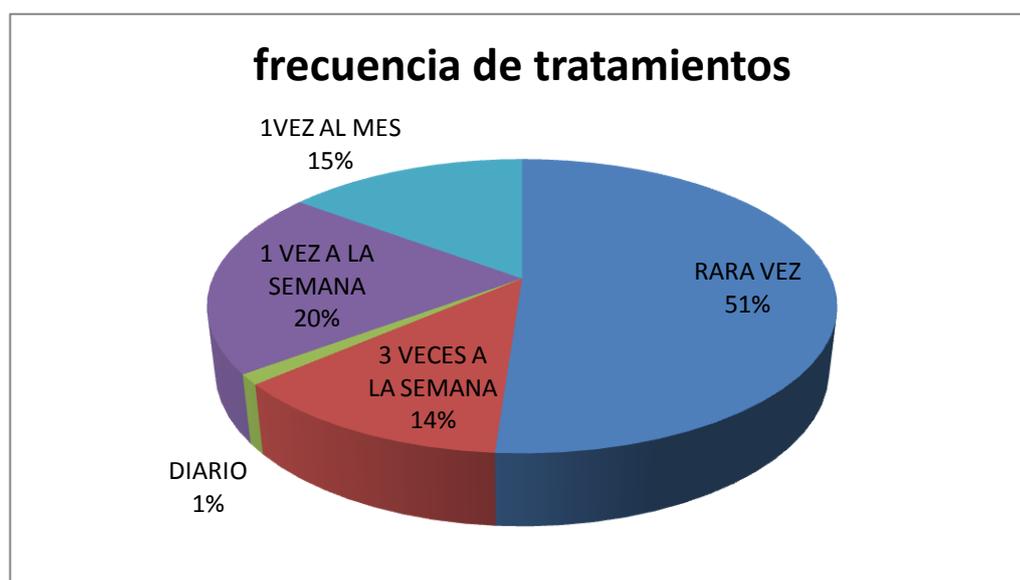
Rara vez	49%
3 vez semana	32%
Diariamente	16%
1 vez semana	2%
1 vez mes	1%

Elaborado por los autores

En cuanto a las personas que asisten a centros que realizan tratamientos Spa van: el 2.3% tres veces a la semana, y un 2.5% una vez a la semana, 8% y 26% una vez al mes y rara vez respectivamente.

GRÁFICO N° 4

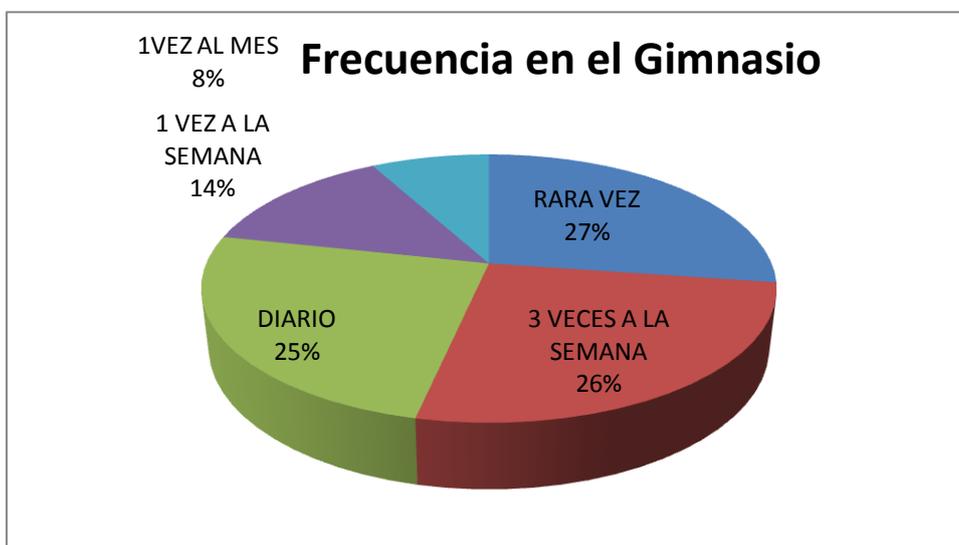
FRECUENCIA DE ASISTENCIA A TRATAMIENTOS



Elaborado por los autores

GRÁFICO N° 5

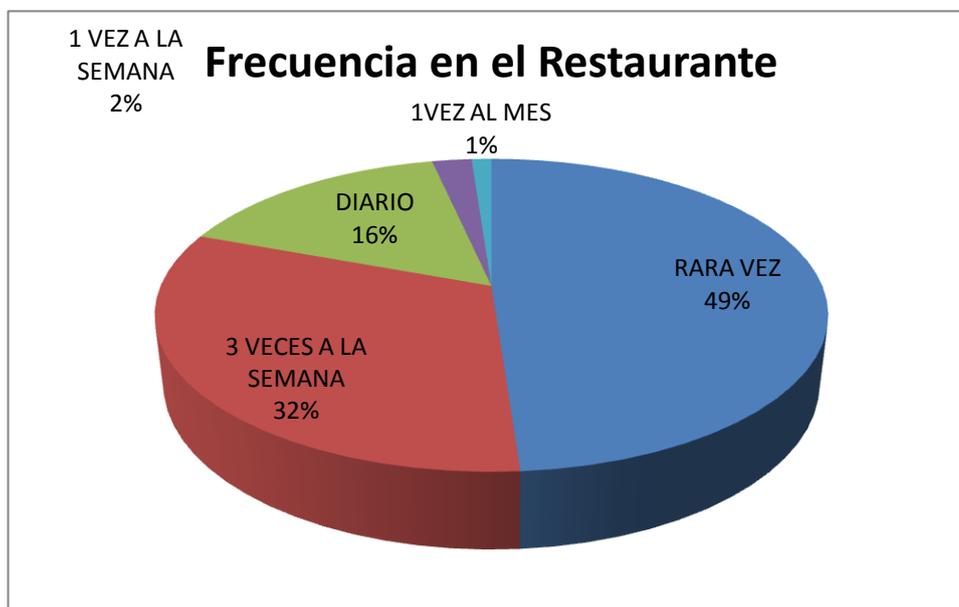
FRECUENCIA DE ASISTENCIA A GIMNASIO



Elaborado por los autores

GRÁFICO N° 6

FRECUENCIA DE ASISTENCIA A RESTAURANTE NUTRICIONAL



Elaborado por los autores

En la pregunta 3 se encontró los motivos por los que no asisten o han dejado de asistir a estos lugares el 47.3% por falta de tiempo, 14.8% por rutinas monótonas, un 7% por ser mixto e infraestructura inadecuada, el 3% por mal olor y no le interesa con un 13%.

TABLA N° 6

MOTIVOS DE NO ASISTENCIA

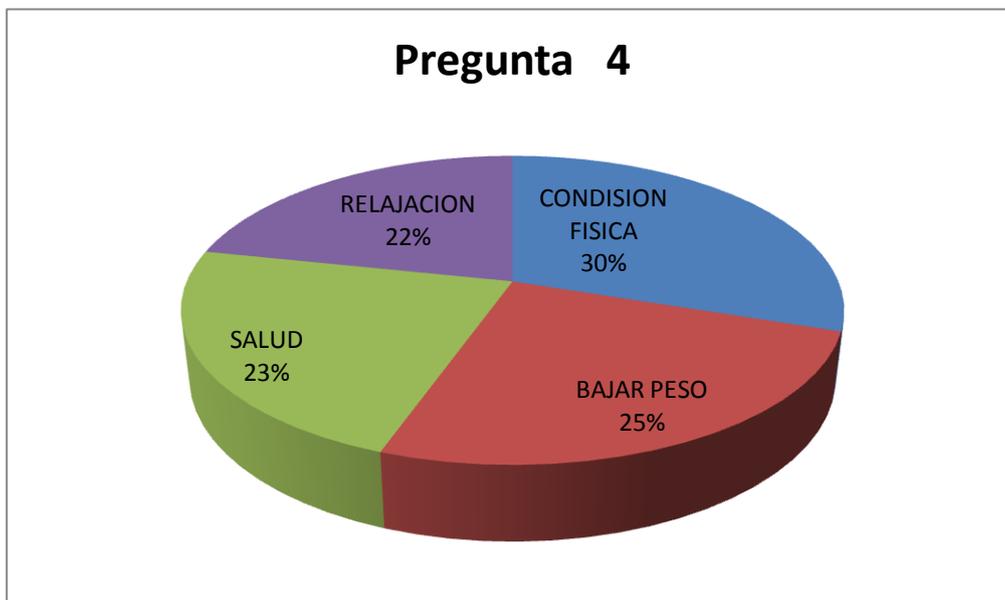
Falta de Tiempo	49%
Rutinas Monótonas	15%
No le interesa	17%
Ser Mixto	6%
Infraestructura no adecuada	8%
Mal olor	5%

Elaborado por los autores

En la pregunta 4 se obtuvo como resultado el principal factor de asistencia a estos lugares; el 30% asiste por mantener su condición física, un 25% por reducción de peso, el 23% por salud y un 22% para relajarse.

GRÁFICO N° 7

MOTIVOS POR LOS QUE ASISTE A CENTROS DE IMAGEN

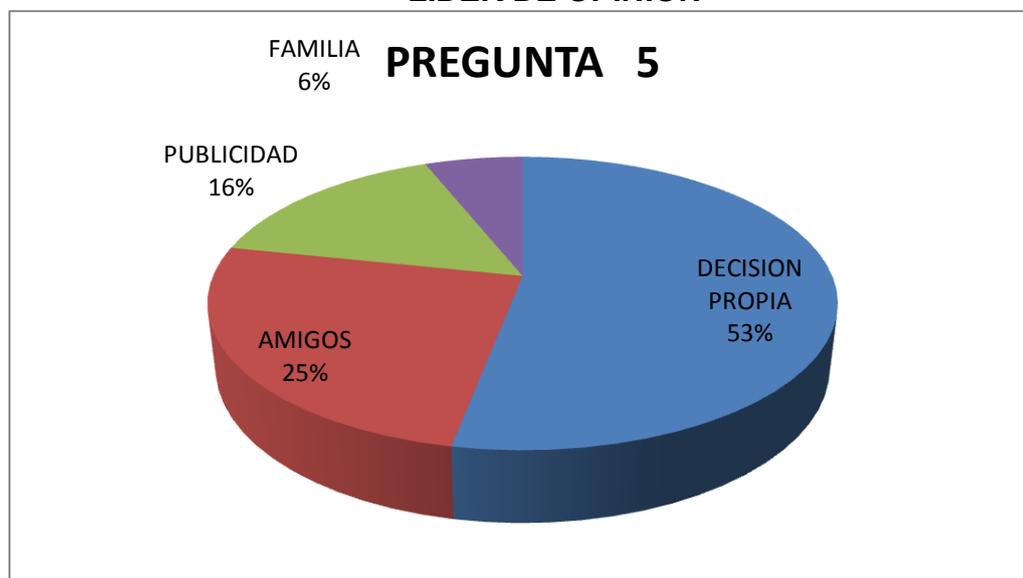


Elaborado por los autores

En la pregunta 5 entre las personas encuestadas se obtuvo que deciden ir a estos lugares a través de la opinión de familiares un 6%, amigos un 25%, publicidad 16% y por su propia decisión un 53%.

GRÁFICO N °8

LÍDER DE OPINIÓN

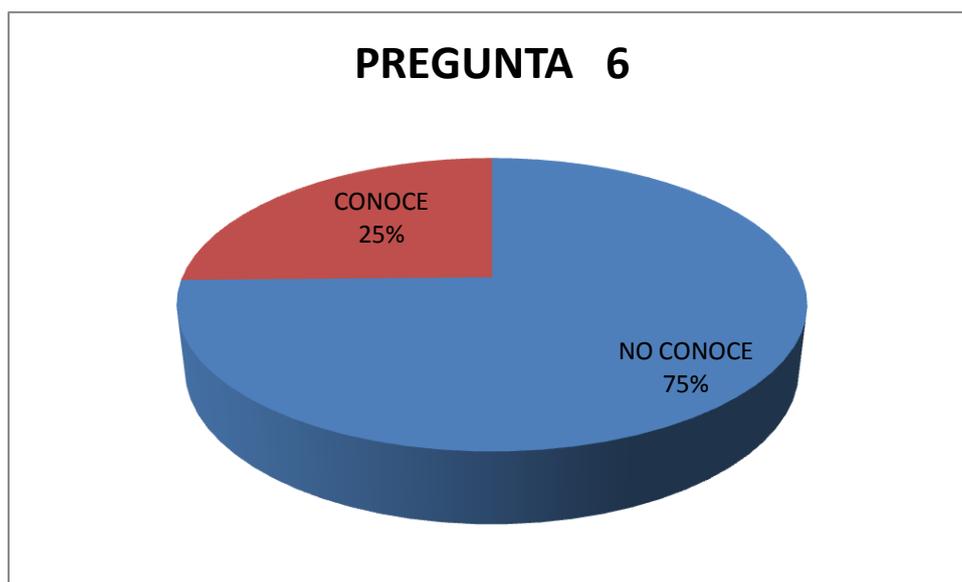


Elaborado por los autores

La pregunta 6 un 75% no tenía conocimiento acerca de la nueva técnica “Bailo Terapia” que se quiere implantar.

GRÁFICO N° 9

CONOCE ACERCA DE LA TÉCNICA BAILO TERAPIA

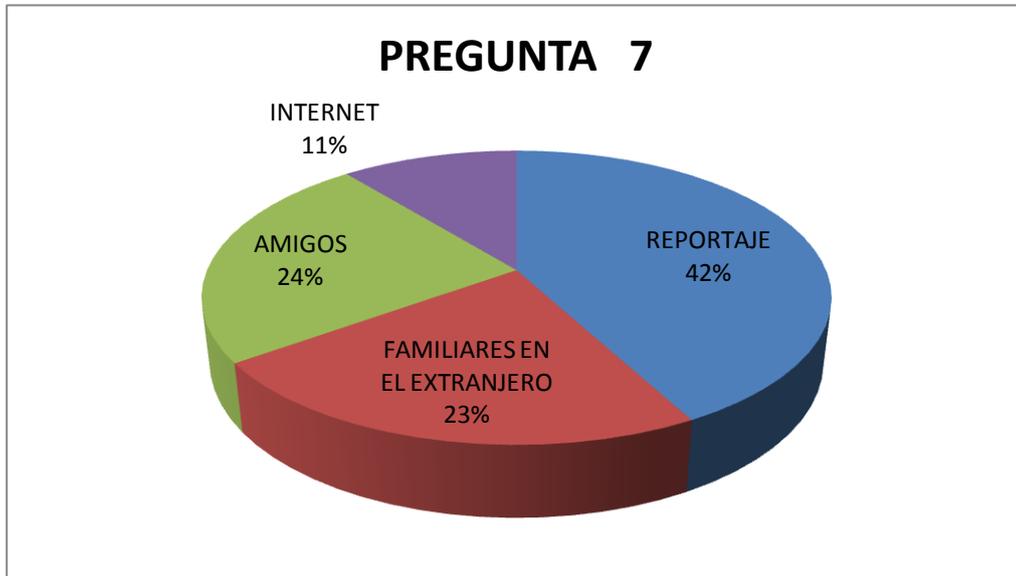


Elaborado por los autores

En la pregunta 7 del 25.5% de las personas que contestaron que si conocían la técnica, estaban al tanto por medio de reportajes un 42%, Amigos y familiares en el extranjero 23% y 22% respectivamente y a través del Internet 13%.

GRÁFICO 10

MEDIOS POR LOS QUE CONOCE LA TÉCNICA

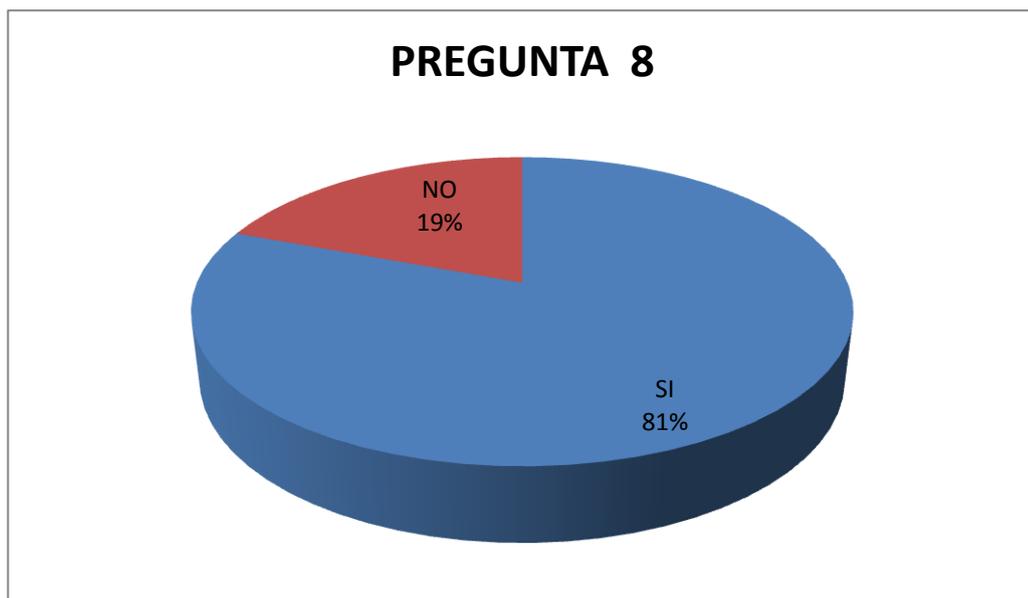


Elaborado por los autores

En la pregunta 8 se obtuvo como resultado que las personas encuestadas estarían dispuestas a practicar la técnica Bailo Terapia con un 81% de aceptación.

GRÁFICO N° 11

PRACTICARÍA LA NUEVA TÉCNICA

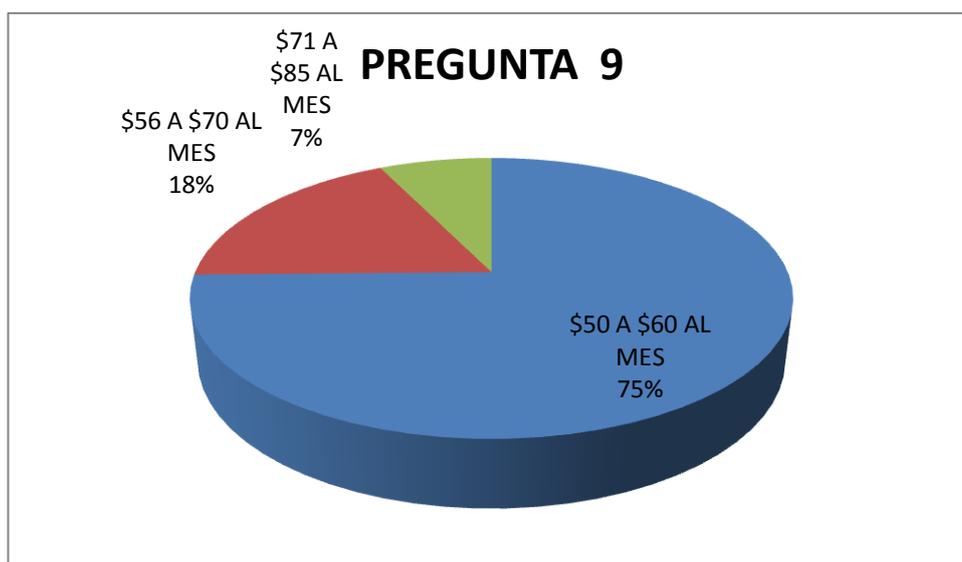


Elaborado por los autores

En la pregunta 9 entre personas que aceptaron realizar la técnica estarían dispuestos a pagar entre 40 a 55 dólares al mes un 75%, un 18% entre 56 a 70 dólares y entre 71 a 85 dólares un 7%.

GRÁFICO N° 12

PRECIO A CANCELAR



Elaborado por los autores

En la pregunta 10 el 87% de las personas encuestadas asistirían a un Centro de Cuidado de Imagen y Salud Corporal en el que brinden todos los servicios antes mencionados.

GRÁFICO N ° 13

ASISTENCIA AL NUEVO CENTRO

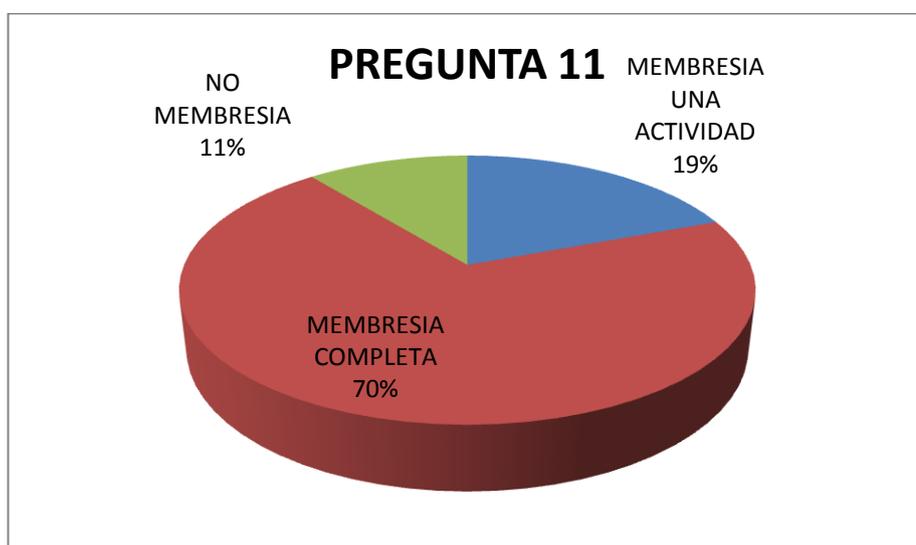


Elaborado por los autores

En la pregunta 11 de un 100% de encuestados el 87% que les interesa asistir a un centro integrado, el 70% está dispuesto adquirir membresía completa, 19% membresía de una actividad y un 11% no le gustaría adquirir membresía.

GRÁFICO N ° 14

MEMBRESÍA



Elaborado por los autores

CAPITULO III

3.1 INVERSION

A continuación se detalla la inversión que se requiera para el desarrollo de este proyecto, se estima una inversión total de USD \$ 65.480,00. (Desglose en ANEXO N°1, TABLA N°16)

Que se compone de las siguientes partes:

TABLA N°7

INVERSIONES	
INVERSION ADECUACIONES	14.100
INVERSION ADMINISTRACION	10.470
INVERSION RESTAURANTE NUTRICIONAL	10.250
INVERSION GIMNASIO	18.280
INVERSION TRATAMIENTO F y C	1.180
INVERSION AEROBIC Y BAILOTERAPIA	8.950
INVERSION ASISTENCIA MEDICA	2.250
TOTAL INVERSION	\$ 65.480

Elaborado por los autores

3.1.1 GASTOS DE OPERACIÓN

Se consideran todos los gastos para el primer mes de funcionamiento. (Desglose en ANEXO N°2, TABLA N°17)

TABLA N°8

GASTOS	
GASTOS POR CONSTITUCION	\$335,50
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	\$668
TOTAL DE GASTOS	\$1.003,50

Elaborado por los autores

3.1.2 DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

3.1.2.1 DEPRECIACION._ Los activos se los depreció mediante el método de línea recta. (Desglose en ANEXO N°3, TABLA N°18)

3.1.2.2 AMORTIZACION._ La inversión inicial de la del Centro Integrado es de \$69,730.00, la cual será financiada 20% capital propio y 80% mediante un préstamo un Banco local a 5 años a una tasa del 10% anual. (Desglose en ANEXO N°4, TABLA N°19)

3.2 INGRESOS

3.2.1 DETERMINACION DE LA DEMANDA

La Demanda Total del Mercado de un servicio o un producto es e volumen total que compraría un grupo definido de consumidores, en un lapso definido, en un entorno de mercadotecnia definido.

El Método utilizado para nuestro estudio de determinación de la demanda del Centro Integrado es el de Tasa en Cadena. Con dicho método, el analista multiplica un número básico por una cadena de porcentajes ajustados. (Desglose en ANEXO N°5, TABLA N°20)

3.2.1.1 DEMANDA POTENCIAL

Debemos tener en cuenta que nuestro mercado objetivo es la población económicamente activa que pertenezca al rango de edad entre 18 y 50 años

Donde tenemos los siguientes datos:

Nivel socioeconómico: Medio, Medio-alto y Alto (targets)

3.2.1.2 DEMANDA REAL

Una vez determinada la demanda potencial, debemos determinar la demanda real basándonos en nuestros resultados de la investigación de mercado, la cual nos indica que el total de encuestados, podemos inferir que el 45% de la población estaría dispuesto a asistir a las actividades del gimnasio; 55% actividades de bailoterapia y aeróbicos; 26% a tratamiento facial y corporal y un 17% está muy interesado en nuestro plan de restaurante nutricional.

La capacidad instalada para nuestro proyecto será de 120 personas.

De la demanda esperada necesitamos cubrir por lo menos el 2% en gimnasio, el 2% en bailoterapia y aeróbicos, el 2% en tratamiento facial y corporal y el 1.5% del restaurante nutricional.

3.3 INGRESOS DEL PROYECTO

El proyecto obtendrá ingresos por medio de la prestación de sus servicios, es decir, por medio del gimnasio, bailoterapia y aeróbicos, restaurante nutricional y los tratamientos faciales y corporales.

De acuerdo a la investigación que hemos realizado a competidores, se determinó que existen tres tipos de temporadas:

- Alta (Enero, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre)
- Normal (Febrero, Junio, Diciembre)
- Baja (Marzo, Abril, Mayo)

Estos datos incluyen los clientes con membresía y sin membresía
(Desglose en ANEXO N°6, TABLA N°21)

TABLA N°9

INGRESOS	
ENERO	19700
FEBRERO	16417
MARZO	13133
ABRIL	13133
MAYO	13133
JUNIO	16417
JULIO	19700
AGOSTO	19700
SEPTIEMBRE	19700
OCTUBRE	19700
NOVIEMBRE	19700
DICIEMBRE	16417
INGRESO ANUAL	\$206.851

Elaborado por los autores

3.3 COSTOS

Dentro de este rubro tenemos, costos fijos, costos variables, costos de administración, materiales directos y mano de obra indirecta, (Desglose en ANEXO N°7, TABLA N°22).

A continuación se presentará un resumen principal de los rubros de costo:

TABLA N°10

COSTOS		
	USD MENSUAL	USD ANUAL
Costos Fijos	6.050	72.600
Costos Variables	1.635	19.620
Costos de Administración	4.200	50.400
Materiales Directos	2.762	33.140
Mano de Obra Indirecta	575	6.900
TOTAL COSTOS	\$15.222	\$182.660

Elaborado por los autores

3.4 CAPITAL DE TRABAJO: DEFICIT MAXIMO ACUMULADO

Para encontrar el capital de trabajo se tomó en consideración los ingresos y egresos para todo un año.

TABLA N°11

DÉFICIT ACUMULADO MÁXIMO												
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	19700	16417	13133	13133	13133	16417	19700	19700	19700	19700	19700	16417
	15222	15222	15222	15222	15222	15222	15222	15222	15222	15222	15222	15222
Fijos	6050	6050	6050	6050	6050	6050	6050	6050	6050	6050	6050	6050
Variables	1635	1635	1635	1635	1635	1635	1635	1635	1635	1635	1635	1635
Administrativos	4200	4200	4200	4200	4200	4200	4200	4200	4200	4200	4200	4200
MD	2762	2762	2762	2762	2762	2762	2762	2762	2762	2762	2762	2762
Indirectos	575	575	575	575	575	575	575	575	575	575	575	575
	4478	1195	-2088	-2088	-2088	1195	4478	4478	4478	4478	4478	1195
	4478	5674	3585	1497	-591	604	5082	9561	14039	18518	22996	24191

Elaborado por los autores

3.5 ESTADO DE RESULTADOS

En este estado financiero se muestra las utilidades generadas en este proyecto durante el primer año, por motivo de los ingresos y gastos.

TABLA N°12

ESTADO DE RESULTADO	
(+)	Ingresos 206851
	Egresos
(-)	Fijos (72600)
(-)	Variables (19620)
(-)	Administrativos (50400)
(-)	MD (33140)
(-)	Indirectos (6900)
(-)	Depreciación (8438)
(=)	Utilidad Operativa 15753
(-)	Financieros (5573)
(=)	Utilidad antes Impuestos 10180
(-)	Participación Trabajadores (1527)
(=)	Utilidad Participación Trabajadores 8653
(-)	IR (2163)
(-)	Reserva Legal (865)
(=)	Utilidad Neta \$5625

Elaborado por los autores

3.6 TASA DE DESCUENTO

Para calcular nuestra tasa mínima requerida debemos encontrar el Ke. Utilizaremos el modelo CAPM incluyendo el riesgo país, este modelo nos presentara Ke interesante para el proyecto y la formula es:

$$R_i = R_f + \beta (R_m + R_f) + R_p$$

Rf=Tasa de rentabilidad libre de riesgo (234 puntos)

β = parámetro de elasticidad con respecto a variaciones del mercado (1.44)

Rm= es la tasa de rentabilidad del mercado (12%)

Rp= riesgo país (806 puntos)

TABLA N°13

TASA DESCUENTO	
Re	24%
Rp	8%
Rd	10%
Rm	12%
Rf	2%
Beta	1,44
L = (D/V)	80%
CCPP	10,88%

Elaborado por los autores

(ANEXO 9, comprobación de datos)

3.7 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

Con la información obtenida a lo largo de los anteriores capítulos del proyecto de inversión, ya es posible generar el flujo de caja proyectado a 5 años.

TABLA N°14

FLUJO DE CAJA						
	HORIZONTE DE PLANEACIÓN					
	0	1	2	3	4	5
(+) Ingresos		\$ 206.851	\$ 213.056	\$ 219.448	\$ 226.031	\$ 232.812
Egresos						
(-) Fijos		(\$ 72.600)	(\$ 73.689)	(\$ 74.794)	(\$ 75.916)	(\$ 77.055)
(-) Variables		(\$ 19.620)	(\$ 20.405)	(\$ 21.221)	(\$ 22.070)	(\$ 22.953)
(-) Administrativos		(\$ 50.400)	(\$ 51.156)	(\$ 51.923)	(\$ 52.702)	(\$ 53.493)
(-) MD		(\$ 33.140)	(\$ 34.465)	(\$ 35.844)	(\$ 37.277)	(\$ 38.769)
(-) Indirectos		(\$ 6.900)	(\$ 7.004)	(\$ 7.109)	(\$ 7.215)	(\$ 7.323)
(-) Depreciación		(\$ 8.438)	(\$ 8.438)	(\$ 8.438)	(\$ 8.438)	(\$ 8.438)
(=) Utilidad Operativa		\$ 15.753	\$ 17.900	\$ 20.119	\$ 22.413	\$ 24.782
(-) Financieros		(\$ 5.573)	(\$ 4.660)	(\$ 3.656)	(\$ 2.551)	(\$ 1.336)
(=) Utilidad antes Impuestos		\$ 10.180	\$ 13.240	\$ 16.463	\$ 19.861	\$ 23.446
(-) Participación Trabajadores		(\$ 1.527)	(\$ 1.986)	(\$ 2.469)	(\$ 2.979)	(\$ 3.517)
(=) Utilidad Participación Trabajadores		\$ 8.653	\$ 11.254	\$ 13.994	\$ 16.882	\$ 19.929
(-) IR		(\$ 2.163)	(\$ 2.813)	(\$ 3.498)	(\$ 4.221)	(\$ 4.982)
(-) Reserva Legal		(\$ 865)	(\$ 1.125)	(\$ 1.399)	(\$ 1.688)	(\$ 1.993)
(=) Utilidad Neta		\$ 5.625	\$ 7.315	\$ 9.096	\$ 10.973	\$ 12.954
(+) Depreciación		\$ 8.438	\$ 8.438	\$ 8.438	\$ 8.438	\$ 8.438
(-) Amortización de la Deuda		(\$ 9.128)	(\$ 10.041)	(\$ 11.045)	(\$ 12.150)	(\$ 13.365)
(+) Valor Salvamento						\$ 14.743
(-) Inversión	(\$ 69.139)	\$ 0	\$ 0	\$ 5.752	\$ 0	\$ 0
Capital de Trabajo	(\$ 591)					\$ 591
Préstamo	\$ 55.730					
(=) FLUJO DE CAJA	(\$ 14.000)	\$ 4.934	\$ 5.712	\$ 736	\$ 7.261	\$ 23.361
VNA	\$ 14.383					
TIR	36,47%					

Elaborado por los autores

3.8 TIR

Es la tasa de descuento que obliga al Valor Presente de los flujos futuros de un proyecto a igualar su Costo Inicial. La tasa calculada se comparará con la tasa estimada requerida por los inversionistas, en nuestro caso esta tasa fue estimada tomando en consideración el Costo Ponderado de Capital de la Inversión Privada y la Inversión Financiada, ya que la compañía cuenta con un préstamo de \$55.730 Basados en los flujos del proyecto utilizados anteriormente se obtuvo como resultado una tasa del 36,47% la cual comparada con el Costo Ponderado de Capital 10.88% nos permite concluir que el proyecto es económicamente rentable.(detalles en TABLA N°14)

3.9 VAN

El VAN es un método utilizado para evaluar las propuestas de las inversiones de capital mediante la determinación del Valor Presente de los Flujos Futuros de Efectivo descontado a la tasa de descuento exigida por la empresa. En nuestro caso esta tasa es el Costo Ponderado de Capital del 10.88%, ya que se toma en consideración tanto el rendimiento del inversionista como la deuda.

El VAN obtenido fue US \$14.383, este resultado indica que el proyecto se evalúa positivamente al ser mayor que cero y por lo tanto se considera rentable. (Detalles en TABLA N°14)

3.10 PAY BACK

La recuperación de la inversión para el Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación en la Ciudad de Guayaquil en el quinto año de funcionamiento.

CUADRO N°15

PAY BACK				
PERIODO	SALDO INVERSIÓN	FLUJO DE CAJA	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACIÓN INVERSIÓN
1	14000	4934	1523	3412
2	10588	5712	1151	4560
3	6028	736	656	81
4	5948	7261	647	6614
5	(667)	23361	(73)	23434

Elaborado por los autores

3.11 ANALISIS DE SENSIBILIDAD UNI-VARIABLE

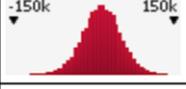
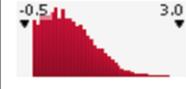
Para el análisis de sensibilidad se ha realizado una simulación con el programa @RISK y se ha considerado una variación del 10% en cada una de las variables determinantes de la viabilidad del proyecto. Estas son:

Una vez realizada la simulación, se obtuvo una probabilidad del 66.9% de que el Valor Actual Neto sea mayor a cero, con 10.000 de iteraciones se puede obtener los siguientes datos:

GRAFICO N°15

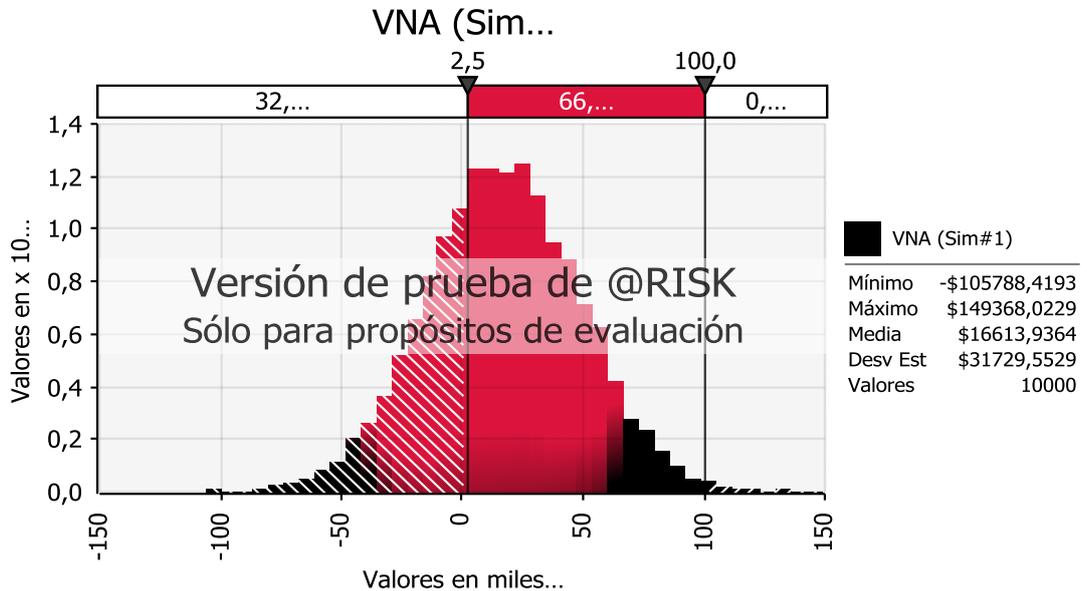
ANALISIS DE ESCENARIOS

Resultados de Simulación Aplicando @risk

Variable	Gráfico	Escenarios		
		Pesimista	Mas Probable	Optimista
Utilidad Promedio		\$ -25,895.11	\$ 6,380.04	\$ 36,870.96
Valor Actual Neto (VAN)		\$ -109,607.50	\$ 16,621.04	\$ 129,807.70
Tasa Interna de Retorno (TIR)		-16.56%	59.07%	270.96%

En la cual se vincula con sub variables para analizar la sensibilidad de cada una de ellas: Gimnasio, bailoterapia, tratamientos, membresías, restaurante nutricional, crecimiento de participación de mercado, población económicamente activa, ingresos. (Se detalla la TIR en el ANEXO N°8, GRAFICO N°12)

GRAFICO N°16

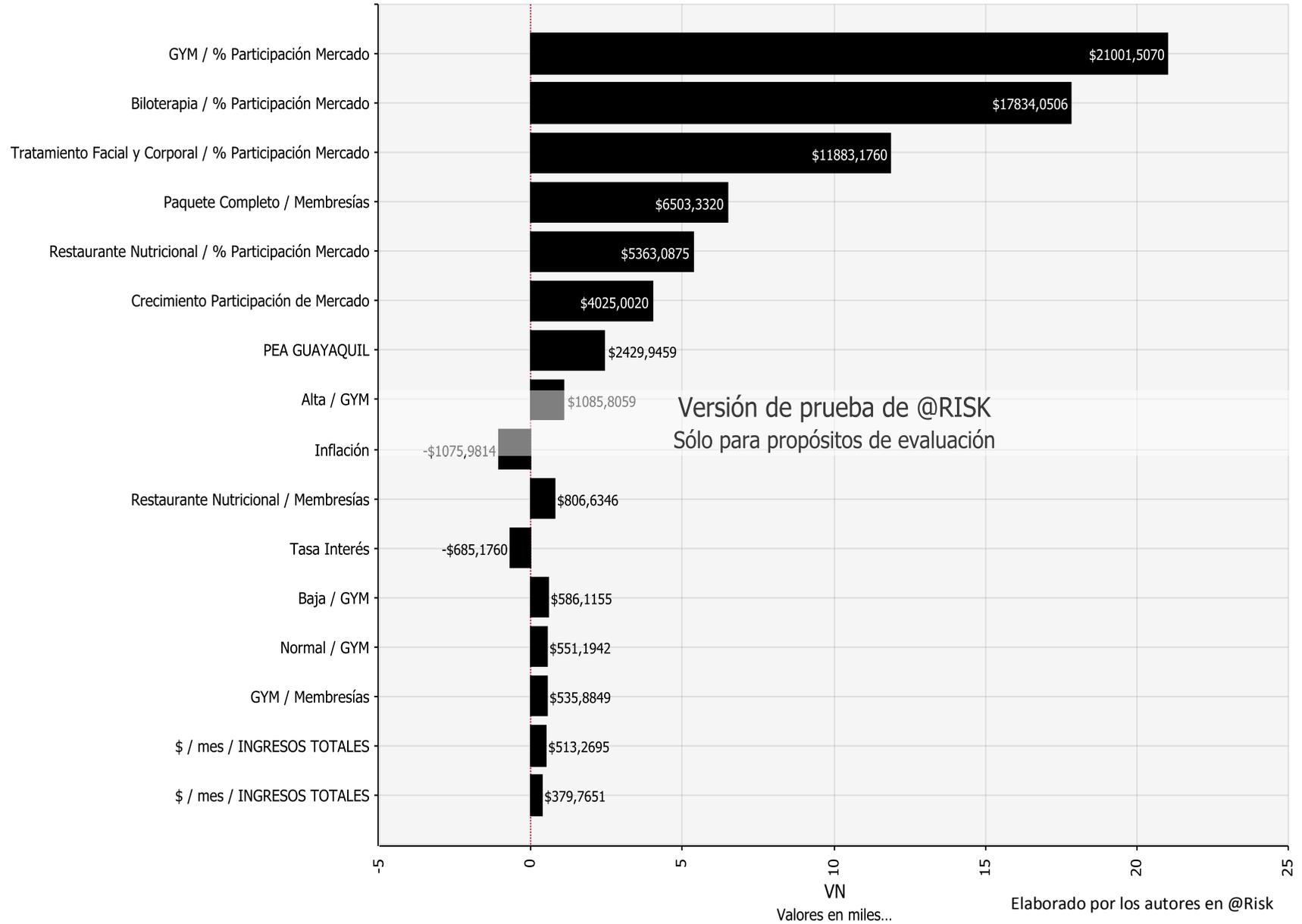


Según el análisis de sensibilidad se puede determinar que lo que más influye es la participación de Mercado del centro integrado en lo que respecta a GYM, Bailoterapia, y los tratamientos faciales, adicionalmente la variable obtención de membresías que obtengan los miembros, la correlación de las variables antes mencionadas con respecto al Valor Actual Neto de centro integrado es de 0.65, 0.55, 0.35 y 0.20 respectivamente, es decir están fuertemente relacionadas de manera positiva, dado este análisis se puede determinar que estas variables son a las que se debe prestar mayor atención.

Esto no significa que los otros las demás variables involucradas en el centro integrado sean menos importantes, todas las variables de negocio son importantes para el centro integrado sólo que así se determina el grado de atención que se debe prestar a cada unidad de negocio con que cuenta el proyecto.

GRAFICO N°17

VNA (Sim...
Regresión - Valores mapea...



CONCLUSIONES

El Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación en la Ciudad de Guayaquil, es una empresa dirigida exclusivamente para hombres y mujeres que busca ofrecer en estos tiempos modernos un servicio que busca satisfacer las necesidades de relajación que cada vez son mayores debido al estrés ocasionado por las abundantes obligaciones y responsabilidades laborales. El valor de la creación de este proyecto es que no existe un lugar similar que proporcione todas las características que comprenden las variedades de servicio a proponer.

Según el estudio de mercado, se proyecta un futuro exitoso para el proyecto puesto que los resultados que arrojaron las encuestas realizadas demuestran que las personas de nivel alto y medio alto, al cual estamos dirigidos si están dispuestos a acudir a nuestro Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación en la Ciudad de Guayaquil, e incluso a la adquisición de una membresía que en algunos establecimiento no proporcionan. Claramente notamos la aceptación del mercado por nuestra empresa.

En la actualidad no existe un Centro similar al nuestro que tengan la característica de tener todos los servicios para el cuidado de la imagen y la salud. Ese es el valor agregado de nuestro proyecto.

Como hemos visto y analizado la localización y tamaño del proyecto, que determinamos para nuestro Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación en la Ciudad de Guayaquil posee ventajas para operar dentro del mercado escogido, lo cual

ayudará a la excelente participación del Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación en la Ciudad de Guayaquil, específicamente en el casco comercial de la 9 de octubre.

La inversión inicial del proyecto será de \$69,730.00 la cual será financiada 20% capital propio y el 80% restante mediante un préstamo de un Banco local a 5 años a una tasa del 10% anual.

El VAN resultante del proyecto es mayor a cero e igual a 14,330.00 y la TIR es de 36.47%, la cual es mayor que la TMAR de 10.88%. Con estos resultados se puede demostrar que el proyecto tiene una excelente viabilidad económica y financiera.

Análisis de Sensibilidad

La rentabilidad obtenida de luego realizado los flujos muestra un beneficio realmente importante, lo que manifiesta que bajo los supuestos aquí planteados (hechos en base a estudio de mercado, información diversa recopilada, y en algunos casos criterios subjetivos de los autores del presente estudio) se alcanzará aproximadamente en el escenario más probable un retorno sobre la inversión del 59% considerando un horizonte del planeación de 5 años.

RECOMENDACIONES

Para llevar a cabo el proyecto de creación del Centro Integrado de Cuidado de Imagen, Salud Corporal y Relajación en la Ciudad de Guayaquil, se requiere realizar todos los trámites legales necesarios para que la empresa pueda desenvolverse en un ambiente de transparencia.

Los ingresos y egresos del proyecto son estimados, lo que implica que una vez puesto en marcha el proyecto, estos valores pueden variar debido a externalidades ajenas a la empresa.

Se recomienda seguir fuertemente las indicaciones que presenta este informe sin acogerse a él de manera exacta para la toma de decisiones gerenciales, de marketing y financieras, debido a que este se hizo sólo para la ciudad de Guayaquil.

Se deberá realizar un enfoque hacia los grupos antes mencionados para lograr la aceptación de mercado que se espera y lograr mantener el objetivo de ingresar al mercado y obtener las mejores rentabilidades esperadas.

BIBLIOGRAFÍA

- Jacques Lombis Juan (1998): **Marketing Estratégico**, Colombia,
- Mack Graw Hill, Tercera Edición.
- Kinneer – Taylor (1998): **Investigación de Mercado**, Colombia,
- Mack Graw Hill, Quinta Edición.
- Kotler Phillip (2001): **Dirección de Marketing**, México, Prentice
- Hall, Edición del Milenio.
- Sapag Chain N. (2000): **Preparación y Evaluación de Proyectos**,
- Chile, Mack Graw Hill, Cuarta Edición.
- Stanton-Etzel-Walker (1999): **Fundamentos del Marketing**, México,
- Prentice Hall, Undécima Edición.
- Van Horne (1998): **Administración Financiera**, México, Prentice
 - Hall Décima Edición.
- Páginas de internet: google, banco central, yahoo finance, reserva referal de los Estados Unidos.
- Fuente: RF (http://www.portfoliopersonal.com/Tasa_Interes/hTB_TIR.asp)
- Beta : <http://finance.yahoo.com/q/ks?s=FIT>
- Rp: http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais

ANEXOS

ANEXO 1

TABLA N°16

CALENDARIO DE INVERSIONES

			Años					
			0	1	2	3	4	5
ACTIVOS FIJOS	Equipos de Oficina	Aire acondicionado	643,775	0	0	0	0	0
		Teléfonos	135	0	0	135	0	0
		Equipo de sonido	420	0	0	420	0	0
		Caja registradora	304,985	0	0	0	0	0
	Equipos de Computación	Computadoras	1650	0	0	1650	0	0
		Impresoras	300	0	0	300	0	0
	Muebles y Enseres	Archivador	1200	0	0	0	0	0
		Escritorios	300	0	0	0	0	0
		Escritorio recepción	420	0	0	0	0	0
		Sillas de oficina	880	0	0	0	0	0
	Otros gastos	Línea telefónica	316	0	0	0	0	0
		Máquina Control Asistencia	3220	0	0	0	0	0
		Licencias de software	480	0	0	480	0	0
			Internet	200	0	0	0	0
	RESTAURANT	Máquinas y equipos	Cocina Industrial de 6 hornillas	485,203	0	0	0	0
Extractor de aire			634,923	0	0	0	0	0
Centros de mesas			28,9699	0	0	29	0	0
Olla de presión 7 pies			93,3711	0	0	93	0	0
Sartenes 12 pulgadas			55,4518	0	0	55	0	0
Olla con tapa 12 litros			46,1417	0	0	46	0	0
Ensaladeras			32,1888	0	0	32	0	0
Salseras y pimienta			39,55	0	0	40	0	0
Seleccionadores de vegetales			43,9445	0	0	44	0	0
Procesador de alimentos			16,7382	0	0	17	0	0
Pesa de cocina			3,29584	0	0	3	0	0
Gratinadores			18,0218	0	0	18	0	0
Cortador			5,26792	0	0	5	0	0
Porta cubiertos			16,4969	0	0	16	0	0
Tablas de picar			15,3806	0	0	15	0	0
Cucharón			10,6223	0	0	11	0	0
Tenedores grandes			5,79398	0	0	6	0	0
Tostadora			56,3303	0	0	56	0	0
Exprimidor			44,0986	0	0	44	0	0
Abre lata			24,9533	0	0	25	0	0
Batidora			109,517	0	0	110	0	0
Microonda			360,437	0	0	360	0	0
Cortador de huevo			2,21807	0	0	2	0	0
Cedazos			9,70406	0	0	10	0	0
Juegos de cubiertos 12 personas			340,295	0	0	340	0	0
Juegos de vajillas de 5 personas			402,359	0	0	402	0	0
Ceniceros			36,6952	0	0	37	0	0
Hieleras			46,3518	0	0	46	0	0
Jarras de jugos			127,467	0	0	127	0	0
Reloj de pared			12,8755	0	0	13	0	0
Vasos			120,708	0	0	121	0	0
Tachos de basura grande			49,9066	0	0	50	0	0
Tachos de basura pequeños			6,11586	0	0	6	0	0

		Copas para el agua	83,1777	0	0	83	0	0
		Pelador de papas	8,31777	0	0	8	0	0
		Licadoras	160,944	0	0	161	0	0
		Congelador marca Faeda	747,056	0	0	0	0	0
		Cilindros de gas	23,0709	0	0	23	0	0
		Espátula de acero	1,9775	0	0	2	0	0
		Ablandador de carne de acero	4,02359	0	0	4	0	0
		Majador de carne de acero	2,63396	0	0	3	0	0
		Juego de cuchillo	14,5561	0	0	15	0	0
		Juego de rodillo	6,11586	0	0	6	0	0
		Exprimidor de limón	2,19722	0	0	2	0	0
		Charoles de servicio	23,1759	0	0	23	0	0
		Charoles de cubiertos	15,2492	0	0	15	0	0
		Paneras	5,27334	0	0	5	0	0
		Cafetera chica marca Regal	56,3303	0	0	56	0	0
	Muebles y enseres	Manteles para mesa	88,7228	0	0	89	0	0
		Sobre mantel	90,1091	0	0	90	0	0
		Mesas de 1*1	1770,38	0	0	0	0	0
		Sillas	2896,99	0	0	0	0	0
		Aire acondicionado	643,775	0	0	0	0	0
		Caja registradora	304,985	0	0	0	0	0
GIMNASIO	Máquinas y equipos	Trotadoras PRF C950	1526,25	0	0	0	0	0
		Bici-estática RONGRIP	2541,4	0	0	0	0	0
		Banco de ejercicios olímpica con	3250	0	0	0	0	0
		Banco de maquinas de poleas	2990	0	0	0	0	0
		Multi-ejercicios paralela	1285	0	0	0	0	0
		Banco de bíceps	765	0	0	0	0	0
		Banco de pantorrilla	939	0	0	0	0	0
		Multi-Gym	1401	0	0	0	0	0
		Pesas Marcy 200 libras	1008	0	0	0	0	0
		Mancuernas de 5 libras	52,4	0	0	0	0	0
		Mancuernas de 10	100	0	0	0	0	0
		Mancuernas de 20 libras	166,4	0	0	0	0	0
		Mancuernas de 25 libras	205,6	0	0	0	0	0
		ABC King Pro	600	0	0	0	0	0
		Pesas + barra 100 libras	900	0	0	0	0	0
		Set de 30 casilleros	550	0	0	0	0	0
SPA	Máquinas y equipos	Mesa de masaje	380	0	0	0	0	0
		Mesa de tratamiento	500	0	0	0	0	0
		Vitrinas	300	0	0	0	0	0
BAILOTERAPIA	Máquinas y equipos	Vitrina Congelador	950	0	0	0	0	0
		Equipo de Audio completo	1200	0	0	0	0	0
		Televisor LCD 32 pulgadas	4400	0	0	0	0	0
		Paneles y vidrios en Sala	2400	0	0	0	0	0
ASISTENCIA MEDICA	Máquinas y equipos	Maquina de Escaneo	500	0	0	0	0	0
		Mesa de Tratamiento	300	0	0	0	0	0
		Escritorio	450	0	0	0	0	0
		Accesorios Varios	1000	0	0	0	0	0
ADECUACIONES			14100					
		TOTAL	65480	0	0	5752	0	0

ANEXO N° 2

TABLA N°17

GASTOS DE CONSTITUCION	
DETALLE	Costo
Aprobación de denominación en la Superintendencia de Cía.	\$0,00
Escritura Pública de Constitución de Compañía	\$200,00
Aporte en número: apertura de Cuenta de Integración Capital en Banco (Capital mínimo US\$800, 25% al inicio)	\$200,00
Valuación de bienes muebles e inmuebles que se aportarán como Capital	\$0,00
Elaboración de Minuta - Escritura Pública	\$0,00
Solicitud de aprobación dirigida a la Superintendencia de Compañía	\$0,00
Resolución aprobada emitida por parte de la Superintendencia de Compañía	\$0,00
Publicación de extracto (Prensa escrita)	\$25,00
Anotaciones Marginales	\$0,00
Inscribir Escritura en Registro Mercantil	\$42,00
Proceder a realizar los nombramientos correspondiente y a su respectiva inscripción en el registro Mercantil	\$12,00
Obtención del RUC	\$0,00
Afiliación a la Cámara de la Industria	\$56,50
Inscripción y Aprobación de Marca IEPI	\$0,00
Retiro de fondos depositados en Cuenta de Integración de Capital	\$0,00
TOTAL	\$535,50
(-) Devolución por Integración de Capital	\$200,00
Total de Gastos de Constitución	\$335,50
GASTOS DE FUNCIONAMIENTO	
DETALLE	COSTO
Registro del negocio en el SRI	\$0
<u>Permisos Municipales</u>	\$300
Registro de Patente Municipal Anual	\$150
Tasa de habitación de Establecimiento	\$150
<u>Permiso del Ministerio de Salud</u>	\$300
Certificado Sanitario de los empleados de la empresa	\$20
<u>Pago anual al Benemérito Cuerpo de Bomberos</u>	\$35
<u>Pago Anual al Ministerio de Gobierno y Policía</u>	\$13
Total	\$668

ANEXO N°3
TABLA N°18
DEPRECIACION

Horizonte de Planeación	5 Años								
		Descripción	Valor Total \$	Vida Útil (Años)	Depreciación Anual	Años de Uso	Depreciación Acumulada	Valor Libros	
ACTIVOS FIJOS	Equipos de Oficina	Aire acondicionado	643,775165	5	128,76	5	643,78	0,00	
		Teléfonos	135	3	45,00	2	90,00	45,00	
			Equipo de sonido	420	3	140,00	2	280,00	140,00
			Caja registradora	304,9847594	5	61,00	5	304,98	0,00
		Equipos de Computación	Computadoras	1650	3	550,00	2	1100,00	550,00
			Impresoras	300	3	100,00	2	200,00	100,00
			Archivador	1200	10	120,00	5	600,00	600,00
		Muebles y Enseres	Escritorios	300	10	30,00	5	150,00	150,00
			Escritorio recepción	420	10	42,00	5	210,00	210,00
			Sillas de oficina	880	5	176,00	5	880,00	0,00
		Otros gastos	Línea telefónica	316	10	31,60	5	158,00	158,00
			Máquina Control Asistencia	3220	5	644,00	5	3220,00	0,00
			Licencias de software	480	3	160,00	2	320,00	160,00
			Internet	200					
RESTAURANT	Máquinas y equipos	Cocina Industrial de 6 hornillas	485,2030264	10	48,52	5	242,60	242,60	
		Extractor de aire	634,9228174	5	126,98	5	634,92	0,00	
		Centros de mesas	28,96988242	3	9,66	2	19,31	9,66	
		Olla de presión 7 pies	93,37105841	3	31,12	2	62,25	31,12	
		Sartenes 12 pulgadas	55,45177444	3	18,48	2	36,97	18,48	
		Olla con tapa 12 litros	46,14171612	3	15,38	2	30,76	15,38	
		Ensaladeras	32,18875825	3	10,73	2	21,46	10,73	
		Salseras y pimienta	39,55004239	3	13,18	2	26,37	13,18	
		Seleccionadores de vegetales	43,94449155	3	14,65	2	29,30	14,65	
		Procesador de alimentos	16,73815429	3	5,58	2	11,16	5,58	
		Pesa de cocina	3,295836866	3	1,10	2	2,20	1,10	
		Gratinadores	18,02182669	3	6,01	2	12,01	6,01	
		Cortador	5,267918572	3	1,76	2	3,51	1,76	
		Porta cubiertos	16,4969029	3	5,50	2	11,00	5,50	
		Tablas de picar	15,38057204	3	5,13	2	10,25	5,13	
		Cucharón	10,62229022	3	3,54	2	7,08	3,54	
		Tenedores grandes	5,793976485	3	1,93	2	3,86	1,93	
		Tostadora	56,33032694	3	18,78	2	37,55	18,78	
		Exprimidor	44,0985988	3	14,70	2	29,40	14,70	
		Abre lata	24,9532985	3	8,32	2	16,64	8,32	
		Batidora	109,5172545	3	36,51	2	73,01	36,51	
		Microonda	360,4365339	3	120,15	2	240,29	120,15	
		Cortador de huevo	2,218070978	3	0,74	2	1,48	0,74	
		Cedazos	9,704060528	3	3,23	2	6,47	3,23	
		Juegos de cubiertos 12 personas	340,2951564	3	113,43	2	226,86	113,43	
		Juegos de vajillas de 5 personas	402,3594781	3	134,12	2	268,24	134,12	
		Ceniceros	36,6951844	3	12,23	2	24,46	12,23	
		Hieleras	46,35181188	3	15,45	2	30,90	15,45	
		Jarras de jugos	127,4674827	3	42,49	2	84,98	42,49	
		Reloj de pared	12,8755033	3	4,29	2	8,58	4,29	
		Vasos	120,7078434	3	40,24	2	80,47	40,24	
		Tachos de basura grande	49,906597	3	16,64	2	33,27	16,64	
		Tachos de basura pequeños	6,115864067	3	2,04	2	4,08	2,04	
		Copas para el agua	83,17766167	3	27,73	2	55,45	27,73	
		Pelador de papas	8,317766167	3	2,77	2	5,55	2,77	
		Licuadoras	160,9437912	3	53,65	2	107,30	53,65	
		Congelador horizontal 18'	747,0563563	5	149,41	5	747,06	0,00	
		Cilindros de gas	23,07085806	3	7,69	2	15,38	7,69	
		Espátula de acero	1,97750212	3	0,66	2	1,32	0,66	
		Ablandador de carne de acero	4,023594781	3	1,34	2	2,68	1,34	
		Majador de carne de acero	2,633959286	3	0,88	2	1,76	0,88	
		Juego de cuchillo	14,55609079	3	4,85	2	9,70	4,85	
		Juego de rodillo	6,115864067	3	2,04	2	4,08	2,04	
		Exprimidor de limón	2,197224577	3	0,73	2	1,46	0,73	
		Charoles de servicio	23,17590594	3	7,73	2	15,45	7,73	
		Charoles de cubiertos	15,24923797	3	5,08	2	10,17	5,08	
		Paneras	5,273338986	3	1,76	2	3,52	1,76	
Cafetera chica marca Regal	56,33032694	3	18,78	2	37,55	18,78			
Mantel para mesa	88,72283911	3	29,57	2	59,15	29,57			
		Sobre mantel	90,10913347	3	30,04	2	60,07	30,04	
		Mesas de 1*1	1770,381704	10	177,04	5	885,19	885,19	
		Sillas	2896,988242	5	579,40	5	2896,99	0,00	
		Aire acondicionado	643,775165	5	128,76	5	643,78	0,00	
		Caja registradora	304,9847594	5	61,00	5	304,98	0,00	

Continua

GIMNASIO	Máquinas y equipos	Trotadoras PRF C950	1526,25	10	152,63	5	763,13	763,13		
		Bici-estática RONGRIP	2541,4	10	254,14	5	1270,70	1270,70		
		Banco de ejercicios olimpica con	3250	10	325,00	5	1625,00	1625,00		
		Banco de maquinas de poleas	2990	10	299,00	5	1495,00	1495,00		
		Multi-ejercicios paralela	1285	10	128,50	5	642,50	642,50		
		Banco de bíceps	765	10	76,50	5	382,50	382,50		
		Banco de pantorrilla	939	10	93,90	5	469,50	469,50		
		Multi-Gym	1401	10	140,10	5	700,50	700,50		
		Pesas Marcy 200 libras	1008	10	100,80	5	504,00	504,00		
		Mancuernas de 5 libras	52,4	10	5,24	5	26,20	26,20		
		Mancuernas de 10	100	10	10,00	5	50,00	50,00		
		Mancuernas de 20 libras	166,4	10	16,64	5	83,20	83,20		
		Mancuernas de 25 libras	205,6	10	20,56	5	102,80	102,80		
		ABC King Pro	600	10	60,00	5	300,00	300,00		
		Pesas + barra 100 libras	900	10	90,00	5	450,00	450,00		
		Set de 30 casilleros	550	10	55,00	5	275,00	275,00		
		SPA	Máquinas y equipos	Mesa de masaje	380	10	38,00	5	190,00	190,00
				Mesa de tratamiento	500	10	50,00	5	250,00	250,00
				Vitrinas	300	10	30,00	5	150,00	150,00
				Máquinas y equipos	Vitrina Congelador	950	10	95	5	475
Equipo de Audio completo	1200				5	240	5	1200	0	
	Televisor LCD 32 pulgadas			4400	5	880	5	4400	0	
	Paneles y vidrios en Sala			2400	5	480	5	2400	0	
Máquinas y equipos	Maquina de Escaneo			500	5	100	5	500	0	
	Mesa de Tratamiento			300	10	30	5	150	150	
	Escritorio			450	10	45	5	225	225	
	Accesorios Varios			1000	5	200	5	1000	0	
								8437,84	14743,20	

ANEXO N°4

**TABLA N°19
AMORTIZACION**

CONCEPTO	VALOR		Préstamo	55730			
			Tasa Interés	10%			
ADECUACIONES	14100						
ADMINISTRACIÓN	10470						
RESTAURANT	10250						
GIMNASIO	18280						
TRATAMIENTOS	1180						
BAILOTERAPIA	8950						
ASISTENCIA MÉDICA	2250						
DIFERIDOS	3659						
SUBTOTAL	69139						
			Capital Propio	14000		L	80%
CAPITAL DE TRABAJO	591		Préstamo	55730			20%
TOTAL	69730						

ANEXO N°5

TABLA N°20

DEMANDA

CALCULO Y PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

GUAYAS		3744351	
GUAYAQUIL	TOTAL	2306479	0,615988992
	URBANA	2286772	0,991455808
	PEA	49,10%	

Edades	GUAYAS	GUAYAQUIL	URBANO GUAYAQUIL	PEA GUAYAQUIL
15 - 19	342756	211134	209330	102.781
20 - 24	361908	222931	221026	108.524
25 - 29	335816	206859	205092	100.700
30 - 34	304451	187538	185936	91.295
35 - 39	272022	167563	166131	81.570
40 - 44	243862	150216	148933	73.126
45 - 49	207521	127831	126739	62.229

	1263187	620225
Mercado		620.225
Alto		7%
Medio y Medio Alto		23%
Nivel SocioEconómico (Alto, medio alto y medio)		186.068

	8%
Porcentaje de Aceptación por Ubicación	14.885

Servicios	Asistencia	Demanda	Demanda Potencial	% Participación Mercado	Demanda Objetivo Proyectada	0,19	0,7	0,11
						Membresía 1 Actividad	Membresía Completa	No Membresía
GYM	0,45	6.698,43	6698	0,02	134	25	94	15
Tratamiento Facial y Cor	0,26	3.870,20	3870	0,02	77	15	54	9
Restaurante Nutricional	0,17	2.530,52	2531	0,02	51			51
Biloterapia	0,55	8.186,97	8187	0,015	123	23	86	14

Demanda Mensual Membresía 1 Actividad	63
Demanda Mensual Membresía Completa	234
No Membresía	87

Asistencia al Restaurant			
1 al Mes	0,01	0,51	1
3 a la Semana	0,32	16,20	194
1 a la Semana	0,02	1,01	4
Diario	0,16	8,10	243
			442

Base 51

Tipo de Membresía		GYM	Tratamiento Facial y Corporal	Biloterapia	Membresía Completa
Mensual	0,5	13	7	12	117
Trimestral	0,3	8	4	7	70
Semestral	0,15	4	2	3	35
Anual	0,05	1	1	1	12

ANEXO N°7

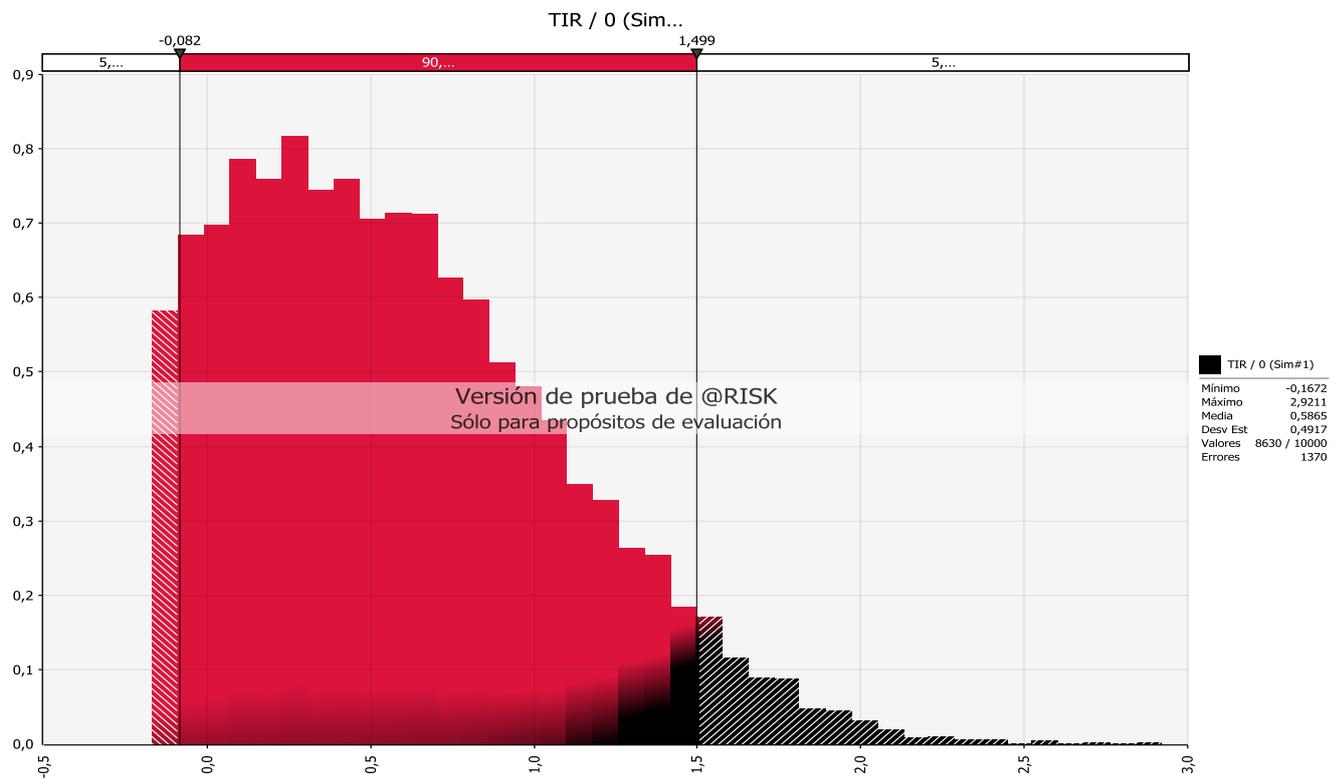
TABLA N°22

COSTOS

Costos Fijos		Unidades	P. Unitario	Mensual USD	Anual USD
	Alquiler de Locales	2	725	1.450	17.400
	Entrenador de pesas	3	300	900	10.800
	Profesor de Baile	2	350	700	8.400
	Profesor de Aeróbicos	1	350	350	4.200
	Nutricionista	1	350	350	4.200
	Cosmetólogo	2	350	700	8.400
	Técnico médico	1	420	420	5.040
	Cocinero de Restaurante	2	350	700	8.400
	Asistentes de Cocina	2	240	480	5.760
	Total Gastos Fijos			6.050	72.600
Costos Variables		Unidades	P. Unitario	Mensual USD	Anual USD
	Publicidad en Radio	2	80	160	1920
	Publicidad en prensa	15	40	600	7200
	Impresión Publicitaria	1500	0,05	75	900
	Presentaciones Publicitarias	1	800	800	9600
				1.635	19.620
Costos de Administración		Unidades	P. Unitario	Mensual USD	Anual USD
Personal	Gerente Administrador	1	950	950	11.400
	Jefe de Marketing	1	600	600	7.200
	Jefe de Servicios	1	430	430	5.160
	Asistente Administrativa	1	300	300	3.600
	Contador	1	400	400	4.800
	Recepcionistas	1	240	240	2.880
	Seguridad	2	240	480	5.760
	Limpeza	2	240	480	5.760
Gastos	Servicios básicos (Agua, Luz, Teléfono, Internet)		240	240	2.880
	Suministros de oficina		40	40	480
	Imprevistos		40	40	480
				4.200	50.400
Materiales Directos					
	Resturante	442	1,16	514,47	6.174
	Tratamientos Faciales y Corporales	1012	2,22	2.247,16	26.966
				2.762	33.140
Mano de Obra Indirecta					
	Mantenimiento de Maquinas y Equipos	1	200	200	2.400
	Restaurante Nutricional	1	100	100	1.200
	Gimnasio	1	150	150	1.800
	Administracion	1	50	50	600
	Sala De Bailoterapia	1	50	50	600
	Asistencia Medica	1	25	25	300
				575	6.900
	Total Gastos			15.222	182.660

ANEXO N°8
GRAFICO N°18
TIR

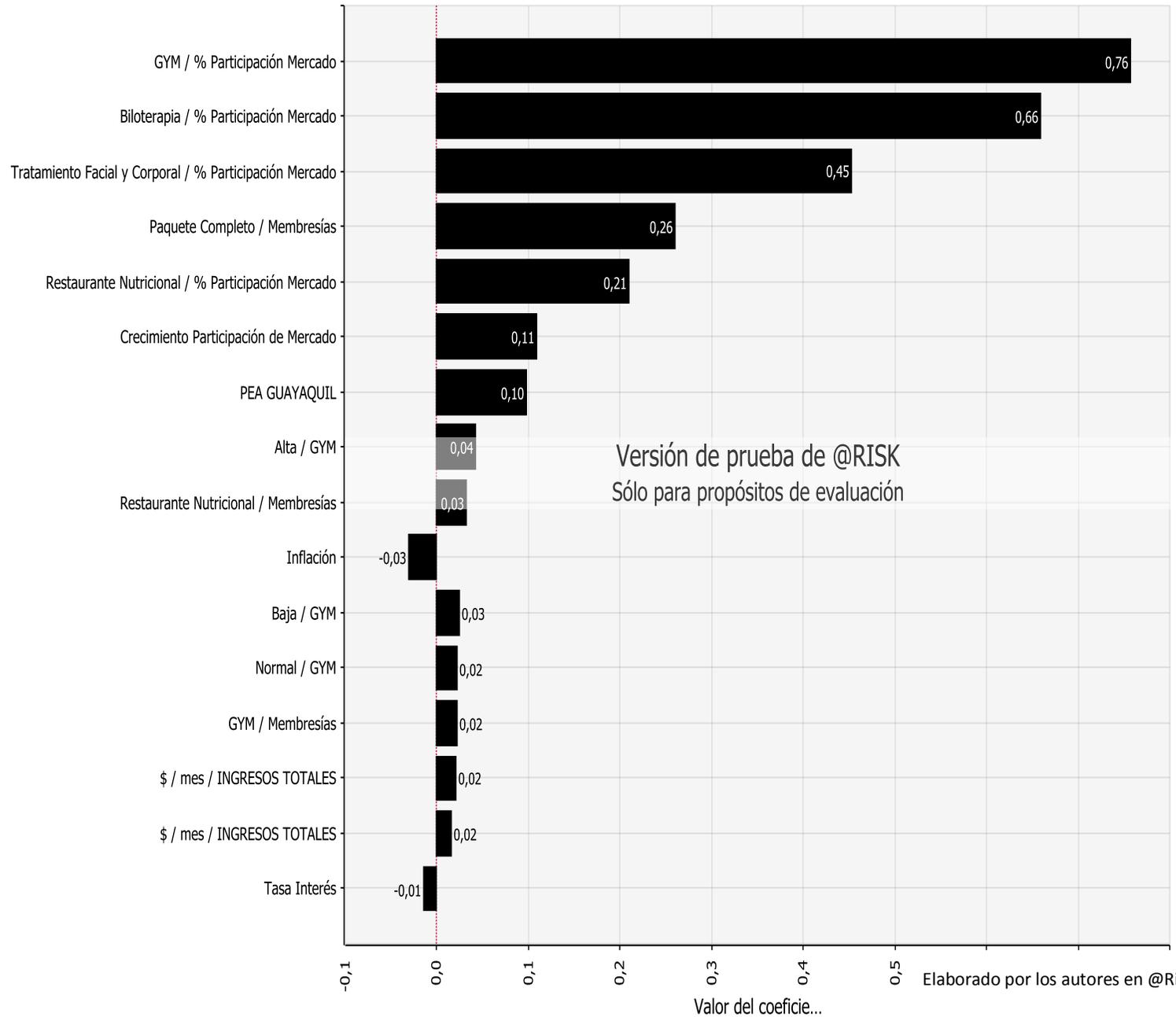
Una vez realizada la simulación, se obtuvo una probabilidad del 90% de que el TIR sea mayor a la tasa de descuento, con 10.000 de iteraciones⁵.



Técnicamente es viable, posee gran nivel de aceptación de crecimiento en la ciudad de Guayaquil, gracias al programa de simulación @Risk podemos observar dos variables ajenas al proyecto que nos afectarían negativamente tales como son la inflación y la tasa de interés la misma que esta , para la cual el centro integrado tomara medidas previas antes de su funcionamiento.

GRAFICO N°19

TIR / 0 (Sim...
Coeficientes de regre...



Versión de prueba de @RISK
Sólo para propósitos de evaluación

ANEXO 9

EMPRESA RELACIONADA

HealthFitness Corporation

TRADING INFORMATION

Stock Price History

Beta:	1.44
52-Week Change ³ :	332.02%
S&P500 52-Week Change ³ :	22.75%
52-Week High (23-Jul-09) ³ :	8.87
52-Week Low (04-Mar-09) ³ :	1.55
50-Day Moving Average ³ :	7.79
200-Day Moving Average ³ :	6.46

Share Statistics

Average Volume (3 month) ³ :	223,657
Average Volume (10 day) ³ :	185,933
Shares Outstanding ⁵ :	10.14M
Float:	8.89M
% Held by Insiders ¹ :	10.70%
% Held by Institutions ¹ :	31.10%
Shares Short (as of 15-Jan-10) ³ :	72.02K
Short Ratio (as of 15-Jan-10) ³ :	0.5
Short % of Float (as of 15-Jan-10) ³ :	1.30%
Shares Short (prior month) ³ :	69.26K

Dividends & Splits

Forward Annual Dividend Rate ⁴ :	N/A
Forward Annual Dividend Yield ⁴ :	N/A
Trailing Annual Dividend Rate ³ :	N/A
Trailing Annual Dividend Yield ³ :	NaN%
5 Year Average Dividend Yield ⁴ :	N/A
Payout Ratio ⁴ :	N/A
Dividend Date ³ :	N/A
Ex-Dividend Date ⁴ :	N/A
Last Split Factor (newperold) ² :	1:2
Last Split Date ³ :	07-Oct-08

HealthFitness Corporation, junto con sus subsidiarias, proporciona servicios de salud de la población y la mejora de programas para empresas, hospitales, comunidades y universidades en los Estados Unidos y Canadá. La compañía opera a través de dos segmentos, Gimnasio de Gestión y Gestión de la Salud.

El segmento de Fitness Management gestiona centros deportivos que se desarrollan y equipados por las empresas y organizaciones para sus empleados. Este segmento ofrece servicios de centro de fitness de gestión para empresas y organizaciones, gimnasio y servicios del programa de bienestar, incluida la formación personal, programas de pérdida de peso, seminarios, clases especiales, y terapia de masaje, y el análisis demográfico, análisis de mercado, financieros y de múltiples años para el desarrollo de planes de negocios servicios.

El segmento de Gestión de la salud permite a las empresas y organizaciones para el personal y gestionar la entrega de los programas de promoción de la salud, los servicios de coaching de vida, y la prevención de lesiones y los servicios de tratamiento.

También ofrece la plataforma e-salud; papel y basadas en la Web evaluaciones de riesgos de salud, exámenes biométricos para evaluar los perfiles de la sangre y la composición del cuerpo, y cara a cara, basada en la Web, y servicios de coaching telefónico de la salud, así como la consulta de salud ocupacional servicios, incluyendo el diseño de programas de prevención de lesiones, el trabajo de endurecimiento por programas, el tratamiento de la lesión, el regreso a los programas de trabajo, y la consulta de cumplimiento de normativas.

Al 31 de diciembre de 2008, HealthFitness Corporation logró 215 sitios corporativos centro de fitness, 166 sitios de la gestión empresarial de la salud, y 99 programas de gestión de la salud sin personal. La compañía fue fundada en 1975 y tiene su sede en Bloomington, Minnesota.