



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

“PLAN DE NEGOCIOS PARA EL CENTRO INTEGRAL DEPORTIVO “IRON WOMEN...  
IRON-KIDS” EN LA CIUDAD DE QUITO”

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos establecidos  
para optar por el título de Ingeniería en Negocios y Marketing Deportivo.

Profesor Guía  
Ing. Daniela García

Autora  
Daniela Carolina Salazar González

Año  
2015

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

---

Daniela García

Ingeniera en Marketing

**C.I:** 1708683170-0

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

-----  
Daniela Carolina Salazar González

**C.I:** 172449544-3

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por ser mi guía en todo momento y haberme dado sabiduría para cumplir mis objetivos; a mis padres y mi familia por su apoyo incondicional; y de manera especial a mi directora de tesis, Ing. Daniela García, por su dirección, apoyo y el ánimo brindado a lo largo de este tiempo.

## **DEDICATORIA**

Dedico esta tesis en su totalidad a Dios porque cada día ha estado guiándome en cada etapa, además se ha hecho presente a través de las personas que me rodean. A mi familia, pero de manera especial a mi mami quienes han sido pilares fundamentales, apoyándome en cada momento para lograr el objetivo de ser profesional.

## RESUMEN

El siguiente plan de negocios tiene como objetivo principal determinar la viabilidad de la creación del Centro Integral Deportivo “Iron Women – Iron Kids”. El cual es un gimnasio localizado en la ciudad de Quito y que será dirigido a madres con hijos que comprendan las edades de 1 a 5 años y a mujeres en general.

La industria en la que se encuentra el Centro Integral Deportivo es la de Enseñanza Deportiva y Recreativa; la cual ha presentado un crecimiento en los últimos años como lo demuestra el PIB de la industria que reflejó un incremento del 4% en el año 2013. (Banco Central del Ecuador, 2013, PIB por Industria). En la ciudad de Quito existen 83 negocios dentro de la industria de Enseñanza Deportiva y Recreativa (INEC, 2010, Sí Empeñe), esto indica que existe demanda para los servicios que la industria ofrece.

Con la investigación de mercados realizada se comprobó que un 92,2% de las madres con niños entre 1 y 5 años de edad estarían dispuestas a ir al gimnasio. El negocio pretende alcanzar un 0,39% del mercado potencial. También arrojó datos en los que se determina que a pesar de que existen gimnasios en la ciudad de Quito no hay ninguno que brinde el tipo de servicio que “Iron Women- Iron Kids” ofrece a sus clientes.

“Iron Women – Iron Kids” utilizará la estrategia de desarrollo de producto la cual consiste en entrar al mercado con un producto mejorado. El gimnasio ofrecerá a las madres la posibilidad de que realicen entrenamiento deportivo simultáneo con sus niños y de esta manera se les da la opción de que tanto madres como hijos estén realizando actividades que benefician a su salud. También el servicio podrá ser utilizado por las mujeres de la ciudad de Quito que deseen realizar actividad física.

Para el proyecto se estima una inversión inicial de \$ 51752,08; un 70% (\$36226,46) cubierto con un crédito y el 30% (15525,62) por capital propio. Con un escenario esperado y apalancado, la TIR del proyecto es de 17,16% y el VAN de \$25285,93; lo que demuestra que el proyecto es totalmente viable.

## ABSTRACT

The following business plan has like a main objective to determine the feasibility of the creating the Integral Sports Center "Iron Women - Iron Kids". Which is a gym located in the city of Quito and will be aimed at mothers with their children between the age of 1 -5 years, and for females in general.

The industry in which is located the Sports Center is the Integral Sport and Recreation Instruction; which has presented a growth in recent years as evidenced by the industry GDP reflecting an increase of 4 % in 2013 (Banco Central del Ecuador, 2013, PIB por Industria) . In Quito, there are 83 businesses in the industry Sports and Recreation Instruction (INEC, 2010, Sí Emprende), this indicates that there is a demand for services that the industry provides.

With market research conducted found that 92.2 % of mothers with children between 1 and 5 years of age would be disposed to go to the gym. The business aims to reach 0.39% of the potential market. Also yielded data on which it is determined that although there are gyms in the city of Quito there are none that provide the kind of service that "Iron Women- Iron Kids" offers their customer.

"Iron Women - Iron Kids" uses the strategy of product development which consists of entering the market with an improved product. The gym will offer mothers the possibility of performing simultaneous sports training with their children and thus are given the option of both mothers and children are doing activities that benefit your health. Also the service can be used by women who wish to Quito physical activity.

For the project an initial investment of \$ 51,752.08 is estimated; 70% (\$ 36,226.46) covered by a loan, and 30% (\$ 15,525.62) for equity. With an expected and leveraged scenario, the project IRR is 17.16 % and NPV of \$ 25,285.93; demonstrating that the project is entirely feasible.

## INDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	11
1.1. ASPECTOS GENERALES .....	11
1.1.1. ANTECEDENTES.....	11
1.1.2. OBJETIVO GENERAL .....	2
1.1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	2
1.1.4. HIPÓTESIS.....	3
2. LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS .....	4
2.1. LA INDUSTRIA .....	4
2.1.1. TENDENCIAS.....	5
2.1.2. ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA .....	11
2.1.3. FACTORES ECONÓMICOS Y REGULATORIOS .....	13
2.1.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	19
2.1.5. LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	20
2.2. LA COMPAÑÍA Y EL CONCEPTO DE NEGOCIO .....	23
2.2.1. LA IDEA Y EL MODELO DE NEGOCIO .....	23
2.2.2. ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA.....	24
2.2.3. MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS.....	24
2.3. EL PRODUCTO Y/O SERVICIO .....	26
2.4. ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO Y CRECIMIENTO .....	28
2.5. ANÁLISIS FODA.....	29
3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y SU ANÁLISIS.....	34
3.1. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO .....	34
3.2. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN .....	35

3.3. OBJETIVO GENERAL .....	35
3.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	35
3.5. NECESIDAD DE INFORMACIÓN .....	35
3.5.1. PREGUNTAS, OBJETIVOS E HIPÓTESIS.....	35
3.6. SEGMENTACIÓN DE MERCADO .....	37
3.6.1. SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA .....	37
3.6.2. SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA.....	37
3.6.3. SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA .....	37
3.6.4. MERCADO OBJETIVO .....	37
3.7. TAMAÑO DE MERCADO Y TENDENCIAS .....	38
3.8. NECESIDADES DE INFORMACIÓN .....	39
3.9. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	39
3.9.1. DEFINICIÓN DE LA INFORMACIÓN NECESARIA .....	39
3.9.2. ANÁLISIS DE DATOS SECUNDARIOS.....	40
3.9.3. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA .....	40
3.9.3.1. Entrevista a Expertos.....	40
3.9.3.2. Grupo Focal.....	45
3.9.4. TÉCNICAS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS.....	47
3.9.5. PROCEDIMIENTO DE MEDICIÓN DE ESCALAMIENTO.....	47
3.9.6. DISEÑO CUESTIONARIO .....	47
3.9.7. PROCESO DE MUESTREO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA .....	48
3.9.8. ANÁLISIS DE DATOS.....	48
3.10. NIVEL DE ACEPTACIÓN DEL SERVICIO.....	56
3.11. LA COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS .....	56
3.12. PARTICIPACIÓN DE MERCADOS Y VENTA DE LA INDUSTRIA .....	58
3.13. EVALUACIÓN DEL MERCADO DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN .....	58

4. PLAN DE MARKETING .....	60
4.1. ESTRATEGIAS DE MARKETING.....	60
4.1.1. ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING (ESPECIALISTA).....	60
4.1.2. ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO (DESARROLLO DE PRODUCTOS).....	61
4.2. CICLO DE VIDA .....	62
4.2.1. SERVICIO.....	64
4.2.2. BRANDING.....	66
4.2.3. IMAGEN - LOGOTIPO .....	67
4.2.3.1. Diseño .....	68
4.2.3.2. Colores .....	68
4.3. TÁCTICAS DE VENTAS .....	69
4.4. POLÍTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE Y GARANTÍAS .....	69
4.5. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN.....	70
4.6. POLÍTICAS DE PRECIOS .....	76
4.6.1. ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO.....	76
4.6.1.1. PENETRACIÓN.....	76
4.6.2. ESTRATEGIA BÁSICA DE PRECIOS .....	76
4.6.2.1. FIJACIÓN DE PRECIOS BASADA EN EL COSTO.....	76
4.7. PROYECCIÓN DE VENTAS.....	77
4.8. DISTRIBUCIÓN .....	78
5. CAPÍTULO V. PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN.....	80
5.1. ESTRATEGIA DE OPERACIONES .....	80
5.2. CICLO DE OPERACIONES.....	81
5.3. REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS Y HERRAMIENTAS.....	83
5.4. INSTALACIONES Y MEJORAS.....	86
5.5. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA Y REQUERIMIENTOS DE ESPACIO FÍSICO.....	87

5.6. CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO Y MANEJO DE INVENTARIOS .....	88
5.7. ASPECTOS REGULATORIOS Y LEGALES.....	88
6. EQUIPO GERENCIAL .....	92
6.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	92
6.1.1. ORGANIGRAMA.....	92
6.2. PERSONAL ADMINISTRATIVO CLAVE Y SUS RESPONSABILIDADES .....	93
6.2.1. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES .....	93
6.2.2. EQUIPO DE TRABAJO.....	95
6.3. COMPENSACIÓN A ADMINISTRADORES, INVERSIONISTAS Y ACCIONISTAS .....	102
6.4. POLÍTICAS DE EMPLEO Y BENEFICIOS.....	104
6.5. DERECHOS Y RESTRICCIONES DE ACCIONISTAS E INVERSORES .....	104
6.6. EQUIPO DE ASESORES Y SERVICIOS.....	105
7. CRONOGRAMA GENERAL .....	106
7.1. ACTIVIDADES NECESARIAS PARA PONER EL NEGOCIO EN MARCHA .....	106
7.2. DIAGRAMA DE GANTT.....	107
7.3. RIESGOS E IMPREVISTOS.....	109
8. RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS.....	110
8.1. SUPUESTOS Y CRITERIOS UTILIZADOS .....	110
8.2. RIESGOS Y PROBLEMAS PRINCIPALES.....	111
9. PLAN FINANCIERO .....	113
9.1. INVERSIÓN INICIAL.....	113
9.2. FUENTES DE INGRESO.....	114
9.3. EGRESOS.....	114

9.4. MARGEN BRUTO Y MARGEN OPERATIVO .....	115
9.5. ESTADO DE RESULTADO ACTUAL Y PROYECTADO .....	115
9.6. BALANCE GENERAL ANUAL Y PROYECTADO .....	116
9.7. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO ANUAL Y PROYECTADO .....	117
9.8. PUNTO DE EQUILIBRIO .....	120
9.9. CONTROL DE GASTOS IMPORTANTES .....	122
9.10. ÍNDICES FINANCIEROS .....	123
9.10.1. LIQUIDEZ .....	123
9.10.2. RENTABILIDAD .....	124
9.10.3. DESEMPEÑO .....	124
9.11. VALUACIÓN .....	125
10. PROPUESTA DEL NEGOCIO .....	126
10.1. FINANCIAMIENTO DESEADO .....	126
10.2. ESTRUCTURA DE CAPITAL Y DEUDA BUSCADA .....	126
10.3. CAPITALIZACIÓN .....	127
10.4. USO DE FONDOS .....	127
10.5. RETORNO PARA EL INVERSIONISTA .....	128
11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	129
11.1. CONCLUSIONES .....	129
11.2. RECOMENDACIONES .....	130
REFERENCIAS .....	131
ANEXOS .....	135

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1. ASPECTOS GENERALES**

#### **1.1.1. ANTECEDENTES**

La idea del negocio surgió al detectar la necesidad que las madres de la ciudad de Quito tienen al querer realizar alguna actividad deportiva y que no les es posible ya que no cuentan con un lugar donde puedan dejar a sus hijos. También se notó que en los centros de estimulación temprana, lúdica, baile o deportivos las madres esperan afuera de los establecimientos y no tienen la opción de realizar alguna actividad que les beneficie o distraiga. Otro factor que se ha podido observar es que en ciertos gimnasios la asistencia de madres con niños de entre 1 a 5 años es baja porque no tienen donde dejar a sus niños lo cual interrumpe su rutina de hacer deporte.

En base a esta realidad, se ha percibido la oportunidad y necesidad de crear un negocio de enseñanza deportiva y recreativa para mujeres y niños de 1 a 5 años (Iron Women – Iron Kids).

Iron Women – Iron kids es un negocio que tiene como objetivo el posicionarse como uno de los primeros centros integrales y deportivos que permite el entrenamiento deportivo simultáneo de madres e hijos en un solo lugar, cuidando la salud y el estilo de vida de los usuarios, además de optimizar el tiempo de las madres. El target principal son madres con niños entre 1 a 5 años, pero también es un gimnasio al que pueden asistir mujeres que quieran realizar actividad física.

El centro basará su actividad comercial en su principal característica la diferenciación en el servicio; mediante la creación del primer gimnasio que

permite el entrenamiento deportivo simultáneo de madres e hijos. Las actividades que podrán realizar las madres o mujeres interesadas en practicar actividad física son las de TRX, cycling, bailoterapia y pilates, y para los niños habrá actividades lúdicas las cuales les ayudará a desarrollar su motricidad y a equilibrar su desarrollo intelectual.

### **1.1.2. OBJETIVO GENERAL**

Elaborar un plan de negocios para observar la viabilidad de la creación del Centro Integral Deportivo “Iron Women – Iron Kids”.

### **1.1.3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar la industria, la compañía y el servicio, para determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa a través del análisis del entorno de la industria.
- Investigar y analizar el mercado utilizando herramientas cuantitativas y cualitativas, a través de encuestas, entrevistas y grupo focales, para identificar el nivel de aceptación del Centro Integral Deportivo.
- Desarrollar el plan de marketing para el Centro integral Deportivo a través de la determinación de estrategias de mercadeo.
- Elaborar el plan de operaciones y producción de la empresa, identificando los procedimientos técnicos y funcionales de la empresa.
- Determinar el equipo gerencial acorde a las necesidades de la empresa, para determinar lineamientos y directrices de la misma.
- Identificar los riesgos críticos, problemas y supuestos que se pueden presentar al ejecutar la empresa con el fin de tomar las medidas correctivas del caso.
- Elaborar el plan financiero del Centro Integral Deportivo para determinar la viabilidad del mismo.

#### **1.1.4. HIPÓTESIS**

El Centro Integral Deportivo “Iron Women – Iron Kids” tiene mercado potencial y es financieramente viable.

## 2. LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS

Para determinar la viabilidad de la industria es fundamental conocer y analizar las variables del entorno para la toma de decisiones, identificando los factores que afectan directa o indirectamente a la industria.

### 2.1. LA INDUSTRIA

Para describir el negocio, se tomará en cuenta la clasificación CIIU4.0 (Clasificación Industrial Internacional Uniforme).

**Tabla 1. Enseñanza Deportiva Y Recreativa**

Tomado de: Investigación Realizada INEC

SECTOR	P	Enseñanza
INDUSTRIA	P85	Enseñanza
	P854	Otros tipos de enseñanza
	P8541.0	Enseñanza deportiva y recreativa
NEGOCIO		Centro Integral Deportivo

Según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas de la página del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos INEC (2010, Sí Emprénde), la industria de la enseñanza comprende algunos servicios. El negocio se ha catalogado en la Industria de ENSEÑANZA DEPORTIVA Y RECREATIVA con el código P8541.0.

#### 2.1.1. TENDENCIAS

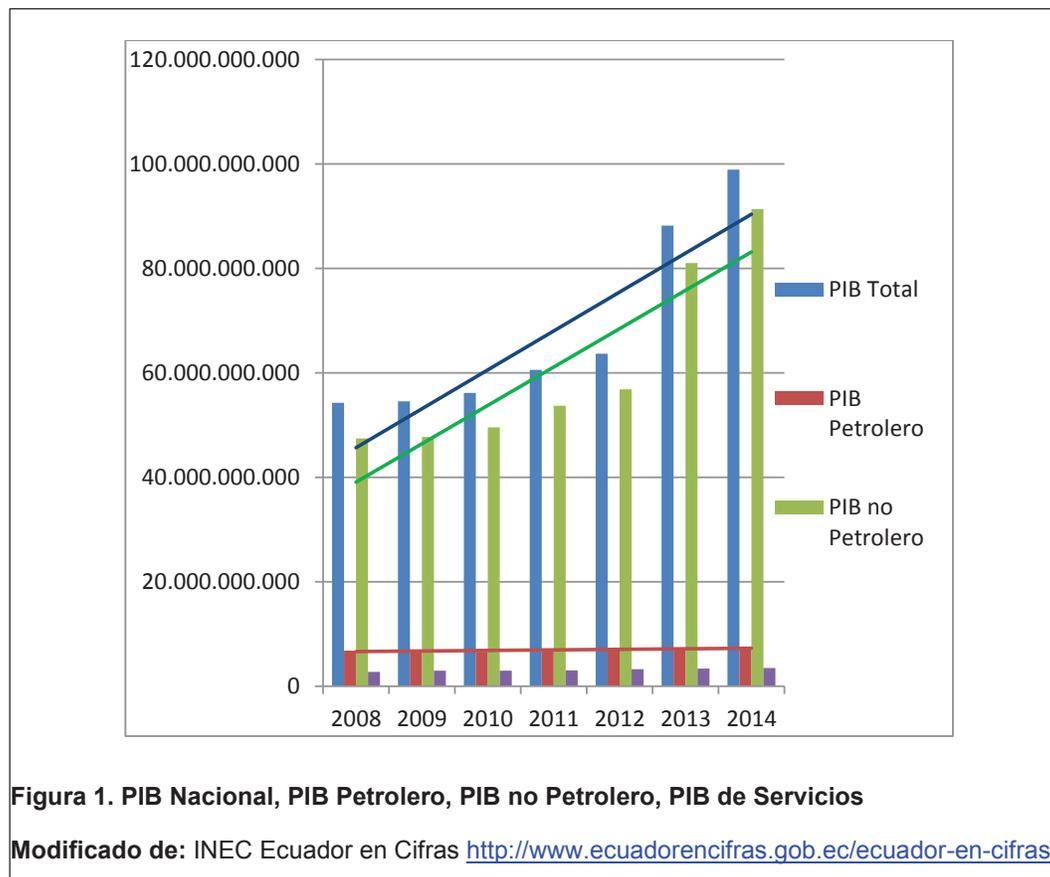
Para establecer el atractivo de la industria, a continuación se realizará un análisis de la industria en el tiempo para determinar si ésta ha crecido, se ha mantenido o se ha reducido.

## Análisis del PIB

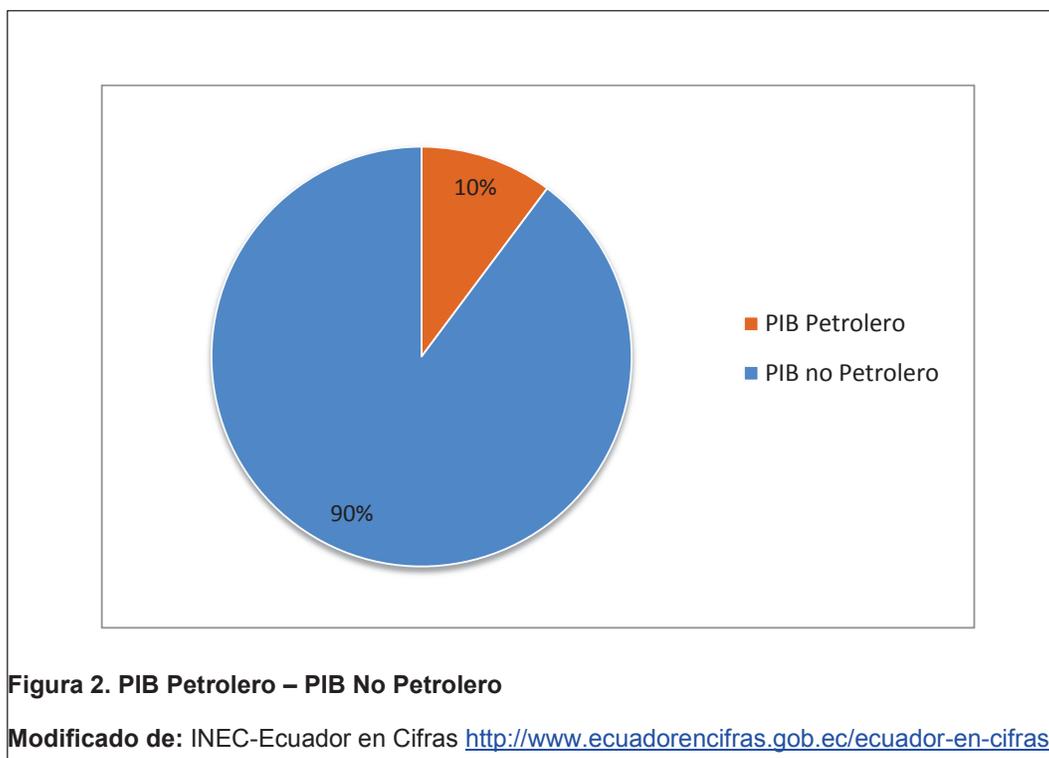
**Tabla 2. PIB Nacional, PIB Petrolero, PIB no Petrolero, PIB Servicios Enseñanza (dólares)**

Tomado de: Banco Central del Ecuador

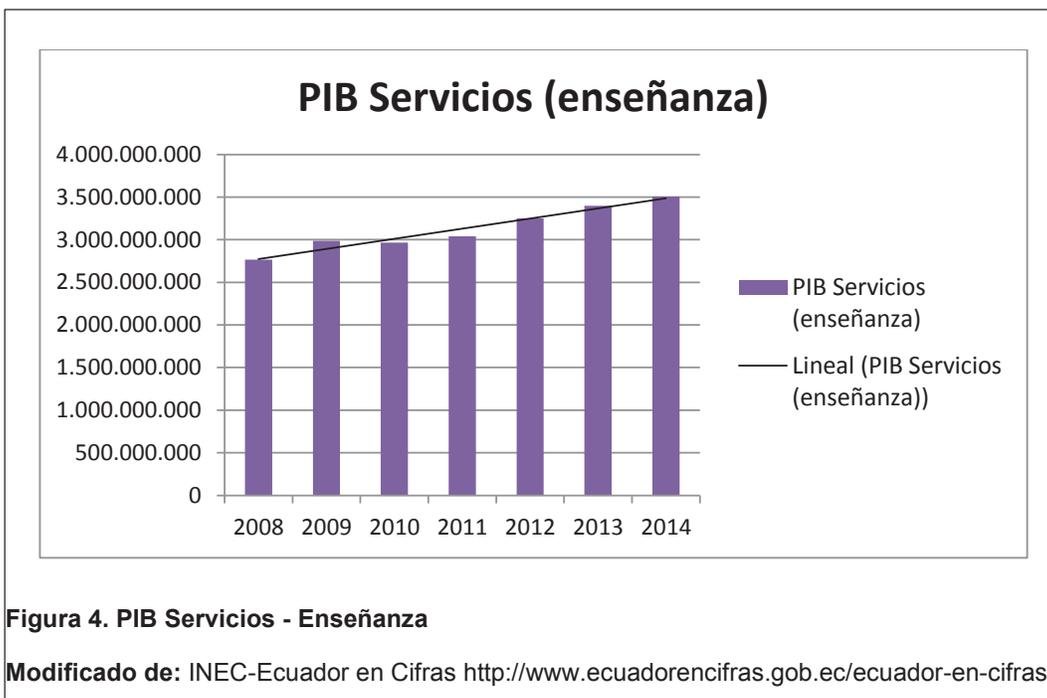
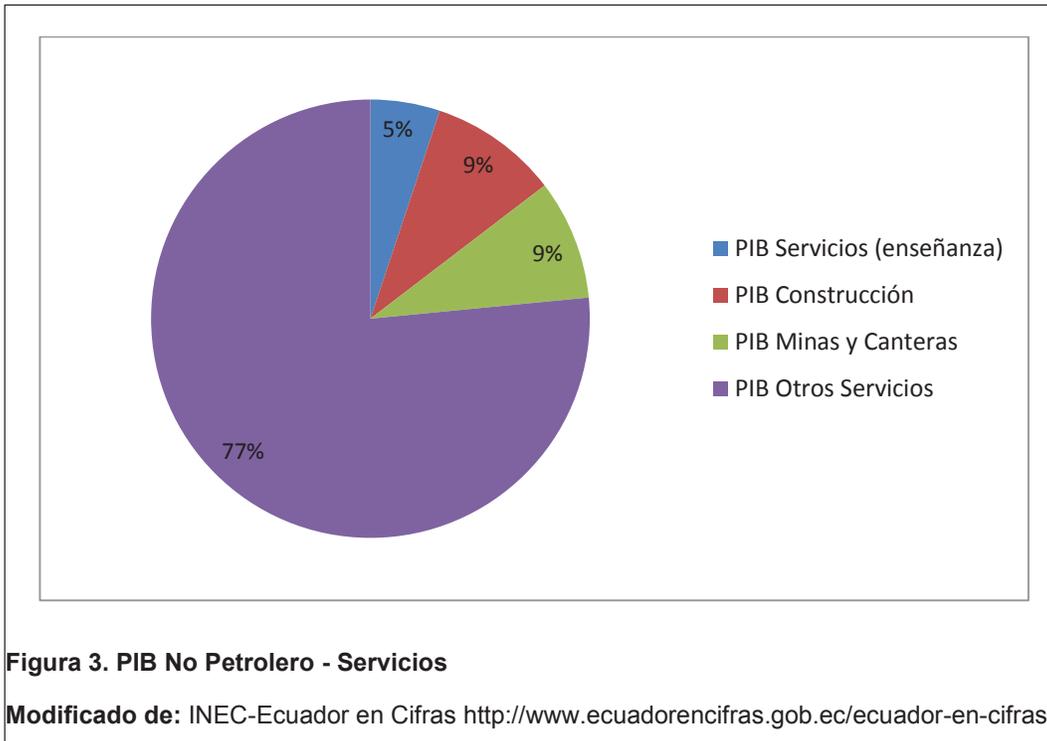
AÑO	PIB Total	PIB Petrolero	PIB no Petrolero	PIB Servicios (enseñanza)	Variación PIB (enseñanza)
2008	54.250.408.000	6.800.916.000	47.449.492.000	2.767.573.000	
2009	54.557.732.000	6.829.481.000	47.728.251.000	2.987.268.000	8%
2010	56.168.864.000	6.591.049.000	49.577.815.000	2.965.434.000	1%
2011	60.569.488.000	6.891.756.000	53.677.732.000	3.040.744.000	3%
2012	63.672.625.000	6.843.739.000	56.828.886.000	3.248.958.000	6%
2013	88.186.000.000	7.138.019.777	81.047.980.223	3.398.410.068	4%
2014	98.895.000.000	7.523.472.845	91.371.527.155	3.507.159.190	3%



Si se analiza el PIB total de la tabla 2, se observa que habido un incremento entre cada año, lo que puede percibirse como un aumento en el valor monetario de la producción de bienes y servicios de las diferentes industrias del país. Observando los datos del PIB no Petrolero se afirma que la producción de bienes y servicios ha favorecido en gran cantidad al aumento del PIB total. El crecimiento anual promedio del PIB total expresado en porcentaje es de 10,52% para el periodo del año 2008-2014, al ser el resultado positivo se puede llegar a la conclusión que el país está mejorando su productividad.

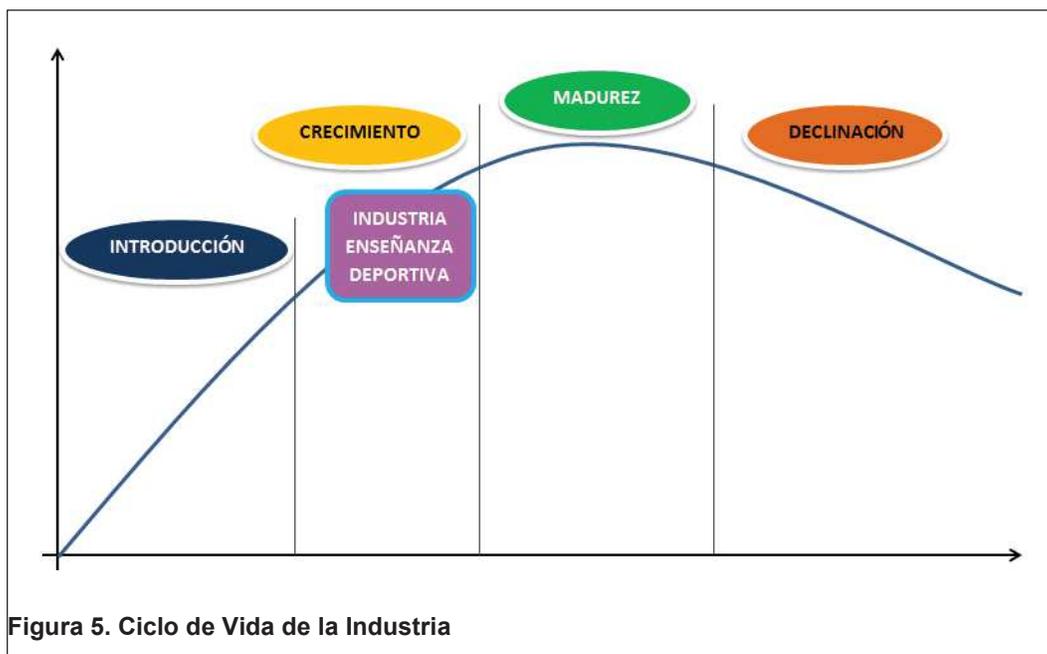


Después de realizar un análisis del PIB Petrolero y el PIB No Petrolero durante el período 2008-2014; la figura 2., ilustra el porcentaje que estos representan en la economía del país. El PIB no Petrolero representado un 90% dentro de la economía, es decir que la mayor parte del dinero proviene de las diferentes industrias, específicamente de la producción de bienes y servicios de los distintos sectores incrementando las fuentes de trabajo interna.



En cuanto al PIB de los servicios que conforman en PIB no Petrolero, tenemos que los servicios de enseñanza aportan en un 5% como se observa en la figura 3. Se puede discernir que la industria está en crecimiento; es decir que hay más clientes interesados en los diferentes negocios y a su vez más empresas que están preparándose para enfrentar a la demanda existente.

### Ciclo de Vida de la Industria



Es importante valorar la evolución de la industria para decidir que estrategias se debe implantar. La Industria de Enseñanza Deportiva se encuentra en la etapa de CRECIMIENTO llegando a un nivel MEDIO.

Dentro de la industria, existe una oferta alta de escuelas de enseñanza en las siguientes etapas: iniciación temprana, infantil, juvenil, alto rendimiento, actividades recreativas; además de que hay un grado de aceptación favorable por parte de la población. Sin embargo, no todas las escuelas abarcan a todas las disciplinas deportivas. La única excepción es el fútbol el cual se encuentra en la etapa de madurez.

El talento humano se ubica en la etapa de crecimiento pero al inicio de la curva. La oferta de entrenadores es escasa, ya que no existe una regulación nacional para certificarlos bajo el título de instructores en enseñanza deportiva. Actualmente se cuenta con profesionales nacionales con el título de preparadores físico o especialistas en educación física; en cuanto a las personas que si poseen el certificado de instructores en su mayoría son extranjeros.

La parte de mercadeo, se encuentra en crecimiento pero de una forma acelerada. Las tendencias que impulsan el crecimiento son: la salud (evitar estrés y obesidad), el cuidado de la imagen personal, autorrealización (retos personales, grupales, etc.), entre otras. Unificando los criterios, se obtiene un crecimiento a nivel medio.

Entre los servicios que conforman la Industria de Enseñanza Deportiva, se encuentran los siguientes:

- Gimnasios
- Programas de baile terapia
- Programas gratuitos por parte del estado para ejercitarse
- Clases deportivas particulares
- Escuelas deportivas
- Academias de baile, etc.

Dentro de los últimos 5 años, el precio promedio mensual de los servicios ha venido creciendo. Algunos de los factores que han intervenido son: el pago de impuestos, aranceles a las importaciones, incremento del salario básico, además de los arriendos, entre otros.

La forma de mercadeo y comercialización de estos servicios ha variado a lo largo de los últimos años. Con la globalización, las empresas y los negocios no pueden dejar de innovar. En la actualidad, el uso de las redes sociales es indispensable para la comunicación, promoción y posicionamiento de los diferentes negocios.

La industria de enseñanza deportiva es muy atractiva para ingresar con un servicio nuevo o con uno mejorado. Al hallarse en la etapa de crecimiento, no sólo hay más clientes; sino también aumenta el ingreso de nuevos competidores. El desafío es claro; para mantener un crecimiento sostenible en el mercado, las empresas deben implementar estrategias enfocadas en la calidad e innovación del servicio, mejorar la atención, promoción, etc.

### **2.1.2. ESTRUCTURA DE LA INDUSTRIA**

En la industria de Enseñanza Deportiva y Recreativa existe un total de 57 empresas dentro del país según la Superintendencia de Compañías (2013, Sector Empresarial – Número de Compañías); de las cuales 26 son compañías anónimas y 31 son compañías de responsabilidad limitada.

Según el INEC (2010, Sí Empeñe), en el cantón Quito existen 83 competidores actuales dentro de la industria de Enseñanza Deportiva y Recreativa entre los cuales se encuentran los clubes deportivos a nivel recreativo y formativo, gimnasios, escuelas de baile, entre otros (Ver Anexo 1). Según América Economía (Marín, 2011, Negocios & Industrias), Ecuador facturó 64 millones de dólares en el 2011 y apenas tiene una penetración del 1,5%, con 864 gimnasios alrededor del país.

Cabe recalcar que el número de negocios dentro de la industria según el INEC y América Economía difiere del dato de la Superintendencia de Compañías porque no todas los negocios que forman parte de la industria se encuentran registrados.

En el país se puede encontrar establecimientos pequeños y medianos, con un promedio de 65 personas inscritas. En cuanto a los proveedores, según el INEC (2010, Sí Emprende) los negocios que están dentro de esta industria poseen un promedio de 4 trabajadores (1 mujer y 3 hombres).

La práctica deportiva se está masificando cada vez más, fruto de ello se puede observar la campaña realizadas por el Ministerio del Deporte “Ecuador Ejercítate y Vive Sano” la cual se está implementando en todas las provincias del país.



El conjunto de actividades representa a los principales componentes de la cadena de valor de la industria; los cuales se deben tomar en cuenta al momento de planificar las estrategias para que el negocio funcione de manera adecuada y con un servicio de calidad.

La cadena de valor inicia con las ventas, en donde se debe brindar atención personalizada y realizar el seguimiento a cada uno de los clientes; también es importante la logística, ordenar las instalaciones, así como controlar a los instructores y capacitarlos constantemente. Al ser una industria de servicio, para alcanzar el éxito en el negocio se debe integrar a los procesos de marketing, publicidad y el servicio de post-venta; además de las actividades de soporte (RRHH, infraestructura y compras).

### 2.1.3. FACTORES ECONÓMICOS Y REGULATORIOS

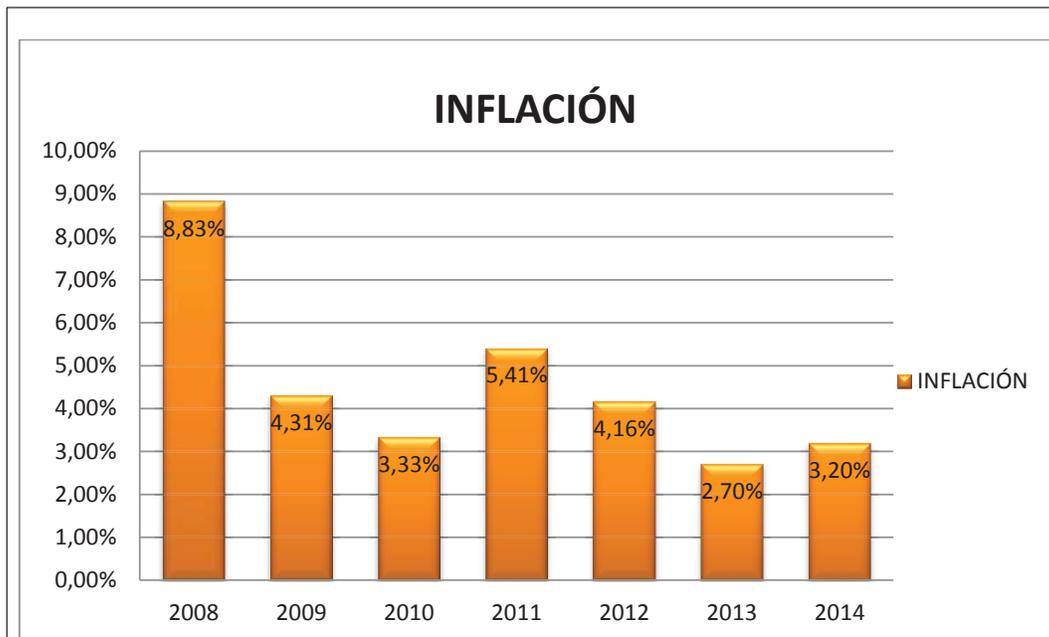
Los factores económicos y regulatorios existentes en la industria son los siguientes:

**Inflación:** se trata del aumento de los precios o la depreciación de la moneda; afecta de manera directa a la industria ya que si esta sube las personas podrían dejar de asistir a los servicios ofrecidos.

**Tabla 3. Inflación Anual**

Tomado de: Banco Central del Ecuador

AÑO	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>INFLACIÓN</b>	8,83%	4,31%	3,33%	5,41%	4,16%	2,70%	3,2%



**Figura 7. Inflación Anual**

**Modificado de:** Banco Central del Ecuador

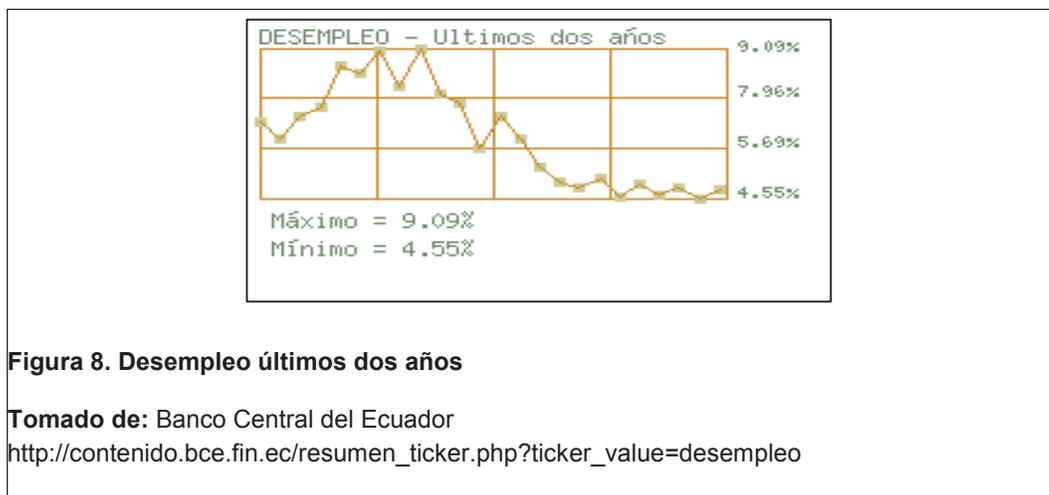
<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201312.pdf>

De acuerdo a los datos proporcionados por el Banco Central del Ecuador (2013, Inflación Mensual, Anual y Acumulada), la inflación en el año 2008 se incrementó considerablemente llegando a un 8,83% debido a una serie de acontecimientos nacionales como: el aumento de impuestos a los automóviles, además de la crisis que existió a causa de la dolarización.

Sin embargo, se puede ver que en el año 2009 disminuye a 4,31% ya que se estabilizaron los precios de la materia prima. En el año 2010 llega a un 3,33% mientras que en el 2011 se incrementa a 5,41% por causa de que los precios se elevaron por sobre la tasa inflacionaria del 3,33% del año 2010. Entre el 2012 y el 2013, la inflación disminuyó ocasionando variación de los precios dentro del mercado.

El presidente Rafael Correa, proyecta cerrar el año 2014 (El Universo, 2013, economía), con una inflación del 3,20%; con un aumento del 0,50% con respecto al año 2013. Lo que afectará a la población ya que los precios de los servicios y productos suben, sin que suceda lo mismo con los salarios. Al ser la industria de Enseñanza Deportiva un servicio que no es de primera necesidad un incremento en la inflación si afectará al mercado.

**El Desempleo:** es un indicador muy importante para los negocios, ya que mientras más trabajo tenga la población, más facilidades tienen para acceder a los servicios.



La tendencia del desempleo en estos dos últimos años ha disminuido en un 50,06%, estabilizándose en 4,55%, lo que es favorable para la industria ya que al tener más ciudadanos empleados que reciben un salario, podría provocar un aumento en la demanda de bienes y servicios.

## Tasas de Interés:

Tasas de Interés			
MARZO 2014 (*)			
1. TASAS DE INTERÉS ACTIVAS EFECTIVAS VIGENTES			
Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial para el segmento:	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima para el segmento:	% anual
Productivo Corporativo	8.17	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.53	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.20	Productivo PYMES	11.83
Consumo	15.91	Consumo	16.30
Vivienda	10.64	Vivienda	11.33
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.44	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	25.20	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.82	Microcrédito Minorista	30.50
2. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS PROMEDIO POR INSTRUMENTO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Depósitos a plazo	4.53	Depósitos de Ahorro	1.41
Depósitos monetarios	0.60	Depósitos de Tarjetahabientes	0.63
Operaciones de Reporto	0.24		
3. TASAS DE INTERÉS PASIVAS EFECTIVAS REFERENCIALES POR PLAZO			
Tasas Referenciales	% anual	Tasas Referenciales	% anual
Plazo 30-60	3.89	Plazo 121-180	5.11
Plazo 61-90	3.67	Plazo 181-360	5.65
Plazo 91-120	4.93	Plazo 361 y más	5.35

**Figura 9. Tasa de Interés**

**Tomado de:** Banco Central del Ecuador

<http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>

Un factor económico prioritario es la tasa activa de interés; en especial cuando el financiamiento del proyecto se lo realizará a través de un préstamo. El gobierno en los últimos años ha fomentado la producción nacional, por esta razón ha establecido el valor de este indicador en 8,17% anual si se trata de un crédito comercial corporativo, en el caso de ser empresarial el valor de la tasa de interés es de 9,53% y para las Pymes de 11.20%.

## Factores Políticos:

La estabilidad de un país es un factor importante que puede beneficiar o perjudicar a las empresas y negocios. En la actualidad, el presidente Rafael Correa está cursando su tercer mandato, lo cual es positivo para el país ya que

ha traído estabilidad política; además ha implementado políticas para estimular a la producción nacional. El gobierno ha apoyado también a la administración pública y ha ejecutado muchas obras de infraestructura y vivienda.

Por otra parte, el gobierno ha otorgado microcréditos a la pequeña y mediana empresa, generando confianza en el sistema financiero y beneficios hacia los clientes.

### **Factores Tecnológicos:**

Para abrir un negocio que brinde el servicio de enseñanza deportiva se requiere de equipos de vanguardia (medidor de grasa, máquinas e implementos para gimnasios, etc.) los cuales deben poseer tecnología de punta. El factor tecnológico es muy importante ya que constantemente los equipos se actualizan, por ende los negocios también.

### **Factores Regulatorios:**

Para establecer un negocio en la industria de Enseñanza Deportiva y Recreativa, se debe cumplir con los requisitos impuestos por el estado o por los organismos gubernamentales. Los factores regulatorios son los siguientes:

- El Ministerio de Salud Pública (2014, Requisitos para Establecimientos Nuevos), autoridad sanitaria establece que para el funcionamiento de un gimnasio es necesario tener los siguientes documentos:
  - Planilla de Inspección.
  - Copias de los títulos de los Profesionales Endocrinólogo y Nutricionista, (en caso de centro de reducción de peso). Médico (en caso de centro de cosmetología y estética).
  - Copia del título Profesional Licenciado(a) en Educación física – gimnasios.

- Copia del Certificado del título emitido por el Conesup.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión).
- Certificado de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.
- El Ministerio de Inclusión Económica y Social junto con el INFA, establecen que para la apertura de una instalación dedicada al cuidado de menores de edad es necesario cumplir con las normas básicas: de espacio técnico, personal capacitado (cuya cantidad dependerá del número de niños) y un programa curricular.
- En cuanto a los requisitos del **Municipio** son los siguientes:
  - Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento.
  - Copia del RUC actualizado.
  - Copia de Cédula de Identidad o Ciudadanía de Representante Legal.
  - Copia de Papeleta de Votación del Representante Legal.
  - Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos.
  - Copia de la Escritura de Constitución.
  - Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio).
  - Certificado Ambiental Vigente
- Para registrar la marca en el **IEPI** (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual) es necesario seguir un procedimiento que dura aproximadamente entre 7-10 meses.
- A nivel de las **importaciones**, tenemos que toda persona natural o jurídica que haya sido registrados como importador en el sistema ECUAPASS y aprobado por el Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador está en la capacidad de importar. Sin embargo según el Comité de Comercio Exterior (Comex) hay maquinaria que no debería pagar impuestos y ahora se está cobrando.

Esto perjudica a los empresarios debido a que el valor de los aranceles es alto, lo que podría detener el desarrollo del negocio.

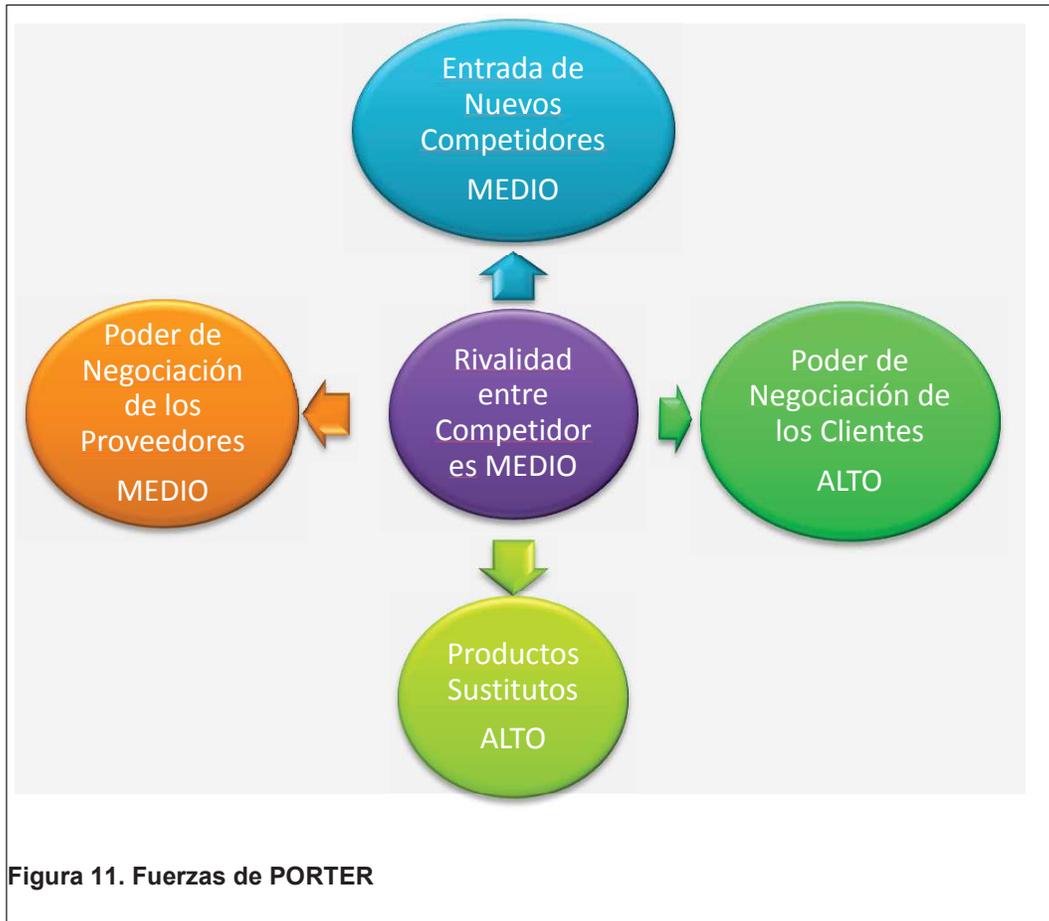
#### 2.1.4. CANALES DE DISTRIBUCIÓN



Figura 10. Canal de Distribución

Dentro de la Industria de Enseñanza Deportiva y Recreativa, la mayoría de los negocios que se desarrollan ofrecen servicios a la población. Para vender estos servicios al comprador final lo hacen de manera directa. Según Kotler y Armstrong (2008, p. 302), a esta función se la conoce como canal de distribución directo; es decir sin intermediarios. Esto es una oportunidad para los negocios que están dentro de esta industria, ya que la distribución será menos costosa.

### 2.1.5. LAS 5 FUERZAS DE PORTER



#### **Barreras de entrada para nuevos competidores**

En la actualidad, la industria de enseñanza deportiva y recreativa está creciendo moderadamente en el país. Aproximadamente en un porcentaje del 10,52% como se menciona en el capítulo 2 en el análisis del PIB de Servicios; sin embargo para implementar un negocio se necesita de una inversión media alta. Otro factor a considerar, es el tema de la localización del establecimiento y de las adecuaciones que se deben hacer al lugar.

Por esas razones, las barreras de entrada para nuevos competidores dentro de la industria o del negocio son MEDIAS.

### **Poder de negociación de los proveedores**

En la industria de enseñanza deportiva existen dos principales proveedores. Por un lado, se encuentra el talento humano (profesores, instructores) de los cuales una cantidad mínima cuenta con los estudios culminados. Este grupo pequeño cuando son contratados pueden estar negociando su salario, el horario de trabajo, beneficios, entre otras cosas.

Del otro lado, se encuentran también las diferentes compañías que ofrecen artículos y maquinaria deportiva a los diferentes negocios, donde la negociación se da en lo correspondiente a rebajas en precio y envío de la maquinaria o artículos adquiridos por el cliente.

Debido a lo explicado anteriormente, se llegó a la conclusión que el poder de negociación de los proveedores es MEDIA.

### **Poder de negociación de los clientes**

En la industria de enseñanza deportiva y recreativa existen varios servicios que pueden satisfacer las necesidades de los potenciales clientes. Se puede participar de clases gratuitas impartidas por los programas del gobierno; así como también el asistir a un gimnasio de barrio o a las diferentes opciones de negocios que conforman la industria.

Al tener algunas alternativas los clientes pueden comparar el servicio, los precios, la preparación de los profesores, la ubicación, la infraestructura, entre otras características y elegir el que mejor se adapte a sus necesidades. Los negocios que deseen entrar en este mercado deben buscar la forma de llegar a

los clientes, de manera que escojan el servicio ofertado. El poder de negociación de los compradores es ALTO.

### **Amenaza de productos sustitutos**

Existe una serie de programas sustitutos que de alguna forma satisfacen las necesidades de los clientes, por ejemplo: gimnasios, programas deportivos del gobierno (bailo terapia, aeróbicos), clubes deportivos, los diferentes cursos proporcionados por las distintas federaciones deportivas, las actividades recreativas y deportivas que ofrecen los country clubes, clases de baile, entre otros. Además se trata de una industria selectiva, donde los consumidores tienen las capacidades y las posibilidades de probar algunas opciones.

Para competir en el mercado y obtener ganancias, depende mucho de la diferenciación que ofrezcan los negocios, de posicionarla y de que el cliente las perciba. La amenaza de productos sustitutos dentro de la industria de enseñanza deportiva recreativa es ALTA.

### **Rivalidad entre empresas competidoras**

En vista de que la industria se encuentra en la etapa de crecimiento llegando a un nivel medio, muchos competidores querrán entrar al mercado con servicios similares o diferentes; ocasionando un ambiente de alta competitividad, donde las utilidades pueden disminuir y dar comienzo a una guerra de precios que podría afectar a la industria y dañar el mercado.

Para poder competir en el mercado y contrarrestar a la competencia, se debe enfocar en la ventaja competitiva del negocio, en darla a conocer y hacer de

ella una experiencia de deleite para los clientes. La intensidad de la rivalidad entre empresas competidoras es MEDIA.

## **2.2. LA COMPAÑÍA Y EL CONCEPTO DE NEGOCIO**

### **2.2.1. LA IDEA Y EL MODELO DE NEGOCIO**

La idea del negocio es la de crear un Centro Integral Deportivo llamado “Iron Women – Iron Kids” el cual se preocupará por la salud y el bienestar de la mujer. Además de ofrecer en un solo lugar un gimnasio que permite el entrenamiento deportivo simultáneo de madres e hijos (1 a 5 años).

La principal ventaja competitiva del Centro Integral Deportivo es el beneficio que tienen las madres de estar ejercitándose y cuidando de su salud, mientras sus hijos (1 a 5 años) se divierten realizando actividades acorde a sus edades. El enfoque del servicio para los menores se basa en actividades lúdicas que se realicen bajo techo para niños y niñas de una manera natural, amena y divertida.

En cuanto a la mujer moderna, la ventaja competitiva consiste en que puedan sentirse bien, cuidando de su salud en lugar limpio, moderno y con un excelente ambiente femenino. Todo en un solo lugar, cuidando los detalles y asegurándonos de que las clases sean impartidas por profesionales.

Integrando todos los aspectos mencionados, la apertura del Centro Integral Deportivo llamado “Iron Women – Iron Kids” dará buenos resultados.

## 2.2.2. ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA

### Tipo:

Sociedad Anónima

### Nombre:

Centro Integral Deportivo “Iron Women – Iron Kids”

### Domicilio Fiscal:

Calle Eloy Alfaro y 6 de Diciembre, sector La Coruña.

### Representante legal:

Daniela Salazar González

### Socios:

- Daniela Salazar
- Paola Revelo
- Fernando Torres
- Saulo Jiménez
- Denisse Bravo

## 2.2.3. MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS

### Misión

Somos una empresa que ofrece un servicio vanguardista para la ejecución de los mejores y más avanzados ejercicios para promover la salud y el bienestar de la mujer. Contamos con especialistas para el cuidado de los niños, además con las mejores instalaciones, estancia infantil y clases personales. Nos enfocamos en la mujer moderna, brindando los mejores horarios y la mayor cantidad de clases durante el día con instructores certificados que en todo momento cuidaran de tu cuerpo.

## Visión

Ser para el 2019, el primer Centro Integral Deportivo líder de la ciudad de Quito que se preocupa por la salud de las mujeres y el bienestar de los niños.

## Objetivos

Tabla 4. Objetivos

### CORTO PLAZO

- Contar con instructores capacitados, que posean un buen método de enseñanza; capacitarles al menos una vez al año.
- Desarrollar campañas de publicidad para posicionar al centro a través de alianzas estratégicas para promocionar al mismo.
- Desarrollar una instancia infantil, donde los infantes disfruten mientras sus madres están ejercitándose a través de actividades lúdicas.
- Desarrollar un ambiente muy femenino en el negocio a través de la constante innovación de las actividades deportivas.

### MEDIANO PLAZO

- En un periodo de tres años, ampliar nuestro portafolio de servicios; a través de la innovación y del estar escuchando a nuestros clientes.
- En un periodo de tres años contar un promedio de 25 personas en las clases que se impartirán.
- Lograr un 15 % de posicionamiento en la ciudad de Quito, a través de campañas publicitarias y del boca a boca por parte de nuestros clientes.

### LARGO PLAZO

- En 6 años, abrir un nuevo local con una capacidad mayor en el que se pueda impartir clases a un promedio de 40 personas por sesión.
- Consolidar la imagen del Centro basada en un servicio de calidad con alto sentido de responsabilidad, estar posicionado en la mente

---

de los clientes como la mejor opción para hacer entrenamiento simultáneo con sus hijos a través de campañas de fidelización.

---

### **2.3. EL PRODUCTO Y/O SERVICIO**

El negocio en sí se trata de la construcción e implementación de un gimnasio solo para mujeres además de una estancia infantil, donde los niños (1 a 5 años) puedan realizar actividades lúdicas acorde a sus edades.

Para las mujeres ya no será un pretexto el cuidado de sus hijos; al contrario podrán asistir a “Iron Women – Iron Kids” y estar tranquilas mientras se ejercitan, ya que personas capacitadas cuidarán de ellos. El local estará ubicado en el sector de la Coruña. Será un lugar moderno, limpio y con un excelente ambiente femenino.

Para iniciar el negocio, contaremos con tres actividades: spinning, TRX y pilates. Además de una zona de uso múltiples para clases grupales donde se impartirá boom'dance, clases personales y una vez al mes se invitarán a especialistas para impartan tips de cómo cuidarnos y vernos cada vez más lindas y saludables.

- El spinning es considerado un entrenamiento "súper aeróbico" muy eficaz para quemar calorías, mejorar el sistema cardiovascular respiratorio y el fortalecimiento de tus piernas, caderas y glúteos.
- El TRX conocido también como la rutina de las famosas. Es una solución efectiva y versátil para el entrenamiento, independientemente de la edad, o el nivel de condición física del usuario. Ideal para ti.
- Pilates, una técnica que ofrece una alternativa para adelgazar o tonificar los músculos sin pasar por tanto sudor. Los ejercicios del Pilates se basan en coordinación, respiración y movimientos precisos.

- Boom'dance se trata de 50 minutos de baile y movimientos al ritmo de los temas del momento y los clásicos de siempre. Se trata de un entrenamiento cardiovascular, es ideal para una salida con amigos.

Todas las clases serán impartidas por instructores capacitados. La zona de camerinos estará siempre limpia; el centro cuenta con lockers donde podrán dejar las pertenencias, además de que puedan disfrutar de un refrescante baño y seguir con sus actividades diarias.

En cuanto a los servicios para los niños se ofrecerá actividades que ayuden a su estimulación temprana, ejercicios de coordinación y lateralidad, talleres de pintura, videos y deportes bajo techo para niños y niñas de una manera natural, amena y divertida

Las mujeres que desean ser socias del Centro Integral Deportivo "Iron Women – Iron Kids" lo podrán hacer mediante dos formas: pagos mensuales o membrecías semestrales o anuales. Todas las usuarias deberán pagar una matrícula anual. En el caso de que la mujer vaya con sus niños, se deberá cancelar por ellos también un pago mensual o a su vez una membrecía.

## 2.4. ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO Y CRECIMIENTO

### Estrategia de Ingreso al Mercado



**Figura 12. Las Cuatro Estrategias Básicas**

**Modificado de:** Lambin, J., Gallucci, C. y Sicurello, C. (2009). Dirección de Marketing: Gestión Estratégica y Operativa del Mercado

Para ingresar al mercado, se deberá elegir una de las cuatro estrategias competitivas básicas. Para el Centro integral deportivo vamos a escoger la estrategia ESPECIALISTA. Según Lambin, Gallucci, y Sicurello (2008, p. 287), “la estrategia especialista se concentra en las necesidades de un segmento particular, sin intentar cubrir todo el mercado”.

Se ha seleccionado esta estrategia en vista de que el servicio está enfocado en las necesidades de un segmento en particular que son las mujeres, a quienes se les va a ofertar un servicio sólo para ellas.

### Estrategias de Crecimiento

Para obtener utilidad y obtener ganancia en el negocio, se implementará la estrategia de DESARROLLO DE PRODUCTO, “la cual consiste en aumentar las

ventas, desarrollando servicios nuevos o mejorados” (Kotler y Armstrong, 2008, pp. 245).

La forma en la que se va a ejecutar la estrategia, es ofreciendo un lugar de entrenamiento sólo para mujeres, dónde podrán sentirse cómodas en un lugar moderno y femenino enfocado en ellas. Además de explotar, la principal ventaja competitiva del centro “el ofrecer a las madres la posibilidad de que realicen entrenamiento deportivo simultáneo con sus niños”. A través del entrenamiento simultáneo, las madres podrán estar seguras del cuidado de sus hijos, lo que les permitirá poder cuidar de ellas.

## **2.5. ANÁLISIS FODA**

### **FORTALEZAS**

- El centro integral posee una ventaja competitiva bien clara para el segmento de las madres y el de las mujeres.
- Instalación y equipos nuevos para el centro.
- Contratación de personal capacitado.
- Ambiente limpio, femenino y moderno.

### **OPORTUNIDADES**

- Estabilidad política en el país, el gobierno ha permanecido por periodos completos.
- PIB en crecimiento, las personas poseen mayor poder adquisitivo.
- Tasa de interés estable, se puede realizar un préstamo para llevar a cabo el negocio.
- Reducción de la tasa de desempleo, población cuenta con poder adquisitivo.
- Industria en crecimiento oportunidad para expandir el negocio.

- Integración de mayor cantidad de mujeres a la práctica deportiva (Vidactiva, 2014, Artículos).
- Ampliar la cantidad de servicios.
- Para la publicidad se puede usar las redes sociales, o los diferentes servicios que ofrece el Internet.

### **DEBILIDADES**

- Servicio nuevo no posicionado en el mercado.
- Financiamiento alto, se necesita capital propio y préstamo.
- Falta de experiencia en el manejo de este negocio.

### **AMENAZAS**

- El incremento de la inflación, perjudicará a nuestro negocio ya que se deberá subir los precios en la misma proporción.
- Competencia en la Industria.
- Variedad de productos sustitutos.
- Aranceles impuestos por el gobierno a las importaciones.

## Matriz de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas FODA

Tabla 5. Matriz FODA

	<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El centro integral posee una ventaja competitiva bien clara para el segmento de las madres y el de las mujeres.</li> <li>2. Instalación y equipos nuevos para el centro.</li> <li>3. Contratación de personal capacitado.</li> <li>4. Ambiente limpio, femenino y moderno.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Servicio nuevo no posicionado en el mercado.</li> <li>2. Financiamiento alto, se necesita capital propio y préstamo.</li> <li>3. Falta de experiencia en el manejo de este negocio.</li> </ol>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Estabilidad política en el país.</li> <li>2. PIB en crecimiento, las personas poseen mayor poder adquisitivo.</li> <li>3. Tasa de interés estable, se puede realizar un préstamo para llevar a cabo el negocio.</li> <li>4. Reducción de la tasa de desempleo, población cuenta con poder adquisitivo.</li> <li>5. Industria en crecimiento oportunidad para expandir el negocio.</li> <li>6. Integración de mayor cantidad de mujeres a la práctica deportiva (<a href="http://www.vidactiva.com.ec">www.vidactiva.com.ec</a>).</li> <li>7. Ampliar la cantidad de servicios.</li> <li>8. Para la publicidad se puede usar las redes sociales, o los diferentes servicios que ofrece el Internet.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ampliar la gama de servicios (ejercicios) tanto para las mujeres como las actividades lúdicas para los infantes. (F:1; O:7) (Penetración)</li> <li>2. Abrir un nuevo local con la integración de más servicios, personal y disciplinas. (F:1,2,3,4; O:5,7,3) (Diversificación)</li> <li>3. Ofrecer un porcentaje de descuento a la inscripción, cuando vengan dos o más mujeres con sus hijos. (F:1,4; O:1,6,8) (Penetración).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ofrecer talleres enfocados en temas del cuidado personal, imagen, crecimiento personal, salud. (D:1; O:7,3,6) (Diversificación)</li> <li>2. Lanzar una campaña publicitaria por correo, además de promociones por las redes sociales. (D:1; O:8) (Penetración)</li> <li>3. Contratar al personal adecuado para brindar un buen servicio y fidelizar a las socias. (D:1; O:4,5,6) (Penetración)</li> </ol>
<b>AMENAZAS</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>DEBILIDADES Y AMENAZAS</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. El incremento de la inflación, perjudicará a nuestro negocio ya que se deberá subir los precios en la misma proporción.</li> <li>2. Competencia en la Industria.</li> <li>3. Variedad de productos sustitutos.</li> <li>4. Aranceles impuestos por el gobierno a las importaciones.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anunciar a través de campañas de publicidad la ventaja del Centro frente a la competencia. (F:1; A:2,3) (Penetración)</li> <li>2. Realizar alianzas con peluquerías, spas para promocionar al servicio. (F:1,2,3,4; A:2,3) (Diversificación)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Innovar continuamente los servicios, además de mejorar la estética del lugar, escuchando a los clientes. (D:1,3; A:1) (Penetración)</li> <li>2. Implementar estrategias de marketing que permitan al cliente distinguir la ventaja del servicio, de esta manera fidelizarlas. (D:1,2; A:2,3) (Penetración)</li> </ol>

## Matriz de Evaluación de los Factores Externos – EFE

Tabla 6. Matriz EFE

Factores externos claves	Ponderación	Clasificación	Puntuaciones ponderadas
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Estabilidad política.	0,04	2	0,08
Poder de adquisición de los consumidores.	0,16	4	0,64
Tasa de interés estable.	0,04	2	0,08
Industria en crecimiento.	0,14	3	0,42
Mayor integración de las mujeres a la práctica deportiva.	0,16	4	0,64
Ampliar la cantidad de servicios	0,08	2	0,16
<b>AMENAZAS</b>			
Incremento de la inflación.	0,08	2	0,16
Competencia en la industria.	0,13	3	0,39
Productos sustitutos.	0,14	3	0,42
Aranceles a las importaciones.	0,03	1	0,03
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3,02</b>

La matriz EFE permite analizar y evaluar los factores externos (oportunidades y amenazas), además de plantear estrategias para reducir las amenazas y minimizarlas aprovechando las oportunidades que presenta el mercado. El resultado de la matriz fue de 3,02 que se encuentra sobre el promedio (2,5). Lo que muestra que los factores externos son altos y pueden ser aprovechados.

## Matriz de Evaluación de los Factores Internos - EFI

Tabla 7. Matriz EFI

Factores externos claves	Ponderación	Clasificación	Puntuaciones ponderadas
<b>FORTALEZAS</b>			
Ventaja competitiva.	0,20	4	0,80
Ambiente limpio, moderno y femenino	0,16	4	0,64
Personal capacitado.	0,16	4	0,64
Instalación y equipos nuevos.	0,13	3	0,39
<b>DEBILIDADES</b>			
Servicio nuevo, no está posicionado.	0,10	1	0,10
Financiamiento alto.	0,15	1	0,15

Falta de experiencia en el manejo del negocio.	0,10	2	0,20
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,92</b>

La matriz EFI es una herramienta que analiza y evalúa las fortalezas y debilidades de la empresa; a sí mismo cruzando variables se puede formular estrategias que ayudan a la organización. La ponderación de la matriz EFI dio como resultado 2,92; comparando con el promedio de 2,5 el resultado muestra que el Centro integral deportivo tiene una posición interna fuerte.

### **3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y SU ANÁLISIS**

El siguiente capítulo tiene como finalidad recolectar información importante para la introducción del nuevo servicio, además de estudiar y analizar la respuesta del mercado frente al Centro Integral “Iron Women - Iron Kids”.

Se obtendrá información específica sobre el tamaño del segmento de mercado, gustos y preferencias del consumidor, frecuencia de consumo y demás aspectos que permitirán formular las estrategias adecuadas para satisfacer las necesidades de los clientes.

#### **3.1. DETERMINACIÓN DE LA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**

En la actualidad, la tendencia hacia la práctica deportiva está creciendo dentro del país y en las mujeres se ha visto aún más. Según el portal web de la revista Vidactica (2014, Artículos), se debe destacar la presencia femenina en los diferentes escenarios deportivos del país. Gracias a la integración de las mujeres a los diferentes deportes, los negocios que ofertan los diferentes servicios han aumentado. Dentro de estos negocios se encuentran los gimnasios los cuales en su mayoría cuentan con la presencia de los dos géneros.

Sin embargo existe un porcentaje de mujeres que han dejado de realizar actividades deportivas por algunos factores entre ellos: falta de tiempo, el cuidado de los niños, trabajo, etc. En vista de que el cuidado de los niños se ha convertido en una causa para dejar de entrenar; esta amenaza es una gran oportunidad para nosotros. Por lo que se abrirá un gimnasio que permita el entrenamiento simultáneo con niños entre 1 a 5 años de edad. La finalidad es que tanto la madre como los niños puedan cuidar de su salud y estar seguros de encontrarse en un solo lugar.

### 3.2. PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN

Evaluar las tendencias y hábitos de los clientes potenciales y las características principales a la hora de escoger el servicio.

Este análisis ayudará a conocer el porcentaje de mujeres que realizan actividad física; la frecuencia con la que asisten al gimnasio. Además permitirá conocer cuántas madres están dispuestas a inscribirse en un gimnasio que ofrezca la oportunidad de entrenar de manera simultánea con sus niños, los horarios en los que prefieren llevarlos y que servicio les gustaría encontrar para los infantes.

### 3.3. OBJETIVO GENERAL

Identificar al mercado potencial y la aceptación que el servicio tendría en el mercado.

### 3.4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar las características del mercado.
- Conocer cuál va hacer el posible porcentaje de la demanda.
- Identificar las características importantes para el cliente al momento de elegir el servicio.

### 3.5. NECESIDAD DE INFORMACIÓN

#### 3.5.1. PREGUNTAS, OBJETIVOS E HIPÓTESIS

Tabla 8. Preguntas, Objetivos e Hipótesis

PREGUNTA	OBJETIVO	HIPÓTESIS
¿Con qué frecuencia asiste al gimnasio en la semana?	Conocer la frecuencia de entrenamiento de las mujeres en los gimnasios.	Tres veces por semana
¿Cuáles son las razones por las que eligió el	Determinar las razones por las que eligió el	Las razones por las que eligió el gimnasio son: la

gimnasio?	gimnasio.	cercanía, precio, instructores.
¿Qué factor le motivó a inscribirse en el gimnasio?	Investigar los motivantes para que realice ejercicio.	Las mujeres se inscriben en un gimnasio por que desean verse bien y estar saludables.
¿Estaría interesada en asistir a un gimnasio sólo para mujeres?	Averiguar si las mujeres estarían dispuestas a ir a un gimnasio sólo para mujeres.	Las mujeres si estarán dispuestas a asistir a un gimnasio sólo para ellas.
¿Está consciente de que los niños necesitan practicar actividades lúdicas en los primeros años de edad?	Saber si las madres están interesadas en la práctica lúdica de sus niños.	Las madres conocen que es beneficios la práctica de actividades lúdicas en los niños.
¿Estaría dispuesta a ir a un centro integral dónde pueda realizar entrenamiento simultáneo con sus hijos?	Conocer si las madres estarían dispuestas a ir al centro integral con sus hijos.	Las madres si están interesadas en asistir a un gimnasio para ellas y para sus niños.
¿Conoce de algún gimnasio que brinde la posibilidad del entrenamiento simultáneo?	Identificar a la competencia.	No conoce ningún gimnasio que brinde el mismo servicio.
¿Recomendaría este gimnasio a sus amigos o familiares?	Identificar si las mujeres estarían dispuestas a recomendar el gimnasio.	Si recomendarían el servicio.
¿A través de que medio le gustaría conocer el servicio de “Iron Women – Iron Kids”	Conocer el medio de comunicación más utilizado por el segmento.	El segmento utiliza las redes sociales y la radio.
¿Cuánto estaría dispuesta a pagar por el servicio para usted y para su niño?	Indagar el rango de precios que las mujeres estarían dispuestas a pagar.	Las mujeres están dispuestas a pagar entre USD 75 – 85 mensuales.
¿En cuanto al servicio que le llama más la atención: el ser un gimnasio femenino o el entrenamiento simultáneo con sus niños?	Determinar el atributo que más le llamó la atención a las mujeres para utilizarlo adecuadamente en la publicidad.	El atributo que más les interesó fue el entrenamiento simultáneo.

### **3.6. SEGMENTACIÓN DE MERCADO**

A través de la segmentación de mercado se podrá seleccionar a los posibles compradores del servicio, además de poder estudiarlos y conocer su comportamiento, hábito de compra, etc.

#### **3.6.1. SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA**

Distrito Metropolitano de Quito (Secretaría Territorio, Habitat y Vivienda, 2010, Demografía Barrios), zona Centro Norte y Cumbayá. Total 420001 habitantes.

#### **3.6.2. SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA**

- Género: Femenino
- Edad: Entre 25 a 54 años
- Nivel Socio Económico: Clase medio-alto y alto
- Estructura Familiar: Con hijos; niños entre 1 a 5 años
- Profesión: Profesional con título / amas de casa

#### **3.6.3. SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA**

Mujeres que se preocupan por su bienestar, que sean emprendedoras y llenas de energía. Personas dispuestas a cuidar de ellas al igual que de sus hijos y estén prestas a aprovechar el tiempo a través de un entrenamiento simultáneo con sus niños.

#### **3.6.4. MERCADO OBJETIVO**

El mercado objetivo del Centro Integral Deportivo son las mujeres que viven en la zona de Cumbayá y Centro Norte del Distrito Metropolitano de Quito, que están entre la edad de 25 a 54 años y que son madres de niños entre 1 a 5 años.

### 3.7. TAMAÑO DE MERCADO Y TENDENCIAS

De acuerdo con el último censo de población y vivienda realizado en el año 2010 por el INEC (2010, Resultado Censo de Población) indica que en la ciudad de Quito existen 1.150.380 de mujeres. Para poder alcanzar el mercado objetivo y el mercado potencial que se pretende alcanzar en el futuro se debe segmentar.

- **Mercado potencial**

220891 mujeres que viven en el Distrito Metropolitano de Quito, zona Centro Norte y Cumbayá (Secretaría Territorio, Habitat y Vivienda, 2010, Demografía Barrios).

- **Mercado disponible**

47116 mujeres de 25 a 54 años que habitan en Quito, en la zona Centro Norte y Cumbayá (Secretaría Territorio, Habitat y Vivienda, 2010, Demografía Barrios).

El Centro Integral Deportivo es un gimnasio para todas las mujeres, desde los 15 hasta los 65 años. Sin embargo la segmentación se la realizará orientada hacia nuestro factor diferenciador; es decir enfocado en mujeres con niños entre 1 y 5 años.

- **Mercado objetivo**

Necesitamos conocer el número de mujeres que poseen hijos entre 1 a 5 años; sin embargo este dato no esté en el INEC. Por lo que se va a obtener este dato a través de:

Total de niños que vive en la zona Centro Norte y Cumbayá es de 34936 (Secretaría Territorio, Habitat y Vivienda, 2010, Demografía Barrios).

Según el INEC (2010, Promedio de Personas por Hogar a Nivel Nacional), la población promedio por hogar es de 3,78 (miembros por hogar).

Por tanto dividimos el número total de niños sobre el número de miembros por hogar. Es decir poseemos 9242 hogares; asumimos que cada hogar posee una madre (9242 madres).

Según el INEC (2010, Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales), el 13,1% de la población pertenece al nivel socioeconómico

medio-alto y alto; es decir un total de 1210 mujeres entre 25 y 54 años, que habitan en Quito, en la zona Centro Norte y Cumbayá. Poseen al menos un hijo de entre 1 a 5 años de edad.

### 3.8. NECESIDADES DE INFORMACIÓN

Tabla 9. Necesidades de Información

VARIABLE	NECESIDAD DE INFORMACIÓN	FUENTE		METODOLOGÍA
		PRIMARIA	SECUNDARIA	
CLIENTES	Mercado Objetivo	X		Encuestas, entrevistas, grupos focales
	Ubicación Geográfica	X		
	Situación Demográfica	X		
	Dispuestos a adquirir el servicio	X		
	Aceptación del servicio	X		
	Gustos y preferencias	X		
	Aceptación del precio	X		
	Canales de comunicación	X		
COMPETENCIA	Cuántos locales existen		X	Observación, navegación página web de cada empresa
	Portafolio de servicio		X	
	Valor agregado	X		
	Ubicación		X	
	Segmentos atendidos	X		
	Precios que manejan		X	
PRODUCTOS SUSTITUTOS	Canal de comunicación		X	Navegación página web de cada empresa
	Conocer los productos sustitutos		X	
	Segmentos a los que se dirigen		X	
	Precios que manejan		X	

### 3.9. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN

Para realizar la investigación de mercados utilizaremos dos métodos: cualitativa y cuantitativa, los que proporcionarán información que será útil para la toma de decisiones.

#### 3.9.1. DEFINICIÓN DE LA INFORMACIÓN NECESARIA

Se dará inicio con la investigación exploratoria (estudio cualitativo) para poder hallar comportamientos y reacciones del consumidor; y concluiremos con la

investigación descriptiva, donde nos centraremos en las características específicas del cliente y la comprobación de la hipótesis generada.

### **3.9.2. ANÁLISIS DE DATOS SECUNDARIOS**

Los datos secundarios son la información previamente publicada o recolectada con otros fines muy distintos a los de nuestra investigación de mercado. Para la elaboración del capítulo 2 obtuvimos la información a partir de fuentes gubernamentales, páginas web de competidores y proveedores. Esta información ayudó a obtener más conocimientos sobre la industria, la competencia y es un punto de partida para continuar con los datos primarios.

### **3.9.3. INVESTIGACIÓN CUALITATIVA**

Según Malhotra (2008, p. 143), “la investigación cualitativa aporta con conocimientos y comprensión del problema a través de muestras pequeñas”. Para la investigación se aplicó la investigación exploratoria mediante entrevistas con expertos y grupos de enfoque.

#### **3.9.3.1. Entrevista a Expertos**

Se llevaron a cabo tres entrevistas con personas de diferentes empresas, pero pertenecientes a la misma industria. Según Malhotra (2008, pp.158-159), de las entrevistas se puede obtener información de manera directa.

#### **Metodología:**

Se planteó preguntas a los entrevistados en relación con su campo profesional, durante un lapso de 10 a 15 minutos. Las entrevistas fueron realizadas a 3 personas que están involucradas en la industria de enseñanza deportiva y recreativa; las mismas que fueron grabadas con el permiso de las personas

involucradas. (Ver Anexo 2). Entre las preguntas que se hicieron tenemos a las siguientes:

- ¿Cómo surgió la idea del negocio?
- ¿Cuál es el promedio de asistentes por clases?
- ¿Cuál es la ventaja competitiva del negocio?

### **Entrevista 1: Curves**

- Nombre: Marcela Andrade
- Cargo: Propietaria y administradora
- Fecha: 20 de marzo del 2014
- Lugar: Curves, Av. Amazonas y José Arizaga (frente a la Clínica de la Mujer).

### **Resultados**

- Marcela nos comentó que Curves es una franquicia de fitness para mujeres. Está 10 años en el mercado ecuatoriano, cuentan con 8 locales en Quito. Curves está abierto desde las 6:00 de la mañana hasta las 13:00; y en la tarde de 16:30 a 20:00, las señoras puedan asistir al gimnasio en cualquier horario y los instructores están siempre a disposición de las clientes. Cuentan con 300 socias que están entre las edades de 12 a 80 años.
- En cuanto a la ventaja competitiva, Marcela nos respondió que al ser la única cadena de gimnasios para mujeres, no compiten mucho. Las mujeres que van a Curves van hacer ejercicio, no a exhibirse; sino a trabajar de verdad, además de que se preocupan por ellas.
- Poseen varios perfiles en cuanto a sus clientes; en las mañanas asisten mujeres ejecutivas y personas mayores, a media mañana van las madres después de dejar a los niños en las escuelas, colegios; y en la tarde van chicas de colegios, universidades, personas adultas.

- Para promocionar el gimnasio en un comienzo realizaron pautas en radio, tv, volanteo; sin embargo el que más resultados les ha dado ha sido el boca a boca (una socia trae a otra socia).
- Curves es una comunidad de mujeres; una vez que ingresan no sólo se dedican hacer ejercicio, sino que entran a un plan completo dónde son evaluadas por una nutricionista que les dice que dieta deben seguir.

### **Conclusiones**

- Curves posee un factor diferenciador bien definido, que es el ser la primera franquicia ecuatoriana enfocada sólo en mujeres; a la cual la han sabido aprovechar lo que ha llevado a que posean actualmente 8 locales sólo en Quito.
- Marcela, nos comentó que dentro de las estrategias que han usado y les ha dado muchos resultados es el ofrecer paquetes corporativos a las distintas empresas. Es probable, que se pueda tomar la misma estrategia para la apertura del Centro Integral.

### **Entrevista 2: Phisique**

- Nombre: Ing. Javier Núñez
- Cargo: administrador
- Fecha: 21 de marzo del 2014
- Lugar: Phisique, Plaza de las Américas

### **Resultados**

- Phisique es un negocio familiar; la idea se la trajo desde afuera; cuando su fundadora regresó de sus estudios. Al llegar al país, analizó el mercado de enseñanza deportiva y vio que había una oportunidad de negocio ya que no existía algún gimnasio en el mercado que posea una estructura formal y empresarial.
- Decidieron abrir Phisique, el primero en Plaza de las Américas. Actualmente cuentan con dos más, en el Dann Carlton y en el Paseo

San Francisco, además de que tienen proyecciones para abrirlos en otras ciudades del país.

- En cuanto a los horarios, Javier nos comentó que tienen horas pico y días pico; las personas que más ejercicio hacen son de lunes a miércoles llegando a tener alrededor de 16 clases al día; y los otros días llegan a tener alrededor de 6 a 8 clases al día; el horario varía también dependiendo a los meses en el año. Por ejemplo en los locales de Quito en el verano, la afluencia de gente no varía mucho; sin embargo en Cumbayá si ya que la gente viaja al exterior. Los horarios picos son de 6 a 10 de la mañana y en la tarde desde las 6 hasta las 9 de la noche.
- El promedio de socios activos es de 670 en Plaza de las Américas. Su ventaja competitiva a nivel empresarial es el ser un gimnasio con una estructura bien definida (políticas, organigrama constituido, cultura organizacional, un grupo administrativo). En la parte de gimnasios siempre aportan al valor agregado del cliente, van más allá del aspecto físico; cuando una persona entra a Phisique le venden el encontrar un equilibrio y bienestar en la salud. Cuando las personas ingresan evalúan sus gustos, horarios, objetivos, combinado con las diferentes actividades que el gimnasio ofrece. Se les ofrece variedad de clases, ejercicios con la finalidad de no crear una rutina. Otra ventaja competitiva es que todas las actividades se las puede encontrar en un mismo lugar.
- En cuanto a la publicidad, pautan en cine, revistas, visitan colegios; pero lo que más les ha funcionado es el boca a boca. Su segmento pertenece a un nivel socio económico (medio alto y alto); el promedio de edad es desde los 16 hasta los 60 años, aunque también cuentan con personas de menor o de mayor edad.
- No han visto ningún impedimento con las socias que son madres; aunque a veces si les ha pasado que algunas madres no asisten porque no saben con quién dejar a sus hijos; por tal implementaron una alianza con el Gymboree.

## **Conclusiones**

- Se pudo conocer que Phisique es más que un gimnasio. Ellos buscan que cada usuario se sienta parte de ellos y los motivan a que no sólo vayan a ejercitarse, si no a que vayan a la práctica deportiva como un estilo de vida.
- Fue interesante conocer que realizan charlas en colegios, para atacar al segmento. En el caso del local de la Plaza de las Américas ellos tienen una ventaja adicional que es la alianza que tienen con Gymboree.

### **Entrevista 3: Cachorros - Centro de Preparación para el Parto y Estimulación Temprana**

- Nombre: Dr. Wilfrido León
- Cargo: Propietaria y gerente
- Fecha: 25 de marzo del 2014
- Lugar: Carlos Guarderas N47-192 y Benigno Donoso (Edif. León)

#### **Resultado**

- El Dr., nos comentó que abrieron el centro en vista de que no había un lugar que sea especialista en la estimulación temprana y que ofrezca el servicio de preparación para el parto en un solo lugar. Nos comentó que muchas mujeres iban a consultas y que él no siempre podía recomendarles un negocio que ofrezca estos servicios.
- El promedio de niños por clases es de 12, las sesiones duran entre 45 a 60 minutos.
- La ventaja competitiva del Centro frente a la competencia es que cuentan con personal capacitado; nos comentó también que son muy celosos con sus programas así que no brindan clases gratuitas.
- Definió a sus clientas como mujeres que entienden la importancia de la estimulación temprana de los niños.
- Los medios que han usado para darse a conocer ha sido volanteo, pero el que mayor resultado les ha dado es el boca a boca.

## **Conclusiones**

- El Dr. León nos recalcó que las mujeres que asisten a su centro, son aquellas madres que conocen el beneficio de la estimulación temprana en los niños.
- En las tres entrevistas, respondieron que el boca a boca ha sido la mejor estrategia que ha funcionado para cada negocio.
- Además, de que es muy importante que los consumidores o clientes estén conscientes de lo que van a hacer en cada lugar. Por ejemplo, en Curves las clientas saben que van a trabajar a buscar resultados; al igual que en Phisique que intentan hacer que el deporte sea parte de su vida.

### **3.9.3.2. Grupo Focal**

Es una técnica de mercadotecnia donde se reúne a un grupo de personas con un perfil específico previamente definido guiadas por un moderador que facilita una discusión a partir de su experiencia sobre el objetivo de la investigación; (Malhotra, 2008, p. 159).

## **Metodología**

Se seleccionaron los participantes según un perfil previamente definido – Filtro para reclutar a los participantes (Ver Anexo 3). El número mínimo para realizar el grupo focal es de ocho personas; para el caso del Centro Integral las participantes deben estar entre el rango de 25 a 54 años de edad. Se contó con un moderador, un camarógrafo y la participación de 9 mujeres. Para que las personas se familiarizaran con el servicio, se les dio una introducción del negocio, las preguntas que se realizaron puede encontrar en los anexos (Ver Anexo 4).

- Fecha: 6 de abril 2014
- Lugar: Pinar Alto

## Resultados

- Al mencionar el servicio, las participantes se interesaron por el negocio (7 de 9 mujeres mostraron afinidad). Por una parte las mujeres que no tenían niños dijeron que les parece interesante un gimnasio solo para mujeres (2 de 3 mujeres), aunque otro grupo muy reducido comentaron que prefieren estar en un gimnasio mixto (2 mujeres).
- En cuanto a las mujeres que tenían niños destacaron que la madre y el niño estarían tranquilos, ejercitándose sabiendo que los dos están en un mismo lugar aprovechando el tiempo (5 de 6 mujeres con hijos). Mencionaron también que se puede incentivar a los pequeños a la práctica de la actividad física.
- Un grupo de madres indicaron que llevarían más a sus niños los fines de semana, ya que entre semana es complicado por el tema de los horarios de trabajo. Por otro lado, las abuelas y las madres encargadas del cuidado de los infantes respondieron que prefieren ir entre semana en la mañana ya que los fines de semana son actividades familiares.
- Las madres jóvenes recomendaron que se podría incluir a los padres en esta actividad, ya que en ciertos casos los padres prefieren realizar deporte con los niños.
- La mayoría de las participantes considera que es un paradigma el hecho de que las mujeres se sientan intimidadas por los hombres al momento de ir al gimnasio.
- Las participantes recomendaron que los instructores sean dinámicos, preparados y con un buen método de enseñanza. No tienen problema con el género del mismo.
- Les interesa mucho la experiencia de las personas que van a cuidar a los niños.
- Para la comercialización del mismo, recomendaron las redes sociales, mailing, radio.

## **Conclusiones**

- A la mayoría de las madres les interesó el servicio del entrenamiento simultáneo (5 de 6 madres).
- En cuanto a los horarios para llevar a los niños, hay un grupo que prefiere el fin de semana mientras que otro entre semana.
- El gimnasio no sólo debería ser enfocado en mujeres, si no que debería ser para la familia. Una señora mencionó que les gustaría realizar la actividad con su marido y una mujer soltera manifestó que ella prefiere ir a un gimnasio mixto.
- Se debe contar con profesionales tanto para el cuidado de los niños al igual que los instructores.
- La mejor forma para atraer a los clientes, es a través de un buen servicio, la higiene del local.
- Los clientes deberían ser tratadas como lo mejor.
- El lugar debería tener buena música de fondo.

### **3.9.4. TÉCNICAS PARA LA OBTENCIÓN DE DATOS CUANTITATIVOS**

Para la investigación utilizaremos el método descriptivo cuantitativo, el cual tiene como objetivo describir las características de una determinada población o situación. La técnica que vamos a utilizar son las encuestas.

### **3.9.5. PROCEDIMIENTO DE MEDICIÓN DE ESCALAMIENTO**

La encuesta tiene un total de 19 preguntas, las cuales fueron hechas desde lo más general a lo más específico. Las preguntas son abiertas y cerradas.

### **3.9.6. DISEÑO CUESTIONARIO**

Las encuestas se realizaron directamente a mujeres con hijos de entre 1 a 5 años, que estén interesadas en hacer ejercicio (Ver Anexo 5)

### 3.9.7. PROCESO DE MUESTREO Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

La técnica de muestreo que se utilizará es el método no probabilístico, en vista de que no se puede seleccionar al azar; sino que depende del juicio personal del investigador (Malhotra, 2008, p. 340). Dentro de la técnica de muestreo no probabilístico, utilizaremos el muestreo por cuotas; y las características que deben tener la muestra son las siguientes:

- Mujeres y madres
- 25 – 54 años
- Tengan hijos entre 1 – 5 años de edad.

Las encuestas se realizarán en la ciudad de Quito, a mujeres que cumplen con el perfil establecido.

Fórmula para el cálculo de la muestra (Galindo, 2006, p. 98).

$$n = \frac{N * p * q}{(N - 1) \left(\frac{e^2}{4}\right) + (p * q)}$$

Dónde:

N = Universo	1210
P = Probabilidad de éxito	50%
Q = Probabilidad de fracaso	50%
E = Margen de error aceptado	5 %
n = Tamaño de la muestra	302 encuestas

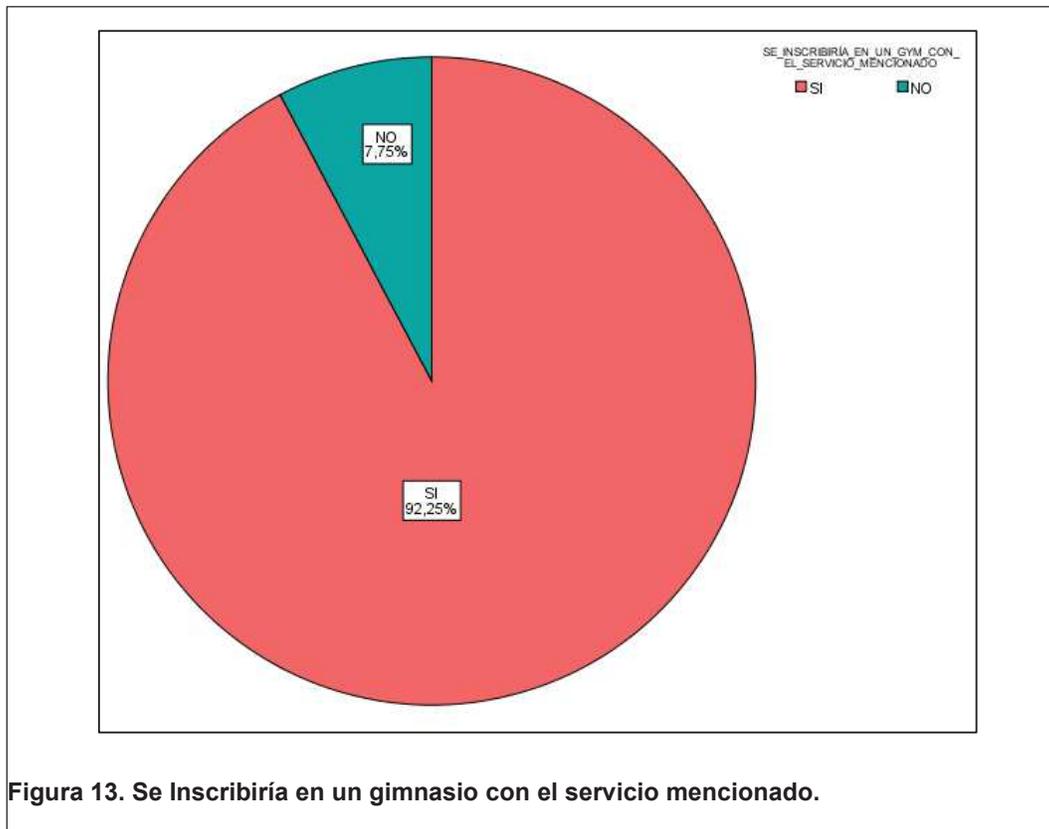
### 3.9.8. ANÁLISIS DE DATOS

Una vez recopilada la información, se procederá analizar la información de las 5 preguntas más importantes, además se podrá encontrar la tabulación de las demás preguntas en el (Ver Anexo 6).

**Pregunta 13:** SE INSCRIBIRÍA EN UN GIMNASIO QUE OFREZCA EL SERVICIO YA MENCIONADO.

**Tabla 10. Pregunta 13**

	Frecuencia	Porcentaje
SI	119	92,2
NO	10	7,8
Total	129	100,0

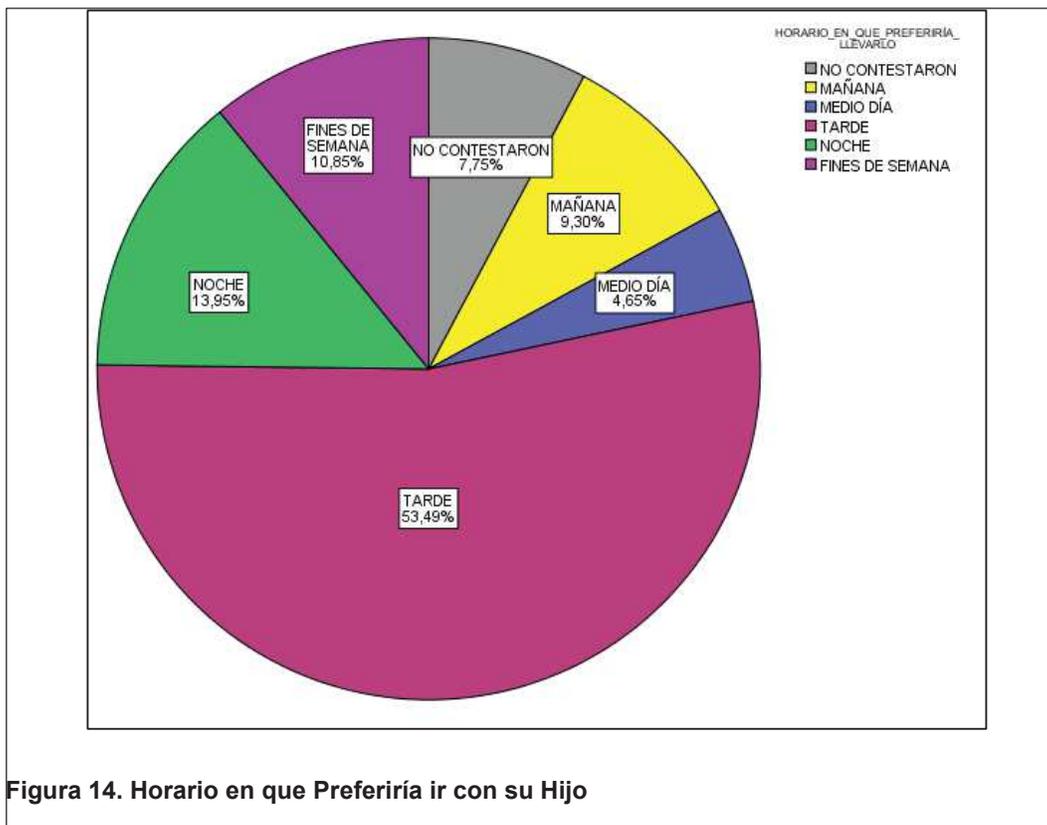


El cuadro menciona que de las 129 madres con niños entre 1 a 5 años, el 92,2 % de las encuestadas se inscribiría en el servicio ya mencionado.

**Pregunta 15:** EN QUÉ HORARIO PREFERIRÍA LLEVAR A SUS HIJOS AL GIMNASIO.

**Tabla 11. Pregunta 15**

	Frecuencia	Porcentaje
NO CONTESTARON	10	7,8
MAÑANA	12	9,3
MEDIO DÍA	6	4,7
TARDE	69	53,5
NOCHE	18	14,0
FINES DE SEMANA	14	10,9
Total	129	100,0

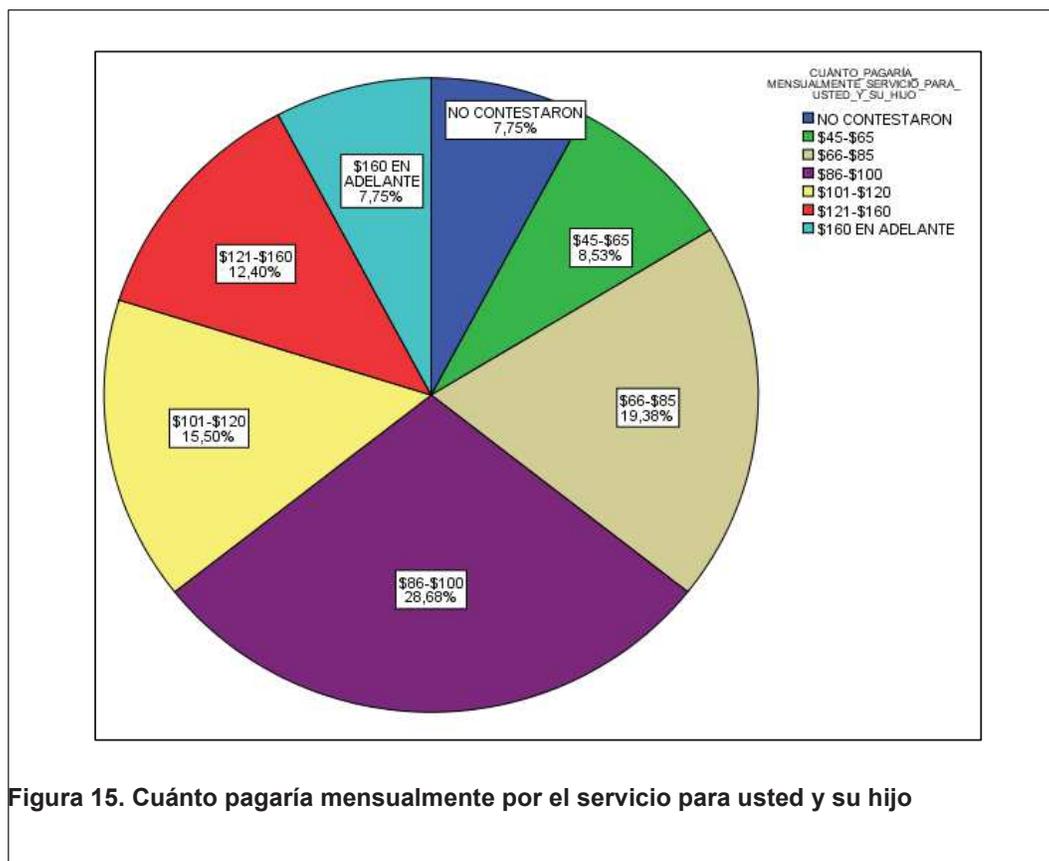


El gráfico señala que el 53,5% de las madres preferirían llevar a sus hijos en la tarde.

**Pregunta 16:** CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A CANCELAR MENSUALMENTE POR EL SERVICIO DEL GIMNASIO PARA USTED Y SU HIJO.

**Tabla 12. Pregunta 16**

	Frecuencia	Porcentaje
NO CONTESTARON	10	7,8
\$45-\$65	11	8,5
\$66-\$85	25	19,4
\$86-\$100	37	28,7
\$101-\$120	20	15,5
\$121-\$160	16	12,4
\$161 EN ADELANTE	10	7,8
Total	129	100,0

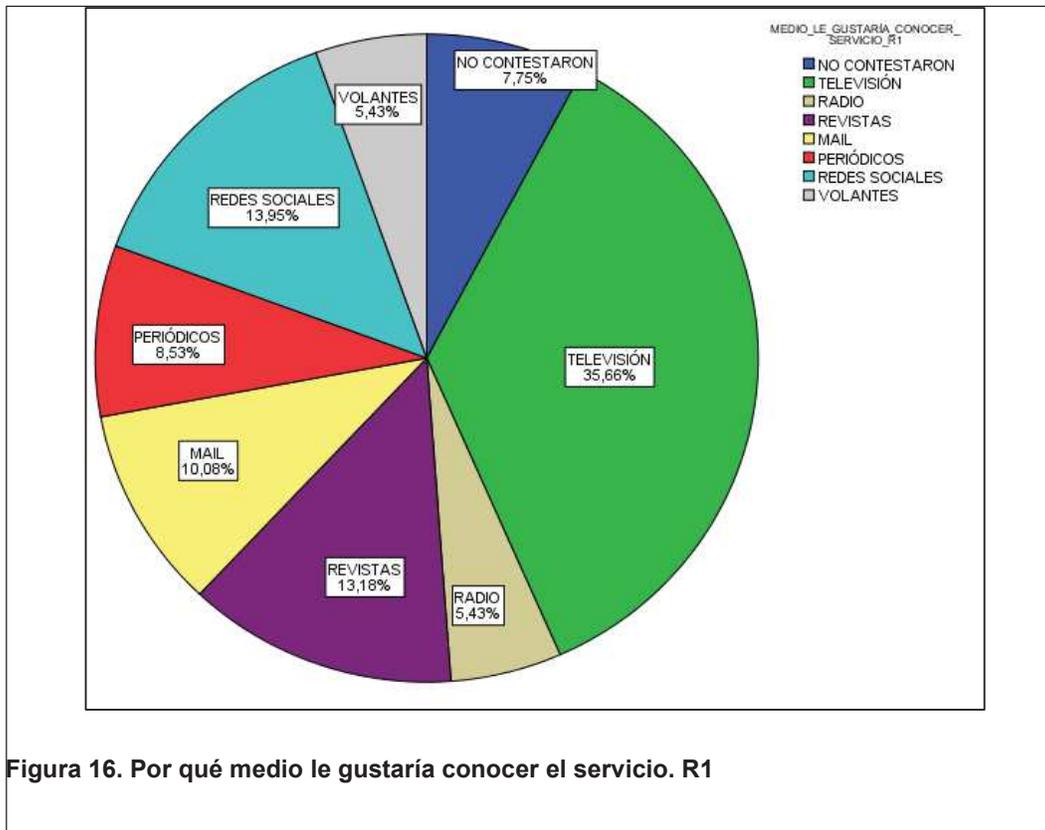


El cuadro indica que el 26,68% de las madres estarían dispuestas a pagar entre \$86,00 y \$100,00 mensuales por el servicio de gimnasio para ellas y para sus hijos.

**Pregunta 17: POR QUÉ MEDIO LE GUSTARÍA CONOCER EL SERVICIO.**

**Tabla 13. Pregunta 17 – Respuesta 1**

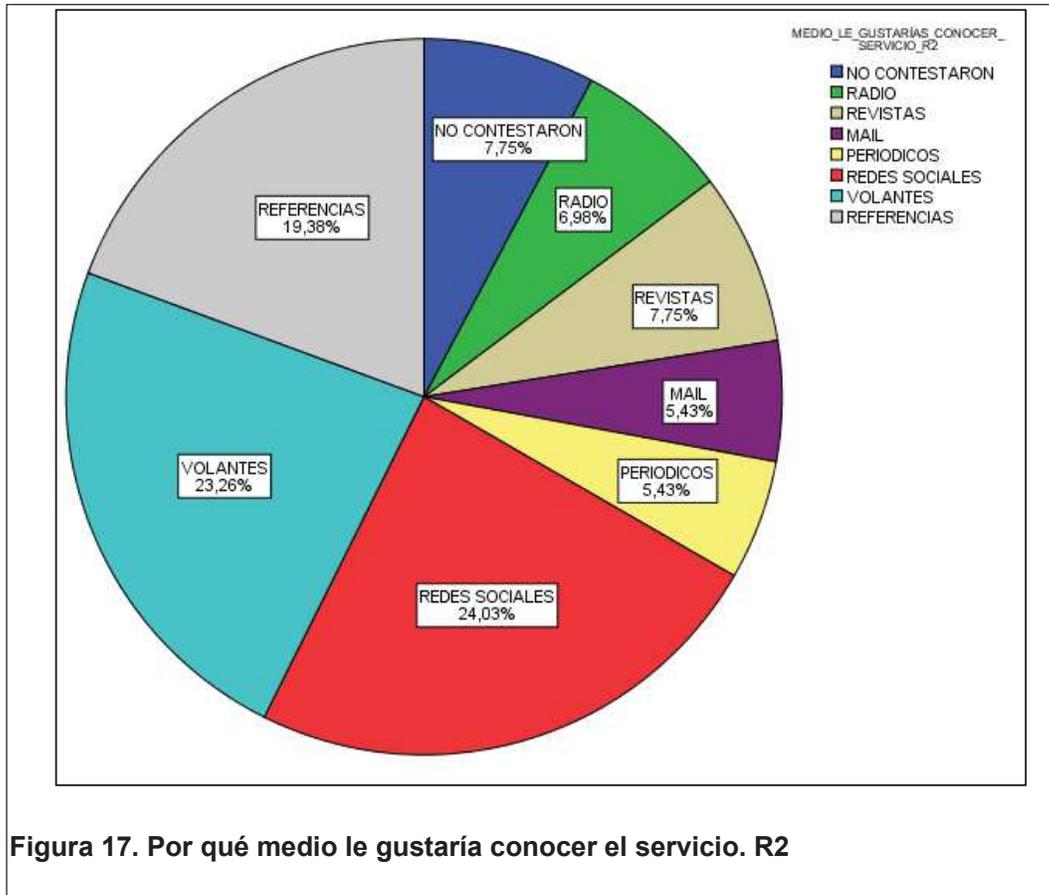
	Frecuencia	Porcentaje
NO CONTESTARON	10	7,8
TELEVISIÓN	46	35,7
RADIO	7	5,4
REVISTAS	17	13,2
MAIL	13	10,1
PERIÓDICOS	11	8,5
REDES SOCIALES	18	14,0
VOLANTES	7	5,4
REFERENCIAS	0	0
Total	129	100,0



El gráfico indica que una de los medios por el cual las mujeres les gustaría estar informado del servicio es la televisión.

**Tabla 14. Pregunta 17 – Respuesta 2**

	Frecuencia	Porcentaje
NO CONTESTARON	10	7,8
TELEVISIÓN	0	0
RADIO	9	7,0
REVISTAS	10	7,8
MAIL	7	5,4
PERIÓDICOS	7	5,4
REDES SOCIALES	31	24,0
VOLANTES	30	23,3
REFERENCIAS	25	19,4
Total	129	100,0

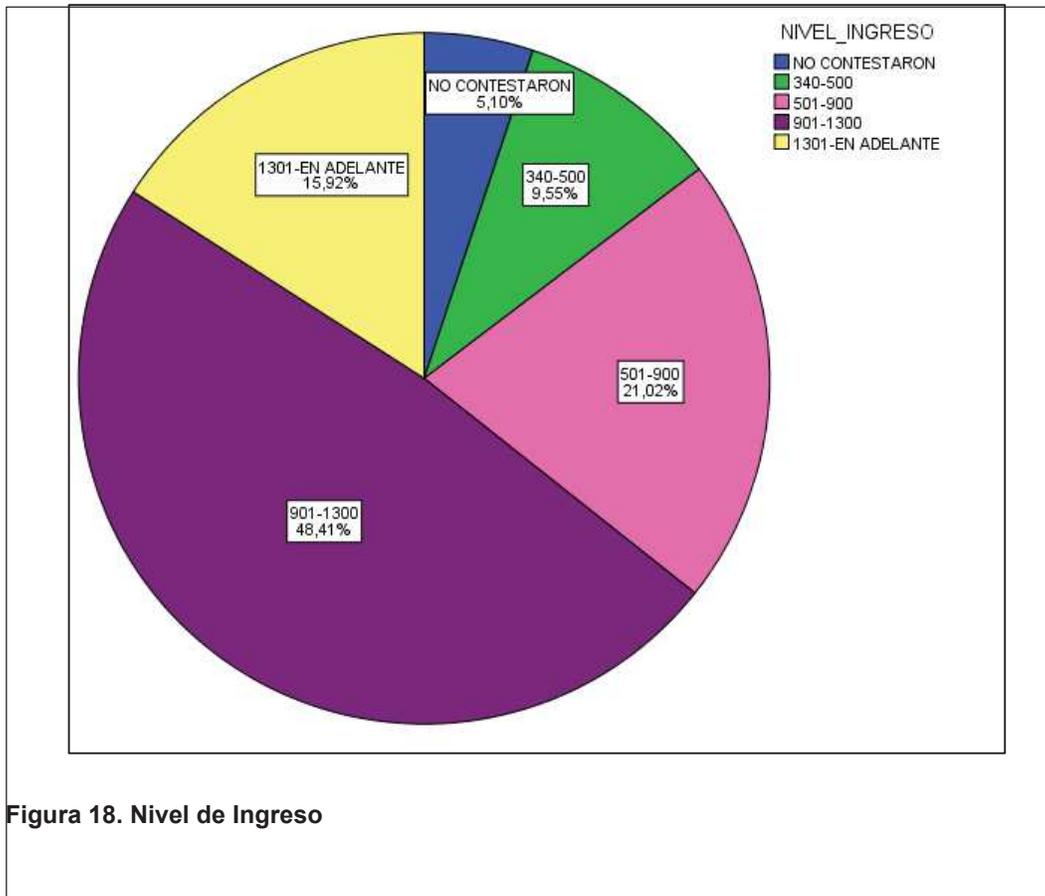


El gráfico indica que la otra opción de medio de comunicación elegida por las encuestadas son las redes sociales.

**Pregunta 18: CUÁL ES SU NIVEL DE INGRESO.**

**Tabla 15. Pregunta 18**

	Frecuencia	Porcentaje
NO CONTESTARON	8	5,1
\$340-\$500	15	9,6
\$501-\$900	33	21,0
\$901-\$1300	76	48,4
\$1301-EN ADELANTE	25	15,9
Total	157	100,0



El gráfico de la pregunta 18, indica que el 48,41% de las mujeres gana alrededor de \$901 y \$ 1300 dólares mensuales.

## CONCLUSIONES

- Con los resultados se puede observar que un 64,4% de las mujeres encuestadas realiza actividad física (206 mujeres), de las cuales un 49,1% asiste a un gimnasio (157); es decir tenemos una gran oportunidad de mercado ya que un 35,6% del segmento está desatendido por algunas razones como la crianza de sus niños, el no tener tiempo, etc. “Iron Women – Iron Kids” deberá enfocarse en llegar a este 35,6% de mujeres que no realizan actividad física.

- Al analizar y observar los resultados, se determina que hay aceptación 92,2% hacia el servicio ofrecido por parte de las madres que van al gimnasio y tienen niños entre 1 y 5 años.
- “Iron Women – Iron Kids” deberá ofrecer el cronograma de actividades simultáneas con los niños preferencialmente en el horario de la tarde.
- “Iron Women – Iron Kids” deberá evaluar el precio del servicio para las madres y los niños antes de ser establecido tomando en cuenta siempre los costos del servicio. Ya que los resultados de las encuesta señalan que las encuestadas estarían dispuestas a pagar entre \$ 86,00 y \$100,00 mensuales, esta información también se la debería analizar.
- El Centro deberá darse a conocer a través de las redes sociales y de la televisión, destacando siempre la ventaja competitiva que ofrece.
- Entre los servicios que se ofrecerán a los niños, deberán ser en su mayoría actividades lúdicas como juegos infantiles.
- Se deberá capacitar constantemente a los entrenadores, ya que la mayoría de las encuestas arrojaron que a las mujeres les gustaría encontrar nuevas rutinas deportivas.

### **3.10. NIVEL DE ACEPTACIÓN DEL SERVICIO**

• Mercado Disponible	47116
• Mercado Objetivo	1210
• Nivel de Aceptación Real	92,2%
• Mercado Potencial	1115

### **3.11. LA COMPETENCIA Y SUS VENTAJAS**

**COMPETENCIA DIRECTA:** son aquellos negocios que operan en el mismo mercado con servicios o productos similares o iguales que buscan atender al mismo cliente potencial.

#### **CURVES:**

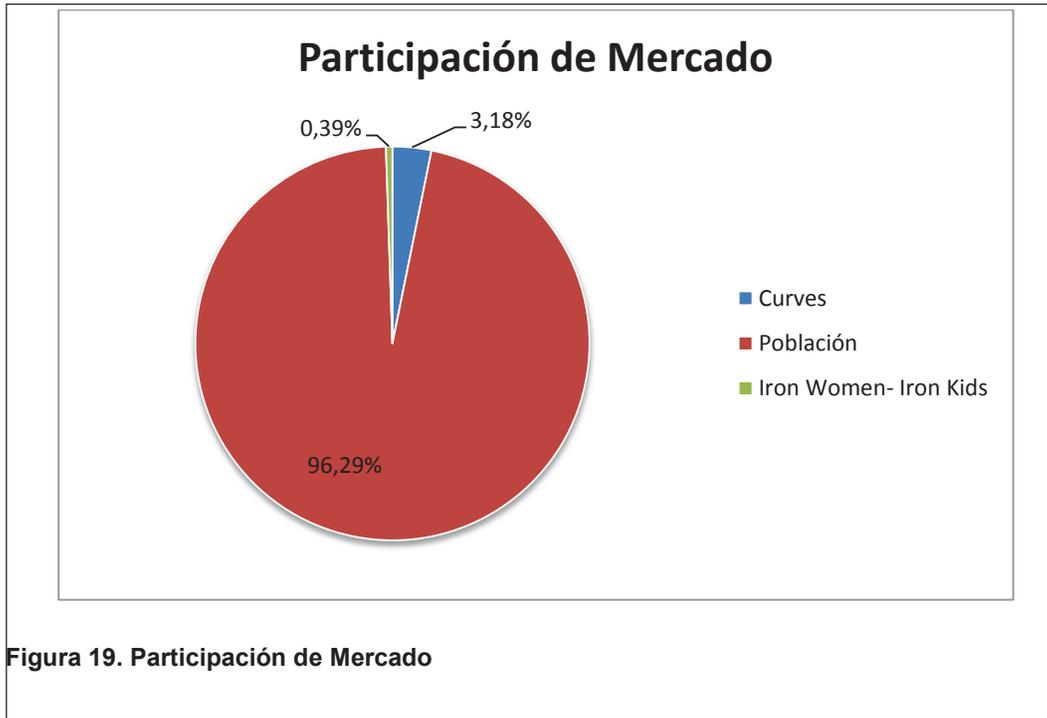
- Es una franquicia de fitness solo para mujeres, la primera en el mundo.

- En Quito hay 8 centros.
- Trabajan con equipos hidráulicos, es decir al momento de ejercitar es como si se estuviera ejercitando bajo el agua.
- Poseen un instructor que trabaja con ellos desde las 6 de la mañana hasta las 13h00, y desde las 16h30 hasta las 20h00.
- Las mujeres pueden ir cuando desean, trabajan sin horarios.
- No poseen competencia, ya que es el único gimnasio para mujeres en el país.
- Ofrecen el servicio de zumba, pilates, kick boxing, y máquinas.
- Trabajan con todos los locales Curves del país y del mundo entero.
- El valor de la inscripción es de \$44,50 y mensualmente se paga \$49,00

**COMPETENCIA INDIRECTA:** son los negocios que operan con diferentes servicios o productos dentro del mismo mercado. Buscan satisfacer la necesidad y atacan a los mismos clientes potenciales.

La competencia indirecta del negocio se menciona en el capítulo 2, en las 5 fuerzas de PORTER en la amenaza de productos sustitutos. La cual dice que dentro del mercado existe una serie de programas sustitutos que de alguna forma satisfacen las necesidades de los clientes. Por una parte se encuentran los gimnasios, programas deportivos del gobierno (bailo terapia, aeróbicos), clubes deportivos, los diferentes cursos proporcionados por las distintas federaciones deportivas, las actividades recreativas y deportivas que ofrecen los country clubes, clases de baile, entre otros.

### 3.12. PARTICIPACIÓN DE MERCADOS Y VENTA DE LA INDUSTRIA



Una vez analizado e investigado el mercado, se puede llegar a la conclusión que Curves dentro de la zona Norte y Cumbayá cuenta con una participación de mercado del 3,18% (1418 socias anuales). “Iron Women – Iron Kids”, deberá alcanzar un estimado de ventas de 175 suscripciones en el primer año (0,39%). Para llegar a cumplir con el porcentaje estimado se realizará fuertes campañas en redes sociales, además de ventas directas para dar a conocer el factor diferenciador del servicio.

### 3.13. EVALUACIÓN DEL MERCADO DURANTE LA IMPLEMENTACIÓN

Si bien se realizó la investigación de mercados siguiendo todas las normas técnicas; al tratarse de personas, los gustos y preferencias pueden cambiar al igual que el mercado.

Por tal razón, en cuanto se dé comienzo a la operación del negocio, se continuará usando técnicas de investigación para obtener datos más precisos

sobre las preferencias, tendencias y necesidades. Una vez conocidos los datos, se continuará el estudio planteando estrategias a fin de satisfacer las necesidades y lograr la fidelidad de los clientes.

Cuando estemos bien posicionados y conforme se vaya adquiriendo experiencia, se analizará la posibilidad de entrar en nuevos nichos de mercados.

## **4. PLAN DE MARKETING**

En el siguiente capítulo, se formulará las estrategias de marketing que se implementará para el posicionamiento de la empresa en el mercado. Las estrategias se desarrollarán en base a la investigación de mercados realizada previamente y las mismas permitirán captar y fidelizar a los clientes.

### **4.1. ESTRATEGIAS DE MARKETING**

Una vez realizada la investigación de mercado y analizada la información de los datos obtenidos; se puede afirmar que la estrategia general de marketing (especialista) y la estrategia de crecimiento (desarrollo del producto) planteadas en el capítulo 2 son las que se van a utilizar en el plan de marketing. Dentro de los resultados de la tabulación de la encuesta, el nivel de aceptación real del servicio es de 92,2%, lo cual es muy beneficioso para la empresa.

#### **4.1.1. ESTRATEGIA GENERAL DE MARKETING (ESPECIALISTA)**

Según Lambin, Gallucci, y Sicurello (2008, p. 287), “la estrategia especialista consiste en concentrarse en las necesidades de un segmento particular, sin intentar cubrir todo el mercado con un servicio o producto que posean un factor diferenciador”.

Después de la investigación de mercado, se confirmó que existe un segmento con una necesidad desatendida. Las madres y mujeres desean un lugar para realizar actividad física dónde se sientan cómodas, seguras, pero sobre todo encuentren un lugar seguro y divertido para dejar a sus niños mientras ellas se ejercitan. La estrategia será aplicada a este segmento dejando de lado a los caballeros.



**Figura 20. Las Cuatro Estrategias Básicas**

**Tomado de:** Lambin, J., Gallucci, C. y Sicurello, C. (2009). Dirección de Marketing: Gestión Estratégica y Operativa del Mercado

#### 4.1.2. ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO (DESARROLLO DE PRODUCTOS)

Según Lambin, Gallucci, y Sicurello (2008, p. 291), “el desarrollo de productos se trata de aumentar las ventas, a través del desarrollo de productos nuevos o mejorados que apunte a mercados existentes”.

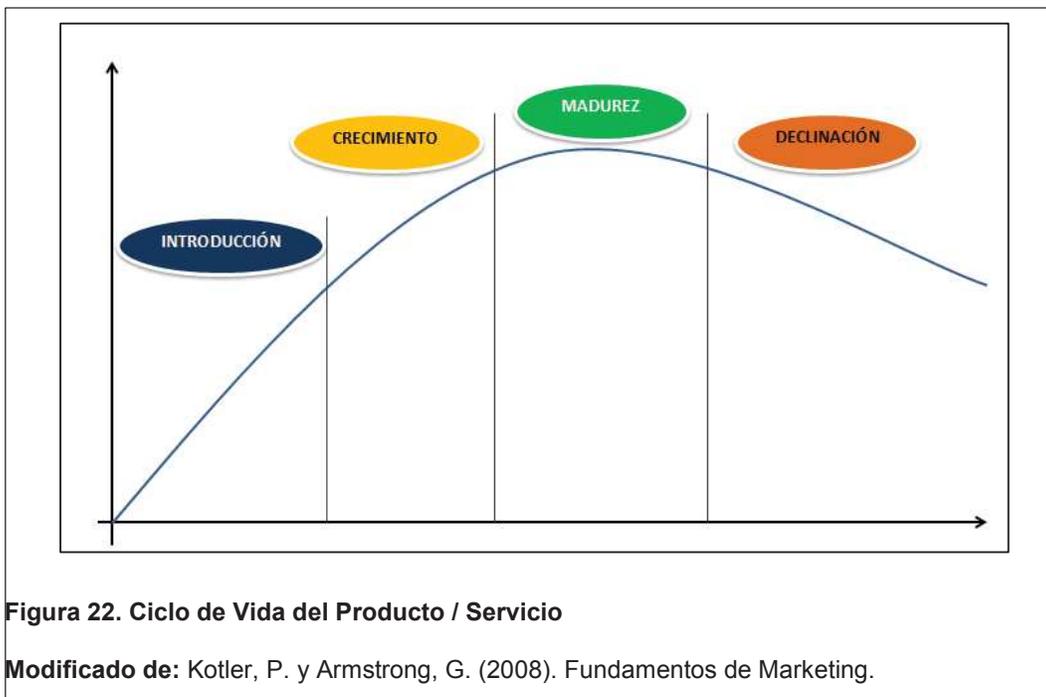


**Figura 21. Matriz de Ansoff**

**Tomado de:** Lambin, J., Gallucci, C. y Sicurello, C. (2009). Dirección de Marketing: Gestión Estratégica y Operativa del Mercado

El desarrollo del producto se realizará añadiendo mejoras al servicio: por una parte las mujeres pueden entrenar en un lugar muy agradable donde se sientan seguras, cómodas y puedan disfrutar de ellas; otra característica que tendrá el centro es el “ofrecer a las madres la posibilidad de que realicen entrenamiento deportivo simultáneo con sus niños y estar seguras del cuidado de ambos, en un solo lugar”.

#### 4.2. CICLO DE VIDA



El análisis del ciclo de vida del producto ayuda al negocio a determinar que estrategias implementar según el nivel en el que se encuentre el servicio o el producto. Según Kotler y Armstrong (2008, pp. 250-252), “el ciclo de vida del producto es el curso que toman las ventas y utilidades de un producto durante su existencia”.

A continuación se detalla las estrategias que se va a utilizar en cada fase del ciclo de vida.

- **FASE DE INTRODUCCIÓN:** En esta etapa el crecimiento de las ventas es muy lento debido a que los integrantes del mercado objetivo no tienen mucho conocimiento de la existencia del servicio o producto (Kotler y Armstrong, 2008, pp. 252-253).  
Objetivo: Crear conciencia de la existencia del servicio.  
Estrategia: Con el fin de crear conciencia del servicio se usará una estrategia de diferenciación para informar los beneficios que ofrece Iron Women – Iron Kids, además de inducir a los potenciales clientes a probar del mismo.
- **FASE DE CRECIMIENTO:** Esta etapa del ciclo de vida del producto comienza con un agudo incremento en ventas y así mismo la empresa enfrenta a nuevos competidores quienes buscarán ingresar en el mercado e ir innovando el servicio (Kotler y Armstrong, 2008, p. 253).  
Objetivo: Construir una fuerte marca y expandir el tamaño del mercado  
Estrategia: Para alcanzar nuestro objetivo, se aplicará la estrategia de desarrollo de producto. En vista de que en el focus group, las participantes mencionaron la opción de que el servicio sea para los caballeros; se añadirá esta característica al servicio para que se convierta en un Centro Integral Familiar.
- **FASE DE MADUREZ:** Esta etapa tiene una duración mayor a la de las anteriores, las ventas se estabilizan y se requiere hacer un mayor esfuerzo publicitario (Kotler y Armstrong, 2008, pp. 253-254).  
Objetivo: Diferenciar el servicio a través de mejoras o nuevos atributos.  
Estrategia: Se realizará una diversificación en el servicio, implementando nuevas disciplinas deportivas para los usuarios del gimnasio como también para los niños. También se creará un SPA, donde los usuarios puedan relajarse. Se intensificará la publicidad del Centro para que los

clientes conozcan sobre las nuevas disciplinas deportivas implementadas, así como para que usen el spa.

Como se mencionó en el capítulo 3 y después de utilizar herramientas de investigación de mercado se analizará la posibilidad de en un futuro extender el servicio al segmento de los hombres; creando así un Centro Integral Deportivo Familiar.

#### 4.2.1. SERVICIO

Iron Women – Iron Kids considerará tres niveles en su servicio; en cada nivel se agregará y generará un valor adicional para el cliente.

- Producto Básico: Iron Women – Iron Kids ofrece para las mujeres un lugar para ejercitarse y cuidar su salud; para los niños ofrece diversión a través de las actividades lúdicas.
- Producto Real: el nombre Iron Women – Iron Kids quiere posicionarse como una marca para madres y niños (1 a 5 años), las madres tendrán seguridad de dejar a sus hijos en el local mientras ellas se ejercitan, las instalaciones estarán siempre limpias, los entrenadores y el personal de niños estarán continuamente capacitándose.
- Producto Aumentado: Iron Women – Iron Kids ofrecerá beneficios a los cliente como charlas para el cuidado de la imagen de las mujeres, o enfocadas al cuidado de los niños.

En cuanto a la mezcla de producto, Iron Women – Iron Kids ofrece la siguiente línea de productos:

Tabla 16. Mezcla de Productos

<b>MEZCLA DE PRODUCTOS IRON WOMEN – IRON KIDS</b>		
<b>ANCHURA</b>	Mujeres	Mamás con hijos
<b>LONGITUD</b>	Pilates, TRX, Cycling, Boom-Dances	Pilates, TRX, Cycling, Boom-Dances y



11h00 – 12h00	SESIÓN AM	SESIÓN AM	SESIÓN AM	SESIÓN AM	SESIÓN AM	SESIÓN AM
15h00 - 16h00	SESIÓN PM	SESIÓN PM	SESIÓN PM	SESIÓN PM	SESIÓN PM	
16h00 - 17h00	SESIÓN PM	SESIÓN PM	SESIÓN PM	SESIÓN PM	SESIÓN PM	
17h00 - 18h00	SESIÓN PM	SESIÓN PM	SESIÓN PM	SESIÓN PM	SESIÓN PM	
18H00 - 19H00						
19h00 - 20h00						

La tabla 16 indica el horario de las actividades programadas para las mujeres, las que comenzarán desde las 06h00 de la mañana hasta las 12h00, de 12h00 a 14h45 habrá un break que incluye la hora de almuerzo, limpieza y luego se continuará con las actividades desde las 15h00 hasta las 20h00. La duración de la clase es de una hora y están programadas dos disciplinas por cada hora. El día sábado comenzará las actividades desde la 07h00 de la mañana, hasta las 12h00.

En las dos tablas la parte que está resaltada con el color morado, son los horarios en los cuales podrán asistir los niños y las mujeres. Se consideró este horario por que fue uno de los más indicados en la investigación de mercado realizada.

#### 4.2.2. BRANDING

Según Kevin Lane Keller, (2008, pp. 2-3), “el branding es el proceso de crear una marca en donde se destaquen los valores y conceptos relacionados con un modo estilo de vida, con una forma de sentir, vivir y pensar”. El branding tiene que ver con la identidad de la marca, debe hacer una conexión emocional con el cliente donde se busca producir emociones y deseos.

El nombre que se escogió para el Centro Integral Deportivo es “Iron Women – Iron Kids”; debido a que se quiere reflejar que las mujeres son capaces de seguir adelante no solo como madres, esposas, ejecutivas; sino también como deportistas y aún más lejos si sus hijos están cerca de ellas.

Otra de las razones por las que se eligió el nombre es por el significado de la palabra iron que en español quiere decir (hierro) el cual puede ser interpretado como fuerza, fortaleza o solidez. Con el nombre establecido se desea transmitir que los usuarios no tienen límites.

#### 4.2.3. IMAGEN - LOGOTIPO

El logotipo es el símbolo gráfico que representa a la empresa, institución, fundación, etc.; sirve para crear una buena primera impresión y para que las personas lo identifiquen (Ordozgoiti y Pérez, 2003, p.74). En la actualidad se debe poner suma atención a los elementos visuales y detalles; ya que representan un medio valioso para identificar el servicio por parte de los consumidores.



Figura 23. Logo Iron Women – Iron Kids

#### **4.2.3.1. Diseño**

El diseño hace referencia a la mujer de hoy en día: segura, femenina, con la capacidad de ser empresaria, esposa, madre o estudiante. Por otro lado también están los niños, quienes están siempre al cuidado de sus madres.

Con el diseño se quiere transmitir que Iron Women – Iron Kids es un gimnasio donde las mujeres y los niños pueden cuidar de su salud de una manera divertida, sana y segura.

#### **4.2.3.2. Colores**

Como se conoce la experiencia visual del cliente acelera su decisión hacia un producto o servicio. Es decir, que la elección de los colores por parte de una empresa debe ser muy apropiada para poder vender más y para que los consumidores recuerden con facilidad la marca (Ordozgoiti y Pérez, 2003, p.76). A nivel de marketing, cada color tiene su significado, y se debe usar dependiendo de lo que se va a vender.

##### **4.2.3.2.1. Fucsia**

Se eligió el color fucsia porque es la parte glamurosa y madura del rosado. Es un color muy femenino y elegante que fácilmente puede asociarse con las mujeres, moda y elegancia. El Fucsia es un color que denota vitalidad y entusiasmo; lleno de energía, expresividad y personalidad; un color que capta todas las miradas femeninas: de mujeres, madres, adolescentes y de niñas.

##### **4.2.3.2.2. Verde**

El verde es un color intermedio; entre la fuerza y actividad del amarillo y la tranquilidad y confiabilidad del azul. Es el que más se puede asociar con la naturaleza, la vida, la salud, la relajación, los árboles, lo alegre y lo fresco. Se

escogió este color ya que el negocio quiere transmitir naturaleza, confianza, con un cierto toque juvenil y alegre.

#### **4.3. TÁCTICAS DE VENTAS**

La empresa usará a un agente de ventas quien estará encargado de ofertar y brindar información sobre el servicio, beneficios y precio a las posibles clientes; siempre captando la atención de ellos. Una vez que se llegue a un acuerdo, se continuará el proceso de inscripción y pago de las mensualidades.

El agente de ventas también deberá visitar a las instituciones y empresas para ofrecer membresías anuales a posibles clientes empresariales, donde deberá contar y explicar los beneficios y atributos del servicio.

La forma de ventas que se usará será directa entre el posible cliente y vendedor. El agente de ventas estará a cargo de mencionar los beneficios y el factor diferenciador del servicio; además de indicarles los horarios y las rutinas que se manejan cada día. Deberá hacer un recorrido por las instalaciones y comentarle sobre los paquetes y las formas de pago.

#### **4.4. POLÍTICAS DE SERVICIO AL CLIENTE Y GARANTÍAS**

La relación que se dé entre el cliente y la empresa es trascendental para el éxito o fracaso del negocio. A continuación se describen las políticas de servicio que la empresa implementará.

- Todos los trabajadores de Iron Women – Iron Kids deberán estar alineados con la empresa, además deberán ofrecer un buen trato hacia el cliente.
- Se incentivará a todo el personal a vivir una cultura de excelencia en el servicio.

- Cada cliente deberá sentirse importante y deberán sentir que el servicio es personalizado.
- Cada vez que ingrese un niño a la zona infantil se le entregará una manilla a la persona responsable de él; solo la persona que porte la manilla es la que puede retirar al niño de la zona infantil.
- Mejorar el servicio para los niños y las mujeres.
- Cada cierto tiempo los trabajadores deberán asistir a cursos de capacitaciones y actualización de conocimientos.
- Se realizará fichas de cada usuario, para conocer de manera individual el perfil de cada asistente.
- Constantemente se actualizará el contenido de las redes sociales.
- Se hará un constante seguimiento a las usuarias que han dejado de asistir al centro.

#### **4.5. PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN**

Para el lanzamiento y la continuidad del proyecto se usará la mezcla de comunicaciones de marketing la que consiste en la combinación de las herramientas específicas de publicidad, promoción de ventas, relaciones públicas, ventas personales y marketing directo para comunicar clara y persuasivamente las ventajas competitivas de Iron Women – Iron Kids; de tal forma que el mercado objetivo perciba que no existe un servicio similar en el mercado (Kotler y Armstrong, 2008, p. 363).

##### **Estrategia de la Mezcla de Promoción (Jalar)**

También se elegirá una de las dos estrategias básicas de la mezcla de promoción. Según Kotler y Armstrong (2008, p. 369) con una estrategia de jalar, el productor dirige sus actividades de marketing hacia los consumidores finales para animarlos a comprar el producto. Con la estrategia de jalar, Iron Women – Iron Kids deberá invertir en publicidad y promoción para crear una demanda por parte de los miembros del segmento potencial hacia el servicio.

Se comunicará un mensaje explicando los beneficios y la ventaja competitiva del negocio; en vista de que en los resultados de las encuestas, las mujeres recomendaron que se dé a conocer de una manera clara al servicio. Basado en la estrategia utilizaremos las siguientes herramientas de la mezcla de promoción.

**CONCEPTO:** Iron Women – Iron Kids un gimnasio para ti y para tus hijos. Encontrarás energía, salud, diversión y bienestar; todo en un solo lugar.

Las principales herramientas de promoción que usaremos son las siguientes:

**Publicidad Informativa:** Usaremos este tipo de publicidad ya que queremos ingresar en el mercado con un servicio nuevo. Se informará a los posibles consumidores sobre los beneficios del Centro a través de anuncios en revistas, radio y por la entrega de volantes en Peluquerías, Spas, y otros locales.



Figura 24. Publicidad Revisa

Modificado de: Google/Imágenes/Revista Vive Light



**IRON WOMEN  
IRON KIDS**

HAZTE SOCIA DE IRON  
WOMEN-IRON KIDS...

VEN CON TU HIJO  
ENCUENTRA TODO  
EN UN SOLO LUGAR

COMIENZA AHORA  
MISMO

[www.ironwomen-ironkids.com](http://www.ironwomen-ironkids.com)  
Contacto: 2430-919  
Dirección: Eloy Alfaro y 6 de Diciembre

Figura 25. Publicidad Volante

**Promoción de Ventas:** Para estimular la respuesta del mercado, usaremos incentivos a corto plazo; por ejemplo si una mujer viene con dos amigas se cobrará el valor de una matrícula por las tres.



**IRON WOMEN  
IRON KIDS**

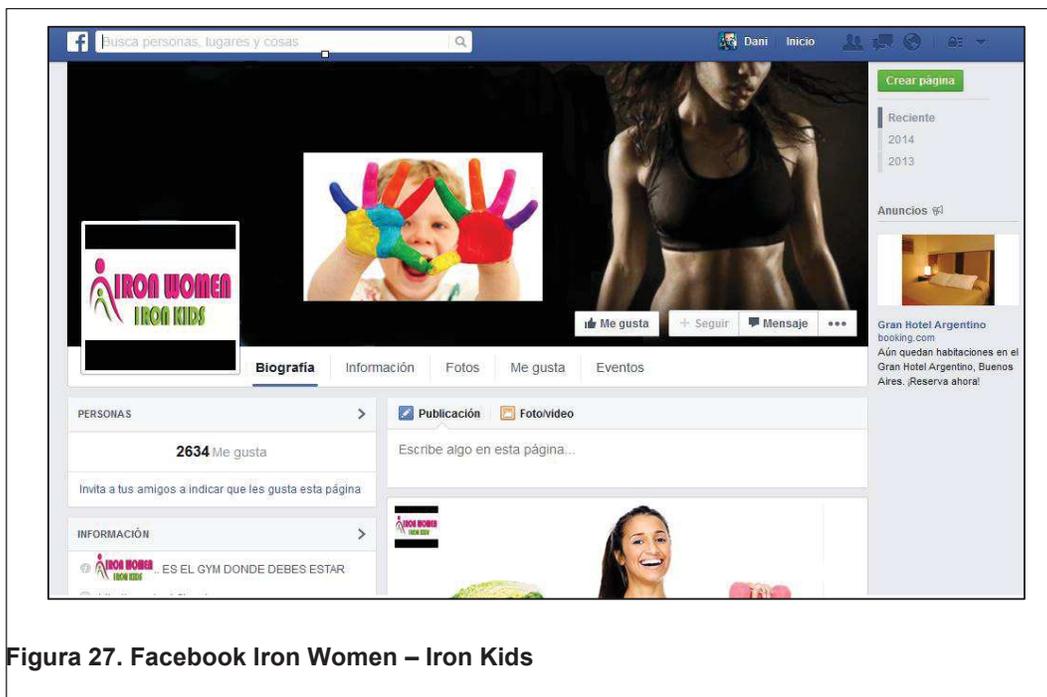
VEN CON 2 AMIGAS Y PAGA EL VALOR  
DE 1 MATRÍCULA POR LAS TRES.....

[www.ironwomen-ironkids.com](http://www.ironwomen-ironkids.com)  
Contacto: 2430-919  
Dirección: Eloy Alfaro y 6 de Diciembre

Figura 26. Promoción de Ventas

**Marketing Directo:** Una de las herramientas que usará el negocio será el establecer conexiones directas con los posibles clientes a fin de obtener una respuesta inmediata y crear relaciones duraderas con ellos.

El potencial cliente tendrá la posibilidad de ver el servicio que ofrecemos desde la comodidad de su casa u oficina a través de la página web del centro. Además podrá interactuar con el vendedor ya sea por teléfono, correo electrónico o por las redes sociales.



**Figura 27. Facebook Iron Women – Iron Kids**

**Ventas Personales:** Esta herramienta será usada por el negocio en todo tiempo. Al contar con un agente de ventas él será el encargado de desarrollar relaciones con los clientes ya sea cuando ellos vayan al gimnasio y pidan información o cuando el agente visite la empresa para ofrecer las membresías anuales. Una vez que el agente explique los beneficios y atributos del servicio, se les entregará un tríptico.

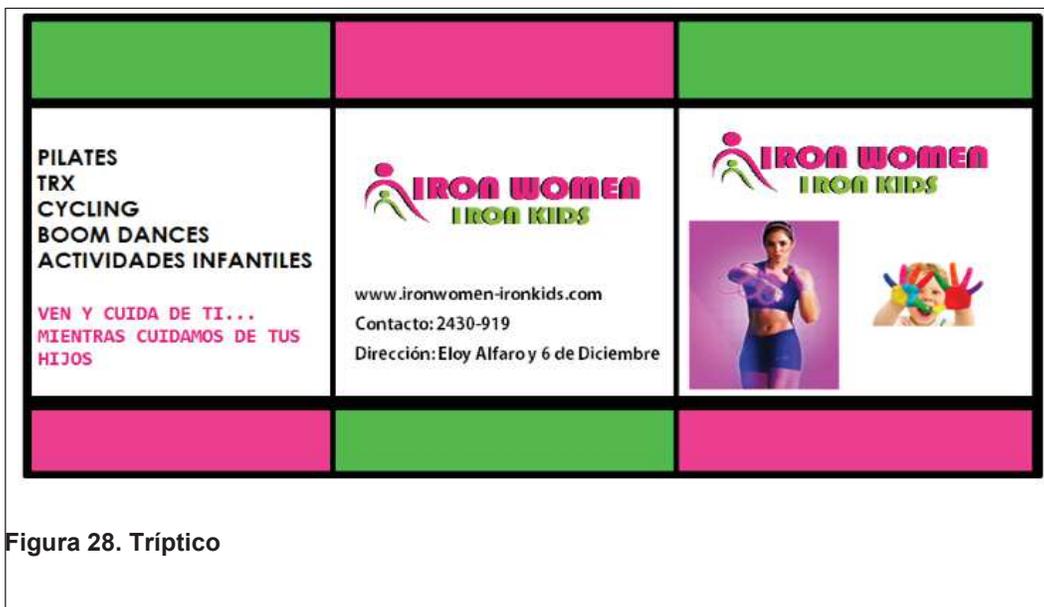


Figura 28. Tríptico

**Marketing Boca a Boca:** Es una herramienta que da excelentes resultados y es beneficioso para la empresa ya que no tiene costo. Iron Women – Iron Kids deberá buscar la completa satisfacción del cliente para que ellos recomienden el servicio.

El gasto en publicidad para el primer año se expone en la siguiente tabla:

Tabla 19. Gasto en Publicidad primer año

GASTOS DE PUBLICIDAD			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	TOTAL
4	Publicación en revistas (1/4 de página)	\$ 850,00	\$ 3.400,00
1	Web auto administrable (hosting incluido)	\$ 896,00	\$ 896,00
2000	Flyers tamaño A5	\$ 0,04	\$ 80,00
2000	Trípticos	\$ 0,08	\$ 160,00
700	Tarjetas de presentación	\$ 0,09	\$ 63,00
<b>TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD ANUAL</b>			<b>\$ 4.599,00</b>

## **4.6. POLÍTICAS DE PRECIOS**

Al ser un servicio nuevo y por encontrarse en la etapa de introducción, la fijación del precio suele ser una de las etapas más difíciles.

El precio que se va a establecer será uno que permita que el negocio obtenga ganancias justas y que el cliente lo perciba de la misma manera por el uso del servicio. Para establecer el precio se considerará dos estrategias: la de ingreso al mercado - penetración en el mercado; y la básica de precios - fijación de precios basada en el costo. Se incrementará un 5% al precio establecido cada año y medio.

### **4.6.1. ESTRATEGIA DE INGRESO AL MERCADO**

#### **4.6.1.1. PENETRACIÓN**

Para ingresar en el mercado, Iron Women – Iron Kids fijará un precio competitivo con el fin de penetrar en el mercado de una manera rápida y profunda. Lo que se busca es atraer a un gran número de clientes en poco tiempo y alcanzar una participación de mercado importante.

El precio con el que se iniciará a trabajar es de \$42,00 para las mujeres y para las madres con los niños es de \$85,00; con este valor buscamos captar clientes y la fidelización de los mismos.

### **4.6.2. ESTRATEGIA BÁSICA DE PRECIOS**

#### **4.6.2.1. FIJACIÓN DE PRECIOS BASADA EN EL COSTO**

Según Kotler y Armstrong (2008, p. 267), “la fijación de precios basada en el costo se trata de sumar un margen de utilidad estándar al costo del servicio”. Se usará esta estrategia ya que se puede considerar justa tanto para los que

compran como para los que venden. Como proveedores del servicio se va a obtener utilidades justas sobre la inversión.

**Tabla 20. Fijación de Precios basada en el Costo**

SERVICIO	COSTO	PRECIO	MARGEN
Mujeres	17,99	42,00	133%
Madres con Niños	28,51	85,00	198%

$$\text{Margen de Ganancia} = \frac{\text{precio} - \text{costo}}{\text{precio}} \times 100\%$$

El costo de la venta o costo total es la suma de los costos fijos más los costos variables; en el negocio por lo menos se quiere cobrar los costos totales, el cual es de \$17,99 para el servicio para mujeres y de \$28,51 para el servicio de madres con niños (Ver Anexo 7).

El precio para cubrir el costo sería de \$42,00 para el servicio de las madres y de \$85,00 para madres con niños. El margen de ganancia es de 133% y 198% según corresponde.

#### **4.7. PROYECCIÓN DE VENTAS**

“Iron Women – Iron Kids” al ser una empresa nueva en la ciudad de Quito, comenzará con una participación de mercado del 0,39% (175 suscripciones anuales) de acuerdo a la proyección realizada en la figura 19., del capítulo 3. De las 175 suscripciones anuales, se estima que unas 100 mujeres irán con sus hijos para adquirir el servicio para los dos; es decir un 8,97% del total del mercado potencial (1115) según la investigación de mercados realizada.

Los escenarios se los va a construir según la variación del PIB de la industria de enseñanza en los últimos años (tabla 2., del capítulo 2). Una vez analizado

los porcentajes, para el escenario esperado se obtuvo el 4% de crecimiento anual; para el escenario pesimista el 1% anual; y, para el escenario optimista el 8%. Con estos escenarios, se obtiene los siguientes escenarios:

**Tabla 21. Proyección de la Demanda**

	<b>BASE (2015)</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Optimista (8%)</b>	175	189	205	221	239
<b>Esperado (4%)</b>	175	182	189	196	203
<b>Pesimista (1%)</b>	175	177	179	181	133

**Tabla 22. Proyección de la Demanda Servicio para las Mujeres**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Optimista</b>	75	81	88	95	103
<b>Esperado</b>	75	78	81	84	87
<b>Pesimista</b>	75	76	77	78	79

**Tabla 23. Proyección de la Demanda Servicio para las Madres y sus Hijos**

	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Optimista</b>	100	108	117	126	136
<b>Esperado</b>	100	104	108	112	116
<b>Pesimista</b>	100	101	102	103	104

#### **4.8. DISTRIBUCIÓN**

Al ser una empresa que brinda servicios, no se necesita de intermediarios o distribuidores; al contrario esta será de manera directa. El agente de ventas deberá hacer visitas frecuentes y de manera directa a las instituciones y empresas para vender membresías anuales.

Además deberá mantener contacto constante con los clientes para conocer cómo está el servicio y si sus necesidades están satisfechas. En el caso de que vayan posibles clientas a conocer deberán hacer un seguimiento después de unos días para retomar el contacto.



**Figura 29. Distribución Directa**

## **5. CAPÍTULO V. PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN**

En el siguiente capítulo se describirán: la estrategia y el ciclo de operaciones, los equipos y herramientas necesarias, así como las instalaciones, la localización geográfica, el requerimiento de espacio físico, la capacidad de almacenamiento y manejo de inventarios y los aspectos regulatorios para el correcto funcionamiento de la empresa.

### **5.1. ESTRATEGIA DE OPERACIONES**

Para alcanzar la ventaja competitiva y los niveles de excelencia dentro del negocio, se implementará el competir por flexibilidad conocido también como singularización. Según el blog de Juan Carlos Fernández (2009, Estrategia de Operaciones), consultor en Productividad y Desarrollo Humano; el competir en la singularización se trata de la diferenciación que el servicio brinda a los clientes.

Iron Women – Iron Kids, tiene como principal ventaja competitiva el que las mujeres con hijos (1 a 5 años) puedan entrenar y cuidar de su salud mientras sus niños disfrutan de actividades lúdicas en un solo lugar. Con este servicio queremos llegar a todas las madres que han dejado de realizar deporte y darles la oportunidad de entrenar en un solo lugar con sus hijos (1 a 5 años).

También nos enfocaremos en responder a las necesidades y opiniones de los clientes y el dar un trato amable a todas nuestras socias.

## 5.2. CICLO DE OPERACIONES

Para determinar el correcto desempeño del negocio, se realizarán tres ciclos: uno de comercialización del servicio y dos para el servicio post inscripción para las mujeres y los niños.

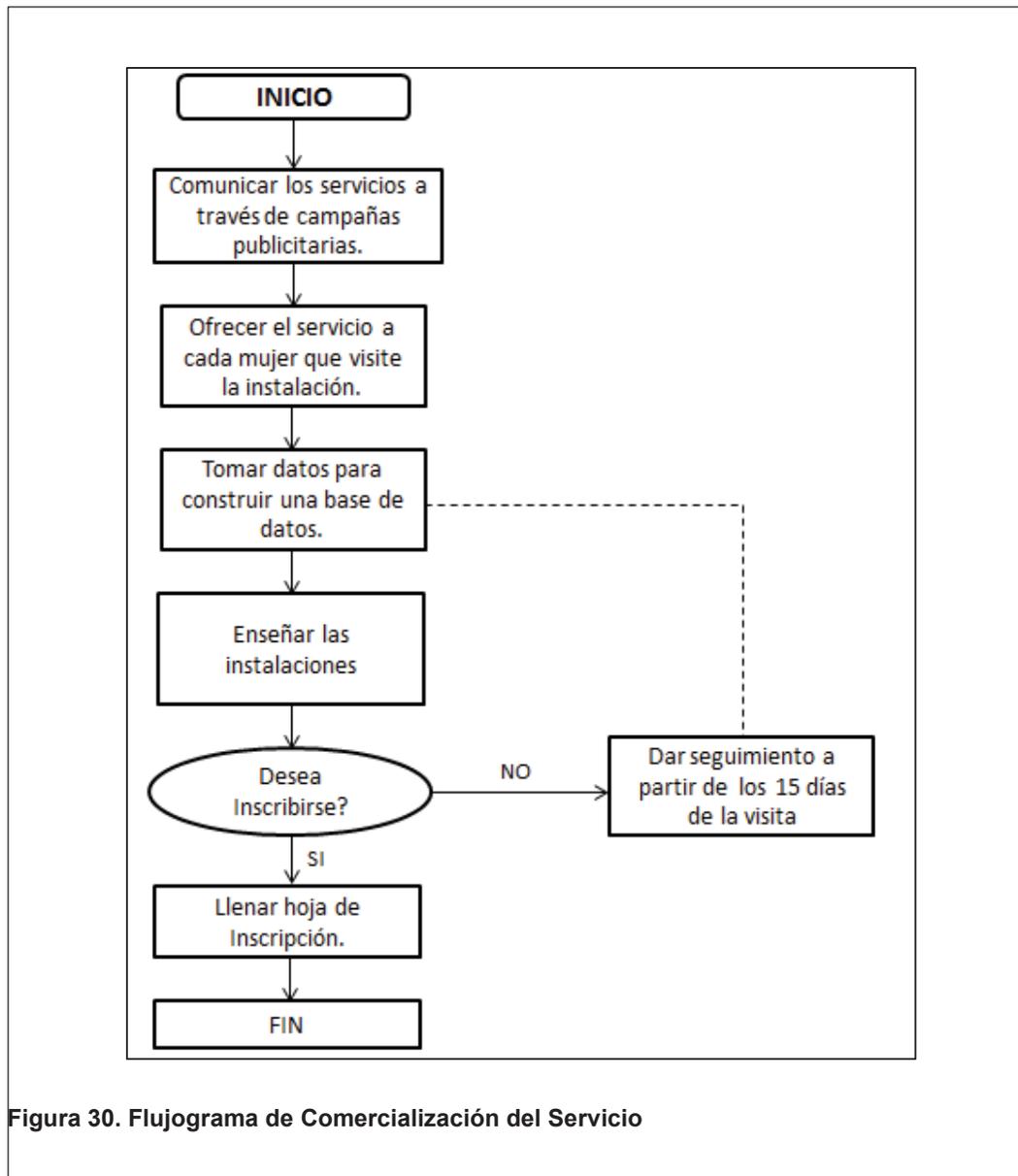


Figura 30. Flujograma de Comercialización del Servicio

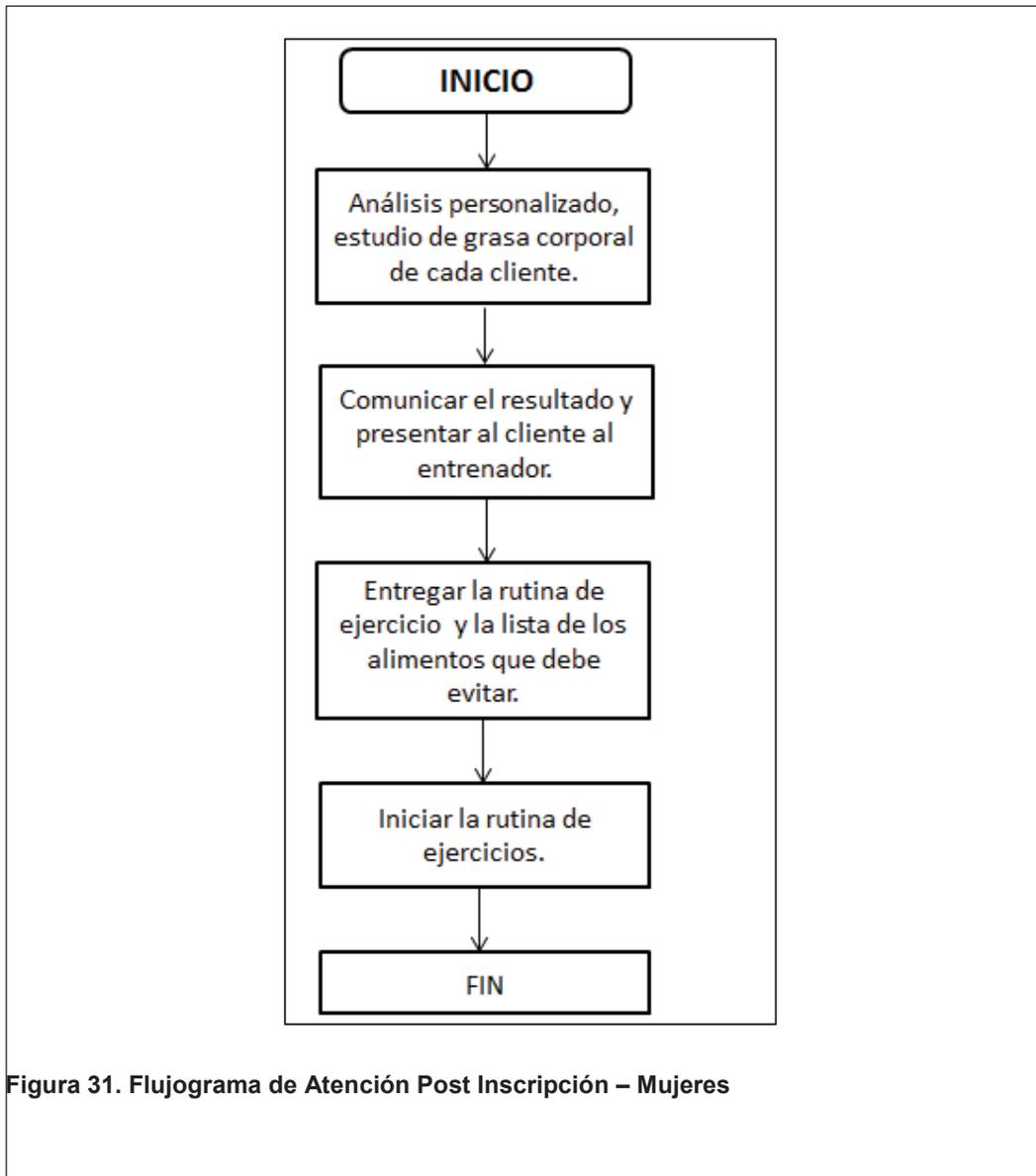
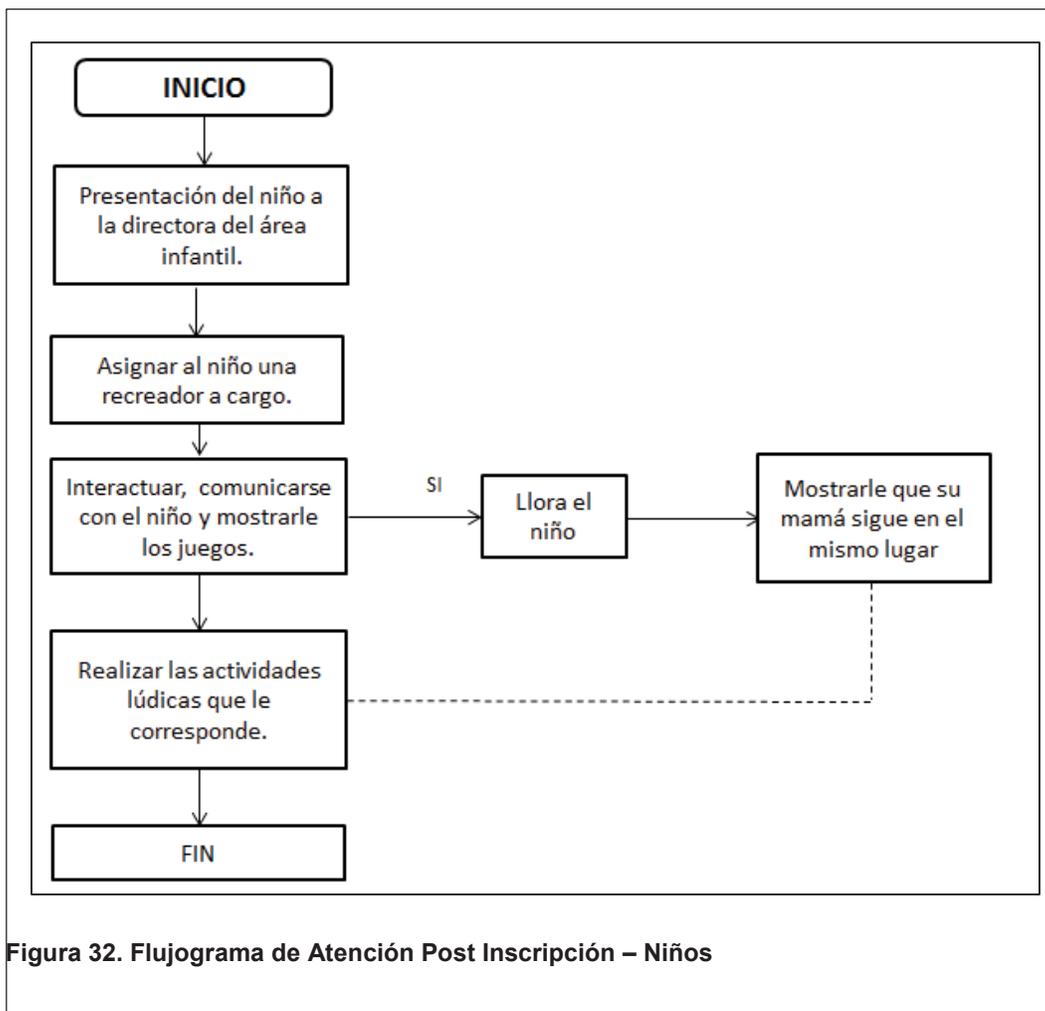


Figura 31. Flujograma de Atención Post Inscripción – Mujeres



### 5.3. REQUERIMIENTOS DE EQUIPOS Y HERRAMIENTAS

Para la implementación del Centro Integral Deportivo Iron Women – Iron Kids es necesario los siguientes enseres:

#### ADMINISTRACIÓN

- 3 computadoras
- 1 impresora
- 1 mueble de recepción
- 2 escritorios
- 3 sillas con ruedas
- 4 sillas fijas

- 1 tripersonal
- 1 mesa centro pequeña
- 1 equipo telefónico
- 1 dispensador de gel antibacterial
- 1 dispensador de agua
- 2 extintores de incendios

#### ACTIVIDADES MUJERES

- 18 bicicletas estáticas
- 25 balones gymnic grande-65 cm
- 25 balones mediano softgym-15 cm
- 25 esferas con peso heavymed
- 25 bandas elásticas
- 25 pilates circles o aros mágicos
- 25 foam Soller
- 25 colchonetas o Mat
- 25 mantas o almohadas
- 25 TRX
- 1 consola de sonido básica
- 4 parlantes
- 40 toallas pequeñas
- 20 toallas medianas
- 1 dispensadores de agua
- 3 ventiladores
- 1 cámaras de video
- 1 plasma
- 1 dispensador de gel antibacterial

#### ACTIVIDADES LÚDICAS

- 1 piscina circular 180m (1000 bolas)
- 1 paquete de bolas (250 bolas)
- 3 doble pato sillas
- 1 estructuras playhouse N°31
- 2 colchonetas multicolor
- 1 rincón de cocina
- 1 rincón de carpintería
- 1 rincón de tienda
- 4 rincones de pintura
- 6 encajes
- 6 rompecabezas de madera
- 7 mandiles small
- 7 mandiles médium
- 15 paquetes de plastilina
- 15 paquetes de temperas
- 15 toallas pequeñas
- 15 pinceles
- 1 dispensador de agua
- 1 arco pequeño de fútbol
- 3 pelotas medianas de plástico
- 1 mueble con separaciones para que pongan sus pertenencias
- 1 dispensador de gel antibacterial
- 1 ventilador

## BOTIQUÍN

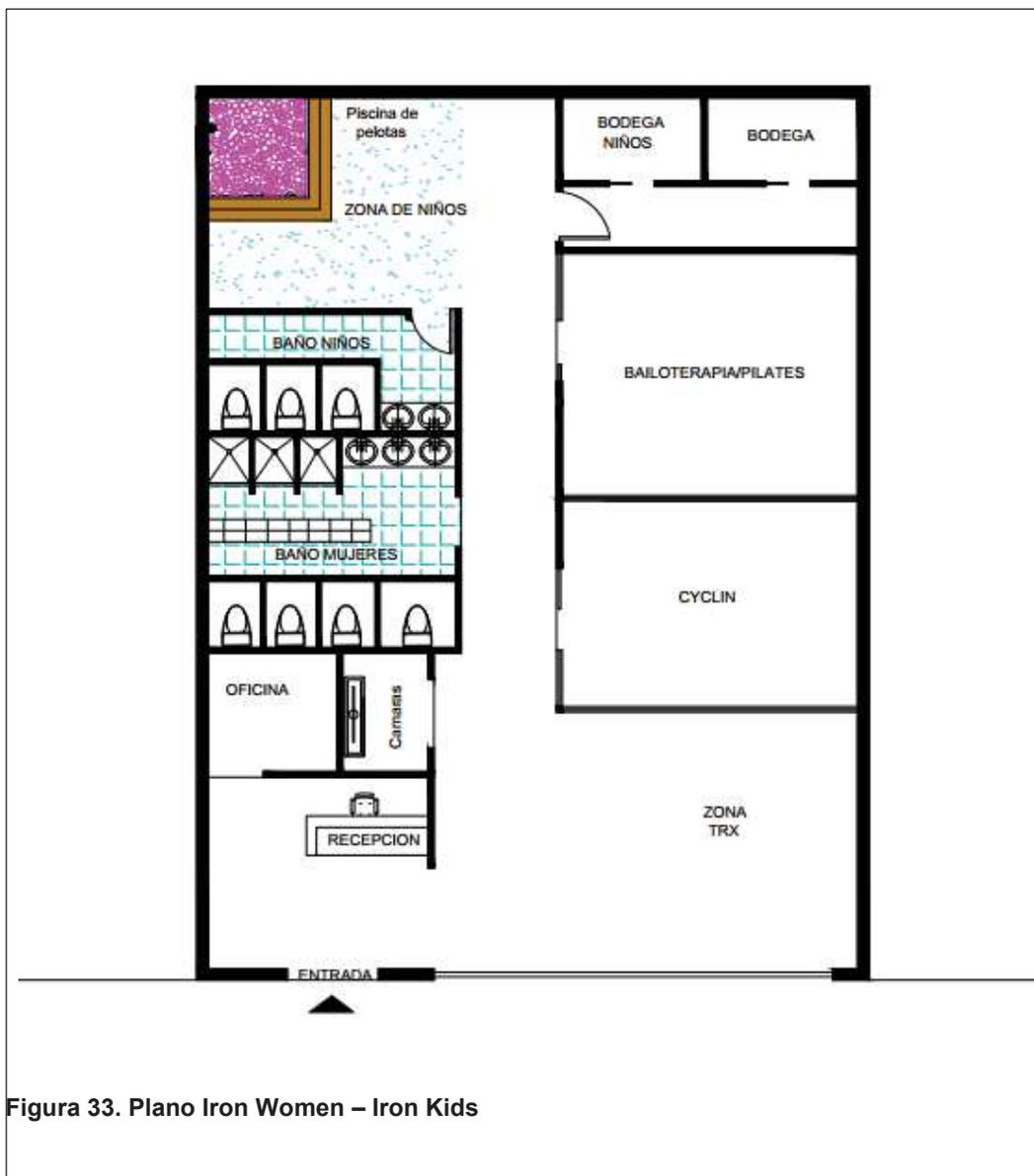
- 1 botiquín
- 1 caja de aspirinas
- 1 caja de curitas

- 2 paquetes de algodón
- 1 frasco de alcohol

#### **5.4. INSTALACIONES Y MEJORAS**

El establecimiento ocupará una extensión de 180 metros cuadrados, la cual será en una sola planta para comodidad y seguridad del target al que está dirigido el negocio.

La infraestructura se dividirá en tres partes: la recepción, el área del gimnasio y la parte lúdica; las divisiones se realizarán con paredes falsas y aislante de sonido. La recepción contará con su sala de espera, el área del gimnasio y de los niños será una sola planta cada salón con su respectiva bodega. Habrá 4 baños 2 para mujeres y 2 para niños. Se contará con vestidores para mujeres.



Toda la infraestructura será elegante y acogedora; con decoraciones tanto para las mujeres como para los niños.

## 5.5. LOCALIZACIÓN GEOGRÁFICA Y REQUERIMIENTOS DE ESPACIO FÍSICO

El centro Integral estará ubicado en el Distrito Metropolitano de Quito en la calle Eloy Alfaro y 6 de Diciembre, sector La Coruña.



Figura 34. Local

### 5.6. CAPACIDAD DE ALMACENAMIENTO Y MANEJO DE INVENTARIOS

Para el almacenamiento de los insumos y materiales; se va a construir dos bodegas una en el gimnasio y la otra en la parte infantil. En la bodega del gimnasio se espera guardar los insumos utilizados en las clases de Pilates, además de toallas, papel higiénico, jabón, desinfectante, etc. En la bodega del área de los niños se guardarán las bolas, el material didáctico, pelotas y los materiales que los niños utilicen.

### 5.7. ASPECTOS REGULATORIOS Y LEGALES

Según la Superintendencia de Compañías (2013, Constitución) y el portal Cuida tu Futuro (2014, Pasos para crear una empresa en Ecuador), los pasos para constituir una empresa en el país que funcione de manera legal son los

siguientes; cabe destacar que los pasos que se mencionarán es para constituir una compañía limitada:

1. Reservar un nombre en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías.
2. Elaborar los estatutos, los que se validarán mediante una minuta firmada por un abogado.
3. Abrir una “cuenta de integración de capital”. Esto se puede realizar en cualquier banco del país. El capital mínimo es de \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima.  
Además se requiere de una carta de los socios en la que se detalle la participación de cada uno, junto con las copias de cédulas y papeletas de votación. Luego se debe solicitar el “certificado de cuentas de integración de capital” al banco.
4. Elevar a escritura pública la constitución de la compañía; puede ser realizado en cualquier notaría pública.
5. Llevar la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución.
6. Retirar la resolución aprobatoria (aprobación del estatuto) u oficio con las correcciones.
7. Publicar en un diario de amplia circulación, los datos otorgados por la Superintendencia de Compañías y adquirir 4 copias de la resolución del mismo.
8. Obtener los permisos municipales:
  - Pagar la patente municipal
  - Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones
9. Inscribir la compañía con todos los documentos antes descritos al Registro Mercantil del cantón Quito para inscribir la sociedad.
10. Realiza la Junta General de Accionistas ya hacer el Representante Legal y el administrador de la empresa.
11. Inscribir en el Registro Mercantil el nombramiento del Representante Legal y del Administrador, además obtener los documentos habilitantes para abrir el RUC de la empresa.

12. Obtener el RUC (Registro Único de Contribuyentes) en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:

- El formulario correspondiente debidamente lleno
- Original y copia de la escritura de constitución
- Original y copia de los nombramientos
- Copias de cédula y papeleta de votación de los socios
- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite

13. Con el RUC, ir a la Superintendencia de Compañías para que nos entreguen una carta dirigida al banco para abrir la cuenta, y poder disponer del valor depositado.

Para establecer un negocio en la industria de Enseñanza Deportiva y Recreativa, se debe cumplir con los requisitos impuestos por el estado. En cuanto a los requisitos impuestos por el Ministerio de Salud Pública establece que para el funcionamiento de un gimnasio es necesario tener los siguientes documentos:

- Planilla de Inspección.
- Copia títulos de los Profesionales Endocrinólogo y Nutricionista, (en caso de centro de reducción de peso). Médico (en caso de centro de cosmetología y estética).
- Copia título del Profesional Licenciado(a) en Educación física – gimnasios.
- Copia del Certificado del título emitido por el Conesup.
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión).
- Certificado de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos.

El Ministerio de Inclusión Económica y Social junto con el INFA, establecen que para la apertura de una instalación dedicada al cuidado de menores de edad es

necesario cumplir con las normas básicas: de espacio técnico, personal capacitado (dependerá del número de niños) y un programa curricular.

En cuanto a los requisitos del Municipio son los siguientes:

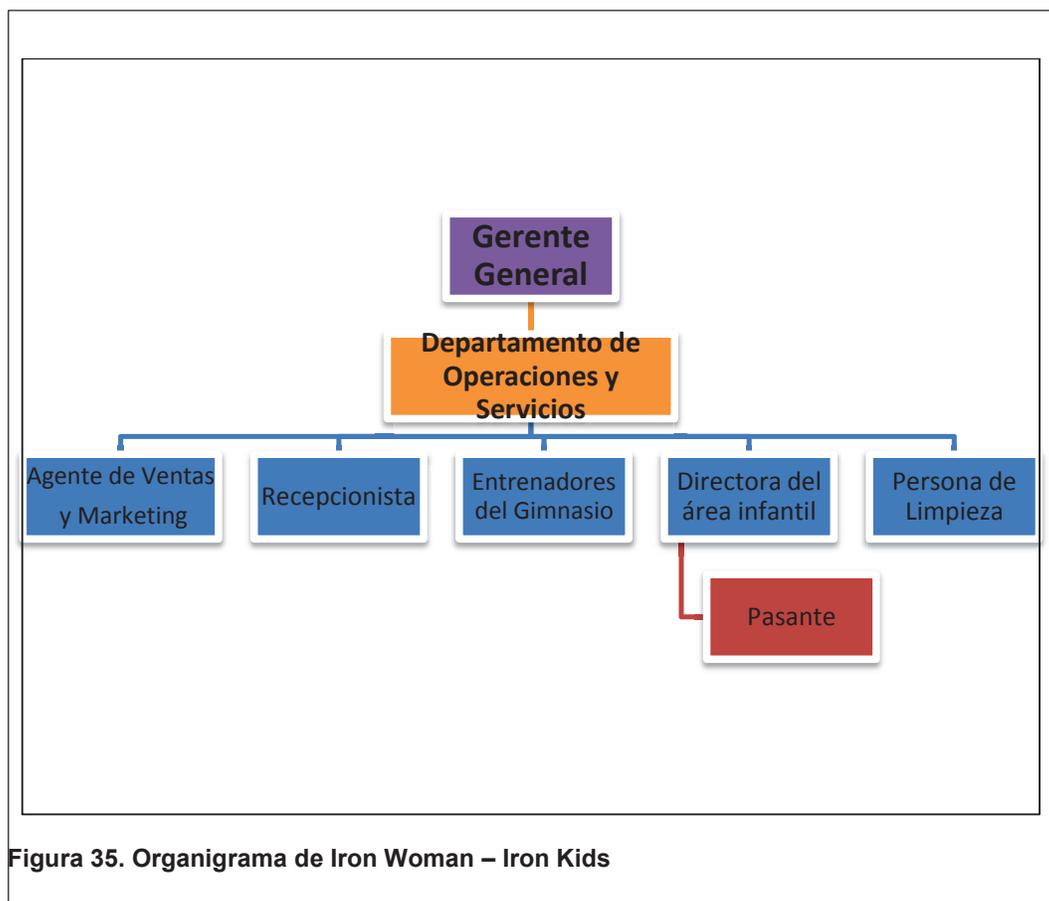
- Formulario Único de Licencia Metropolitana de Funcionamiento.
- Copia del RUC actualizado.
- Copia de Cédula de Identidad o Ciudadanía de Representante Legal.
- Copia de Papeleta de Votación del Representante Legal.
- Para establecimientos que requieren control sanitario: Carné de salud del personal que manipula alimentos.
- Copia de la Escritura de Constitución.
- Autorización notariada del dueño del predio (en caso de no ser local propio).
- Certificado Ambiental Vigente.

## 6. EQUIPO GERENCIAL

En este capítulo se detallará la estructura organizacional de la empresa, se definirá el perfil del personal con el que se va a contar el cual es muy importante para el éxito del negocio. A sí mismo, se plantearán las políticas de empleo y los beneficios que obtendrán los empleados y accionistas.

### 6.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

#### 6.1.1. ORGANIGRAMA



Iron Woman – Iron Kids, para dar inicio al negocio durante el primer año contará con 8 personas fijas y 1 pasante; quienes deberán cumplir con un perfil específico que se detalla más adelante.

- En el área de operaciones se contará con tres entrenadores para el gimnasio a tiempo completo.
- Para el área infantil tendremos una persona a cargo del área y una pasante; según vaya aumentando la demanda de niños se contratará más personal. Se contará también, con una persona encargada de la recepción y de brindar ayuda y soporte a los demás compañeros.

## **6.2. PERSONAL ADMINISTRATIVO CLAVE Y SUS RESPONSABILIDADES**

### **6.2.1. DESCRIPCIÓN DE FUNCIONES**

**Gerente general:** Esta persona será el representante legal de la empresa, será uno de los accionistas y estará a cargo de dirigir al personal de tal forma que todos trabajen para cumplir los objetivos.

Se enfocará en la toma de decisiones, designar funciones y estrategias para los diferentes departamentos del negocio. Estará a cargo de evaluar periódicamente el cumplimiento de las políticas internas y funciones de cada departamento.

En la parte administrativa, deberá manejar y dirigir el presupuesto de gasto del negocio, maximizar el ahorro. Se encargará de la contratación del personal, de organizar campañas internas, de dar seguimiento a potenciales colaboradores. Diseñará un ambiente de trabajo que motive positivamente a los trabajadores, así también a las socias.

A nivel de marketing, el gerente estará a cargo de entender la estructura de la industria, identificar clientes potenciales, segmentos y nichos. Desarrollar estrategias para la empresa y técnicas de mercadeo para captar más clientes; además utilizar los contactos de las base de datos para establecer estrategias.

**Recepcionista:** Esta persona estará a cargo de recibir las llamadas que entren a Iron Woman – Iron kids, y canalizarlas a las personas correctas, o a su vez

brindar información sobre el servicio. Se encargará también de recibir a los clientes, proporcionarles información y brindar apoyo a las diferentes áreas, básicamente es el primer contacto con el que se encontrarán los clientes.

**Agente de Ventas y Marketing:** Mantener siempre a los clientes contentos, atender las quejas y preguntas de sus clientes. Trabajar de la mano con la gerencia en el posicionamiento de la marca, crear fidelidad y determinar las necesidades del mercado y satisfacerlas. Definir lo que se va a decir en la publicidad y en qué medios pautar. Deberá estar haciendo un constante estudio de la empresa.

**Departamento de Operaciones y Servicios:** Para dar inicio a la empresa, se contará en este departamento con cuatro personas. Conforme crezca el volumen de clientes se irá aumentando el número del personal.

En el área del gimnasio tendremos tres entrenadores a tiempo completo. El primero será un instructor en baile, trx y deberá conocer de las nuevas tendencias en la práctica deportiva. El segundo instructor deberá conocer de pilates, cycling y también deberá tener conocimientos de primeros auxilios. El tercer entrenador deberá conocer sobre las nuevas tendencias en la práctica deportiva.

En el área infantil, tendremos una licenciada en educación parvularia, con conocimientos en psicología y primeros auxilios. Esta persona estará a cargo de dirigir y planificar las actividades para los niños; y tendrá a su cargo una pasantes.

**Persona de Limpieza:** Para empezar a brindar el servicio, se contará con una persona que estará a cargo de la limpieza del Centro Integral Iron Women – Iron Kids. Esta persona tendrá un contrato de 6 horas.

## 6.2.2. EQUIPO DE TRABAJO

Tabla 24. Perfil del Gerente General

<b>CARGO:</b>	Gerente General
<b>EDAD:</b>	28 – 42 años
<b>SEXO:</b>	Femenino / Masculino
<b>EDUCACIÓN:</b>	Título de tercer nivel con especialización en administración, marketing, finanzas, negocios.
<b>EXPERIENCIA:</b>	4 años en cargos administrativos de dirección, planificación, elaboración de proyectos, manejo del personal.
<b>APTITUDES:</b>	Motivación para dirigir, evaluación de ideas, capacidad de análisis y síntesis, capacidad de comunicación, habilidades financieras, dotes de mando y liderazgo, trabajo en equipo, perseverancia y constancia, integridad moral y ética.
<b>SUELDO:</b>	1200
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b>	Representante Legal de la Empresa.
	Gestionar y disponer de los recursos financieros necesarios para alcanzar los objetivos, optimizando siempre el rendimiento.
	Coordinar con las diferentes áreas del negocio, y verificar si las actividades se están realizando correctamente.
	Planear y desarrollar metas a corto y largo plazo junto con los objetivos.
	Desarrollar estrategias para alcanzar los objetivos y metas propuestas.
	Realizar evaluaciones periódicas y medir el desempeño en el cumplimiento de las funciones de las diferentes áreas de la empresa.
	Analizar las oportunidades y los riesgos del negocio.

	Analizar los aspectos financieros de todas las áreas.
	Motivar la participación de los trabajadores para la toma de decisiones y solución de posibles problemas.
	Manejar presupuesto de gasto de la empresa.
	Elaboración de estrategias para cumplimiento diario de presupuestos de venta.
	Presentación y venta de los servicios por medio de técnicas de negociación.
	Optimización de recursos.
	Realizar un plan estratégico de Marketing, acorde con los objetivos del negocio.
	Desarrollar constantemente nuevos servicios para mantener alegres a los clientes.
	Elaborar el presupuesto de ventas y controlar el cumplimiento del mismo.
	Determinar los medios publicitarios y canales de comunicación que se utilizará para promocionar el negocio.
	Estrategias para promocionar las ventas a través de medios digitales.
<b>REPORTA A:</b>	Directorio

**Tabla 25. Perfil de Agente de Ventas y Marketing**

<b>CARGO:</b>	Agente de Ventas y Marketing
<b>EDAD:</b>	20 – 33 años
<b>SEXO:</b>	Femenino / Masculino
<b>EDUCACIÓN:</b>	Cursando el tercer nivel de las carreras en Marketing, negocios, administrativas.
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínima de un año y medio en cargos similares, conocimientos en publicidad.

<b>APTITUDES:</b>	Motivación para dirigir, capacidad de comunicación, perseverancia y constancia, integridad moral y ética, trabajo en equipo, responsabilidad, negociador, emprendedor.
<b>SUELDO:</b>	700
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b>	Realizar un plan estratégico de Marketing, acorde con los objetivos del negocio junto con la gerencia.
	Implementar políticas, estrategias y promociones de ventas.
	Analizar los diferentes precios de la competencia para poder tener una base del precio que se establecerá.
	Seguimiento a todos los ingresos de la empresa. Elaborar el presupuesto de ventas y controlar el cumplimiento del mismo.
	Realizar análisis de ventas del mercado actual, incluyendo el monitoreo del nivel de ventas y ofrecer explicaciones para los aumentos o disminuciones en las tendencias de ventas junto con sugerencias para mejorar la situación.
	Diseñar e implementar actividades de promoción de ventas.
	Planificar y coordinar el desarrollo de planes de bonificaciones, descuentos e incentivos para clientes y fuerza de ventas.
	Lidiar con los clientes y asegurarse de que la empresa mantenga una cara pública positiva.
	Determinar los medios publicitarios y canales de comunicación que se utilizará para promocionar el negocio.
	Tratar con los clientes que tengan quejas o sugerencias y asegurarse de que sean asistidas con rapidez y eficiencia.
<b>REPORTA A:</b>	Gerente General.

Tabla 26. Perfil de los Entrenadores

<b>CARGO:</b>	Entrenador (baile, trx, pilates, cycling)
<b>EDAD:</b>	23 – 35 años
<b>SEXO:</b>	Femenino / Masculino
<b>EDUCACIÓN:</b>	Lic. en Educación Física
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo dos años de experiencia, conocimiento de fisioterapia y primeros auxilios.
<b>APTITUDES:</b>	Motivación para dirigir, habilidades de comunicación, método de enseñanza, integridad moral y ética, trabajo en equipo, responsabilidad, paciencia.
<b>SUELDO:</b>	500
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b>	Brindar un servicio personalizado para el segmento al que se dirige el negocio.
	Medir la masa corporal de los clientes.
	Realizar rutinas deportivas para los clientes, así como una dieta para complementar su cuidado.
	Satisfacer a los clientes, mantener y mejorar el estado de salud con el que empezó el cliente.
	Lograr una rutina muy enriquecedora, con un buen método de enseñanza y de comunicación con la finalidad que los clientes siempre tenga una sonrisa.
	Ser amable con los clientes.
	Ser proactivo.
<b>REPORTA A:</b>	Gerente General

Tabla 27. Perfil de la Recepcionista

<b>CARGO:</b>	Recepcionista
<b>EDAD:</b>	23 – 35 años
<b>SEXO:</b>	Femenino / Masculino
<b>EDUCACIÓN:</b>	Título en Secretaría.

<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo un año de experiencia.
<b>APTITUDES:</b>	Capacidad de adaptación a los cambios. Habilidades comunicativas, para saber cómo dar a conocer las cosas realizadas. Motivación para dirigir, habilidades de comunicación, integridad moral y ética, trabajo en equipo, responsabilidad, paciencia y puntualidad.
<b>SUELDO:</b>	400
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b>	Recibir todas las llamadas que entren a la empresa y proporcionar información a todos los clientes.
	Brindar apoyo a las diferentes áreas de la empresa.
	Recibir de una manera muy amable y cordial a los clientes que entren al local.
	Hacer un seguimiento a las personas que están interesadas en el servicio.
	Administrar servicios de proveeduría, suministros y materiales de toda la empresa.
	Llevar a cabo otras actividades relacionadas con el puesto.
	Coordinar el área de limpieza.
<b>REPORTA A:</b>	Agente de Ventas y Marketing

Tabla 28. Perfil de la Directora del Área Infantil

<b>CARGO:</b>	Directora del área infantil
<b>EDAD:</b>	25 – 40 años
<b>SEXO:</b>	Femenino
<b>EDUCACIÓN:</b>	Lic. en Educación Parvularia
<b>EXPERIENCIA:</b>	Mínimo dos años de experiencia en manejo de grupos infantiles entre 1 a 5 años; conocimiento de psicología y primeros auxilios.
<b>APTITUDES:</b>	Motivación para dirigir, habilidades de

	comunicación, método de enseñanza, dominio del grupo, integridad moral y ética, trabajo en equipo, responsabilidad, paciencia y liderazgo.
<b>SUELDO:</b>	800
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b>	Brindar un servicio personalizado para el segmento al que se dirige el negocio.
	Planificar y organizar estrategias y actividades didácticas que fomenten y estimulen el desarrollo físico, cognitivo y social de los niños.
	Tener sensibilidad que le permita expresarse a través de diversas formas como la dramatización, la plástica, la música, entre otros.
	Establecer vínculos constantes con agentes educativos como la familia.
	Esforzarse por estar a la vanguardia en los avances pedagógicos y tecnológicos más modernos. Ser proactivo.
	Generar un ambiente educativo propicio para formar a los niños/as.
	Controlar constantemente a las pasantes.
<b>REPORTA A:</b>	Gerente General

**Tabla 29. Perfil de la Pasante del Área Infantil**

<b>CARGO:</b>	Pasante del área infantil
<b>EDAD:</b>	19 – 25 años
<b>SEXO:</b>	Femenino
<b>EDUCACIÓN:</b>	Cursando la carrera en Educación Parvularia.
<b>EXPERIENCIA:</b>	Conocimiento en manejo de grupos infantiles entre 1 a 5 años; de psicología y primeros auxilios.
<b>APTITUDES:</b>	Motivación para dirigir, habilidades de comunicación, método de enseñanza, dominio del grupo, integridad moral y ética, trabajo en equipo, responsabilidad, paciencia, tolerancia y liderazgo.

<b>SUELDO:</b>	340
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b>	Tener relaciones de mutua interacción entre el niño/a y la profesora.
	Tener sensibilidad que le permita expresarse a través de diversas formas como la dramatización, la plástica, la música, entre otros.
	Conocer sobre los requerimientos de los niños/as en cada una de las etapas de desarrollo: cuidados, higiene.
	Conocimientos pedagógicos, técnicas y destrezas que permitan tomar decisiones didácticas adecuadas para cada momento.
	Esforzarse por estar a la vanguardia en los avances pedagógicos y tecnológicos más modernos. Ser proactivo.
	Generar un ambiente cálido propicio para formar a los niños/as.
<b>REPORTA A:</b>	Director del área Infantil

Tabla 30. Perfil de la Persona encargada de la Limpieza

<b>CARGO:</b>	Limpieza del Centro
<b>EDAD:</b>	18 – 45 años
<b>SEXO:</b>	Femenino / Masculino
<b>EDUCACIÓN:</b>	No aplica
<b>EXPERIENCIA:</b>	Experiencia en cargos similares.
<b>APTITUDES:</b>	Responsabilidad, puntualidad, integridad moral y ética. Mantener la concentración, tener una gran capacidad de organización y prestar atención a los pequeños detalles.
<b>SUELDO:</b>	255 (contrato por seis horas)
<b>FUNCIONES Y RESPONSABILIDADES:</b>	Manutención y mantenimiento del ambiente de trabajo.

	Limpiar las diferentes salas del gimnasio, igual la zona de los niños.
	Limpiar los baños.
	Limpiar la maquinaria (adultos, niños).
	Colaborar con los demás compañeros.
<b>REPORTA A:</b>	Gerente General / Recepcionista

### **6.3. COMPENSACIÓN A ADMINISTRADORES, INVERSIONISTAS Y ACCIONISTAS**

La compensación salarial se detalla en la tabla 15. Todos los empleados por ley están afiliados al IESS; por tal cuentan con todos los beneficios de ley: décimo tercero, décimo cuarto, vacaciones, utilidades, etc.

El horario de trabajo del personal administrativo será de 09h00 a 18h00; para el personal de la zona infantil deberá ingresar de 09h00 a 18h00 sin embargo en media mañana tendrá dos horas libres, las cuales serán recompensadas el día sábado.

Para los entrenadores del gimnasio, su horario será cíclico; es decir trabajarán 3 días toda la jornada y un día media jornada, para completar las 40 horas de trabajo deberán asistir dos o tres horas según corresponda el mes los días sábados en la mañana.

Los sueldos serán analizados cada año, y se realizará un incremento del mismo dependiendo del desempeño de cada empleado. Dado que el negocio es nuevo, los sueldos tanto de los empleados como el de los propietarios no pueden ser muy elevados.

Tabla 31. Nómina del Primer Año 2014

AÑO 2015									
Cargo	Cantidad de Personas	Salario Unificado	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal (12,15%)	Fondos Reserva	Vacaciones	Costo Mensual	Total Costo Anual
Gerente General	1	1.200,00	100,00	28,33	145,80	-	50,00	1.524,13	<b>18.289,60</b>
Agente de Ventas y MKT	1	700,00	58,33	28,33	85,05	-	29,17	900,88	<b>10.810,60</b>
Entrenador 1	1	500,00	41,67	28,33	60,75	-	20,83	651,58	<b>7.819,00</b>
Entrenador 2	1	500,00	41,67	28,33	60,75	-	20,83	651,58	<b>7.819,00</b>
Entrenador 3	1	500,00	41,67	28,33	60,75	-	20,83	651,58	<b>7.819,00</b>
Directora del Área Infantil	1	800,00	66,67	28,33	97,20	-	33,33	1.025,53	<b>12.306,40</b>
Recepcionista	1	400,00	33,33	28,33	48,60	-	16,67	526,93	<b>6.323,20</b>
Persona de limpieza	1	255,00	21,25	21,25	30,98	-	10,63	339,11	<b>4.069,29</b>
Pasante	1	340,00	28,33	28,33	41,31	-	14,17	452,14	<b>5.425,72</b>
<b>TOTAL</b>	<b>9</b>	<b>5.195,00</b>	<b>432,92</b>	<b>247,92</b>	<b>631,19</b>		<b>216,46</b>	<b>6.723,48</b>	<b>80.681,81</b>

#### **6.4. POLÍTICAS DE EMPLEO Y BENEFICIOS**

Las personas que aspiren a formar parte de Iron Woman – Iron Kids, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- Presentar la hoja de vida con datos de: edad, estudio, competencias, experiencia laboral, pasantías, cursos y actividades.
- Fotografía actualizada
- Entrevista
- Pruebas de conocimiento, capacidad y personalidad.

Los aspirantes a los diferentes cargos tendrán un contrato de prueba por un periodo de 90 días. Una vez realizado correctamente su trabajo, se procederá a firmar un contrato en relación de dependencia con una duración de un año.

Antes de contratar a una persona para los diferentes cargos se analizará detalladamente las hojas de vida, verificando las referencias personales y laborales, además de examinar el perfil de cada aspirante y elegir al más adecuado con el negocio. Las entrevistas estarán a cargo del gerente general, quien deberá seleccionar a las personas más adecuadas y las que más se adapten a la cultura de excelencia en el servicio que se va a ofrecer.

En un inicio, por ser un negocio nuevo, los empleados y accionistas no recibirán más beneficios que los que manda la Ley; sin embargo conforme la empresa tenga más liquidez y se dé un crecimiento notorio. Los empleados y socios obtendrán más beneficios. De esta manera, evitaremos la rotación de personal y contaremos con clientes internos satisfechos.

#### **6.5. DERECHOS Y RESTRICCIONES DE ACCIONISTAS E INVERSORES**

Cada accionista es responsable de apoyar al desarrollo del negocio; así como del cumplimiento de los objetivos planteados.

Los accionistas tendrán derecho a participar en las decisiones que se vayan a tomar dentro del negocio. Así como participar de las ganancias de la empresa y aprobar las políticas de remuneración de los empleados. Los accionistas

podrán revisar y analizar los estados financieros del negocio, evaluar la gestión de los mismos. Así mismo, para aprobar algún cambio se necesita del 50% más uno de los votos de los mismos; si no se dan los suficientes votos, no se aprueba ninguna resolución.

En el caso de que algún accionista desee retirarse de la organización, debe comunicar a los demás socios con un tiempo prudente. En el caso, de que una persona quiera ser parte del negocio, es necesario la aprobación del 51% de los miembros.

#### **6.6. EQUIPO DE ASESORES Y SERVICIOS**

Como se trata de un negocio nuevo, no todos los accionistas cuentan con los conocimientos de todos los ámbitos que son parte de la organización.

Por lo que se necesitará trabajar con abogado para que nos proporcione asesorías en toda la parte legal; también contrataremos a un asesor contable que nos dé apoyo en la parte financiera y se encargue de los temas tributarios y legales.

Cada seis meses, capacitaremos a nuestros entrenadores en las nuevas tendencias deportivos para estar siempre a la vanguardia. Por lo que se contará con un asesor en nuevas tendencias deportivas a nivel de gimnasios.

## **7. CRONOGRAMA GENERAL**

En el siguiente capítulo se describen las actividades necesarias para poner en funcionamiento el negocio, junto con la fecha en la cual se ejecutarán cada proceso. También se analizará los riesgos e imprevistos que se pueden presentar durante la ejecución del negocio.

### **7.1. ACTIVIDADES NECESARIAS PARA PONER EL NEGOCIO EN MARCHA**

Para poner en marcha el negocio a continuación se detallarán los procesos iniciales que se deberán realizar de manera obligatoria para el funcionamiento del negocio:

- Elaboración del plan de negocios
- Aprobación del plan de negocios
- Constitución de la empresa
- Creación cuenta bancaria
- Obtención de crédito bancario
- Arriendo del local
- Decoración y adecuaciones del local
- Compra de los materiales y equipos para el gimnasio, la zona infantil.
- Compra de muebles de oficina, suministros, equipos de computación.
- Diseño y planificación de la promoción y publicidad
- Creación del página web
- Reclutamiento del personal
- Selección y contratación del personal
- Inducción y capacitación al personal
- Preparación para el evento de lanzamiento
- Lanzamiento del negocio al mercado, con la invitación a las posibles clientas, a los dueños de spas, peluquerías, etc.
- Establecer contacto con las posibles clientes
- Inicio de actividades

## **7.2. DIAGRAMA DE GANTT**

A continuación se detallará un cronograma con las tareas programadas; con la finalidad de visualizar y controlar las actividades y ejecutarlas en el tiempo establecido.

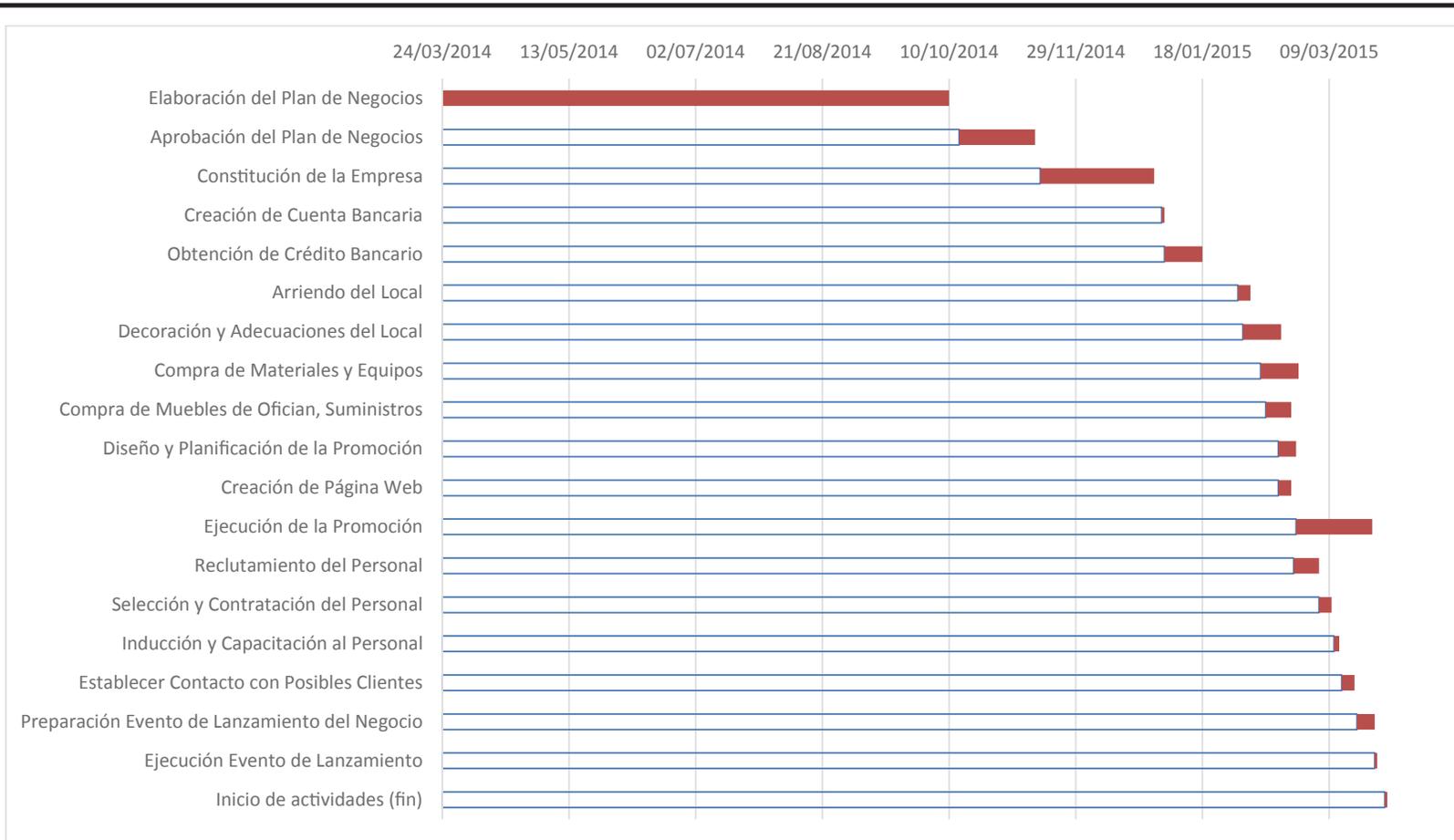


Figura 36 Cronograma

### 7.3. RIESGOS E IMPREVISTOS

Todo negocio está expuesto a ciertos riesgos; sin embargo, con una adecuada planeación es posible evitarlos. Dentro del cronograma establecido es posible que surjan imprevistos que generen retrasos en la terminación de actividades y por tanto, del proyecto. Entre las actividades que son más susceptibles de encontrar problemas están las siguientes:

- El tiempo que los trámites legales se demoran en el país; por ejemplo la constitución de una empresa, la cual se compone de una serie de procesos como la apertura de la cuenta bancaria, el Registro mercantil, el SRI, apertura del RUC, entre otros.
- Las adecuaciones de la instalación; se necesita construir la zona para las mujeres como para los niños, además de baños, bodegas, etc. En el caso de que las adecuaciones se demoren, se tendría la opción de invertir más en mano de obra.
- Selección y contratación del personal; aunque se ha estimado un tiempo de 30 días para el reclutamiento, selección y contratación del personal, estos parámetros pueden verse afectados bajo distintas circunstancias como: no encontrar los perfiles adecuados, que la gente desista del puesto, que no haya respuesta al aviso de reclutamiento, entre otros. Si durante el tiempo estimado no se avanza con la selección y contratación del personal, se realizará el mismo mediante una consultora que haga head-hunter.
- La compra de la maquinaria; se necesita adquirir algunas máquinas para la implementación del gimnasio y puede surgir el caso de que algún proveedor no cuente con todos los artefactos. En el caso de que surja este inconveniente se contará con unos dos posibles proveedores.
- Todos los socios deben aportar con una cierta cantidad de dinero, en el caso de que no todos cumplan se buscará la opción de obtener un préstamo bancario, o que los demás socios aporten con más cantidad.

## 8. RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS

En este capítulo se determinan los supuestos y criterios utilizados en el desarrollo del plan de negocios; así también se mencionan los riesgos y problemas que se pueden presentar en el negocio.

### 8.1. SUPUESTOS Y CRITERIOS UTILIZADOS

- Iron Women – Iron Kids iniciará sus operaciones en la ciudad de Quito, con alcance a distintos sectores entre esos Cumbayá.
- El mercado al que se dirige este servicio son mujeres y madres entre 25 – 54 años de edad con hijos entre 1 a 5 años que vivan en la zona de Cumbayá y Centro Norte del Distrito Metropolitano de Quito
- El mercado objetivo es de 1210 madres con niños entre 1-5 años que viven en la zona de Cumbayá y Centro Norte del Distrito Metropolitano de Quito; de ellas queremos captar 13,45%.
- Se cree que el servicio será acepta por el segmento al que se dirige.
- El servicio está dirigido a mujeres con un nivel socio económico medio-alto y alto.
- Los medios elegidos para pautar son los apropiados para promocionar al Centro.
- La obtención de permisos se llevará a cabo por medio de personas experta en el tema.
- Las proyecciones de ingreso se realizaron a cinco años en tres escenarios: pesimista, normal y optimista.
- En la elaboración de la tabla de amortización se utilizó una tasa de interés del 11,83% anual que es la tasa referencial de Mutualista Pichincha para PYMES.
- La fuente de ingresos para el proyecto es la proyección de las ventas directas del servicio.

- Para poner en marcha el negocio, es necesario contar con una inversión inicial para la adquisición de maquinaria, equipo, arrendamiento del lugar, etc.

## **8.2. RIESGOS Y PROBLEMAS PRINCIPALES**

A continuación se detallan algunos de los riesgos y problemas que se pueden dar y afectar al funcionamiento del negocio.

- Cambios en el sistema tributario.
- Cambios en la tasa de interés con el pasar del tiempo.
- Puede darse la posibilidad de que la demanda de clientes sea mayor a la oferta, dejando al negocio sin capacidad para atender a todos los usuarios de la manera correcta.
- Puede presentarse el riesgo de que las ventas proyectadas estén por encima de las ventas reales, lo que obligaría a realizar un recorte del personal. Por lo cual se incentivaría al mercado meta con promociones.
- Los instructores no tengan un buen método de enseñanza.
- Las madres no estén satisfechas con el servicio hacia los niños.
- Si uno de los dos servicios no funciona de la mejor manera, puede darse el caso de que la madre y el niño dejen de ir.
- La competencia puede poner un servicio similar.
- Los cambios tecnológicos a nivel de las máquinas sean muy constantes, al igual que las tendencias deportivas.

En el caso de que surjan estos problemas, las posibles soluciones o estrategias serían:

- Se debe estar constantemente revisando el sistema tributario para que en el caso de que haya algún cambio, contratar el servicio de un abogado y que el mismo nos asesore.

- En el caso de que la demanda sea mayor a la oferta, se analizará la opción de ampliar los horarios, o buscar un local para una sucursal.
- Si la oferta es mayor a la demanda, se planteará estrategias para incentivar al mercado meta.
- Constantemente se estará evaluando a los empleados, además de realizar encuestas a nuestras clientas para ver si están conformes con los empleados y el servicio e ir eliminando y evitando los errores.
- En el caso de que la competencia implemente un servicio similar, debemos seguir escuchando a nuestras clientas y buscar satisfacer sus necesidades para que no dejen de utilizar nuestro servicio.
- En cuanto a los cambios tecnológicos en las maquinarias, se analizará con los socios para ver la posibilidad de realizar alguna compra.
- Los instructores cada cierto tiempo se estarán capacitando en las nuevas tendencias en ejercicios para mujeres.

## 9. PLAN FINANCIERO

En el capítulo 9 se analizará la estructura financiera de “Iron Women- Iron Kids”, las ventas e índices financieros que permitan establecer la rentabilidad y factibilidad del mismo y el atractivo para el inversionista.

### 9.1. INVERSIÓN INICIAL

Según Sapag (2011, p.180) las inversiones de un proyecto pueden ser de dos tipos: la inicial que se realiza antes de comenzar con las operaciones y las inversiones que se pueden realizar durante la operación del mismo. El valor de la inversión inicial para el negocio está detallado en la siguiente tabla.

**Tabla 32. Inversión Inicial del Proyecto**

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 51.752,08</b>
<b>INVERSIÓN FIJA</b>	
MAQUINARIA Y EQUIPO	
Total	\$ 26.727,57
MUEBLES Y ENSERES	
Total	\$ 1.536,64
MATERIALES GIMNASIO	
Total	\$ 555,00
MATERIALES DIDACTICOS INFANTILES	
Total	\$ 405,90
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	
Total	\$ 1.953,62
ADECUACIONES	
Total	\$ 18.199,10
CAPITAL DE TRABAJO	
Total	\$ 448,25
<b>INVERSIÓN FIJA TOTAL</b>	<b>\$ 49.826,08</b>
<b>INVERSIÓN ACTIVO DIFERIDO</b>	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
Total	\$ 1.926,00

Para ver los insumos que componen cada cuenta de la inversión inicia puede ver en los anexos (Ver Anexo 8).

## 9.2. FUENTES DE INGRESO

Como se detalla en el capítulo 4, Iron Women – Iron Kids tiene como principal fuente de ingresos la venta del servicio para madres e hijos, aunque también se ha considerado la venta del servicio para las mujeres para no dejar a este mercado desatendido.

Como se detalla en la tabla 20 el precio para venta del servicio para mujeres es de \$42,00 y de \$85,00 para las madres con sus niños. La proyección de ventas de manera mensual para cinco años, en los tres diferentes escenarios se puede observar en los anexos (Ver Anexos 22, 23, 24, 25, 26, 27).

## 9.3. EGRESOS

El centro integral deportivo Iron Women – Iron Kids tiene un sinnúmero de egresos que están divididos en: gastos de ventas (Ver Anexo 9), gastos administrativos (Ver Anexo 11), gastos de operación (Ver Anexo 10), gastos preoperacionales (Ver Anexo 12), además de los costos fijos (Ver Anexo 13) y costos variables (Ver Anexo 14) todos previstos para la ejecución del proyecto.

**Tabla 33. Egresos Totales**

	AÑO1	AÑO 2	AÑO3	AÑO4	AÑO5
	ANUAL	ANUAL	ANUAL	ANUAL	ANUAL
<b>TOTAL GASTOS</b>	\$ 67.806,80	\$ 76.077,86	\$ 79.263,71	\$ 82.643,49	\$ 86.103,56
<b>TOTAL COSTOS TOTALES</b>	\$ 38.819,76	\$ 41.227,01	\$ 42.665,17	\$ 44.156,12	\$ 45.701,78
<b>TOTAL EGRESOS</b>	\$ 106.626,56	\$ 117.304,88	\$ 121.928,89	\$ 126.799,61	\$ 131.805,34

#### 9.4. MARGEN BRUTO Y MARGEN OPERATIVO

El margen bruto y operativo del negocio ha sido proyectado a cinco años en escenario esperado con apalancamiento, como se observa a continuación.

Tabla 34. Margen Bruto y Operativo

DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$76.541,27</b>	<b>\$153.839,52</b>	<b>\$167.660,33</b>	<b>\$183.271,91</b>	<b>\$198.727,21</b>
(-) COSTO DE VENTA	\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$37.721,51</b>	<b>\$112.612,51</b>	<b>\$124.995,16</b>	<b>\$139.115,79</b>	<b>\$153.025,43</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS	\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
(-)GASTOS COMISIÓN COBRO	\$4.592,48	\$9.230,37	\$10.059,62	\$10.996,31	\$11.923,63
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$30.085,28	\$36.534,64	\$45.731,45	\$56.472,30	\$66.921,87

#### 9.5. ESTADO DE RESULTADO ACTUAL Y PROYECTADO

Para realizar el estado de resultados del negocio se consideró la proyección de ventas realizada en el capítulo 4. El estado de resultado se realizó para cinco años de manera anual (Ver Anexos 28, 29, 30, 31, 32, 33) y mensual (Ver Anexos 22, 23, 24, 25, 26, 27) en tres escenarios con y sin apalancamiento. A continuación se puede observar el Estado de Resultados Anual en escenario esperado con apalancamiento.

Tabla 35. Estado de Resultados, escenario esperado - apalancado

ESTADO DE RESULTADOS ANUAL					
ESCENARIO ESPERADO APALANCADO					
DETALLE	2015	2016	2017	2018	2019
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$76.541,27</b>	<b>\$153.839,52</b>	<b>\$167.660,33</b>	<b>\$183.271,91</b>	<b>\$198.727,21</b>
(-) COSTO DE VENTA	\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$37.721,51</b>	<b>\$112.612,51</b>	<b>\$124.995,16</b>	<b>\$139.115,79</b>	<b>\$153.025,43</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS	\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
(-)GASTOS COMISIÓN COBRO	\$4.592,48	\$9.230,37	\$10.059,62	\$10.996,31	\$11.923,63
(=) UTILIDAD OPERACIONAL	\$30.085,28	\$36.534,64	\$45.731,45	\$56.472,30	\$66.921,87
(-) GASTOS FINANCIEROS	-\$4.016,02	-\$3.305,23	-\$2.505,65	-\$1.606,18	-\$594,33
(+) OTROS INGRESOS	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(=) UTILIDAD ANTES DE	-	\$33.229,41	\$43.225,79	\$54.866,12	\$66.327,54



AMORTIZACIÓN DERECHO DE LLAVES		\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)
GASTOS PREOPERACIONALES		\$ 4.599	\$ 4.768	\$ 4.943	\$ 5.124	\$ 5.312
AMORTIZACIÓN GASTOS PREOPERACIONALES	\$ -	\$ (920)	\$ (954)	\$ (989)	\$ (1.025)	\$ (1.062)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 51.752</b>	<b>\$ 109.191</b>	<b>\$ 192.471</b>	<b>\$ 217.552</b>	<b>\$ 233.452</b>	<b>\$ 249.675</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>CORRIENTES</b>	\$ -	\$ 74.111	\$ 91.172	\$ 97.528	\$ 104.580	\$ 111.672
SUELDOS POR PAGAR	\$ -	\$ 74.111	\$ 79.126	\$ 81.859	\$ 84.691	\$ 87.628
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ -		\$ 7.061	\$ 9.185	\$ 11.659	\$ 14.095
PARTICIPACION EMPLEADOS POR PAGAR			\$ 4.984	\$ 6.484	\$ 8.230	\$ 9.949
<b>NO CORRIENTES</b>	\$ 36.226	\$ 5.689	\$ 6.400	\$ 7.200	\$ 8.099	\$ 9.111
DEUDA A LARGO PLAZO	\$ 36.226	\$ 5.689	\$ 6.400	\$ 7.200	\$ 8.099	\$ 9.111
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 36.226</b>	<b>\$ 79.800</b>	<b>\$ 97.572</b>	<b>\$ 104.728</b>	<b>\$ 112.680</b>	<b>\$ 120.783</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
CAPITAL SOCIAL	\$ 15.526	\$ 52.215	\$ 73.715	\$ 85.268	\$ 85.795	\$ 86.608
UTILIDADES RETENIDAS	\$ -	\$ (22.823)	\$ 21.184	\$ 27.556	\$ 34.977	\$ 42.284
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.526</b>	<b>\$ 29.391</b>	<b>\$ 94.898</b>	<b>\$ 112.824</b>	<b>\$ 120.772</b>	<b>\$ 128.891</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 51.752</b>	<b>\$ 109.191</b>	<b>\$ 192.471</b>	<b>\$ 217.552</b>	<b>\$ 233.451</b>	<b>\$ 249.674</b>

## 9.7. ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO ANUAL Y PROYECTADO

El estado de flujo de efectivo se realizó en tres escenarios con y sin financiamiento (Ver Anexos 36, 37). A continuación se visualiza el estado de flujo de efectivo anual con y sin apalancamiento en escenario esperado.



<b>LIBRE</b>	<b>(84.403,15)</b>	<b>(19.460,26)</b>	<b>24.546,89</b>	<b>20.996,41</b>	<b>38.845,63</b>	<b>109.147,43</b>
PRESTAMO	\$ 36.500,00					
DEUDA		\$ 5.689,46	\$ 6.400,25	\$ 7.199,83	\$ 8.099,30	\$ 9.111,15
<b>FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA</b>	<b>\$ (47.903,15)</b>	<b>\$ (25.149,72)</b>	<b>\$ 18.146,64</b>	<b>\$ 13.796,58</b>	<b>\$ 30.746,32</b>	<b>\$ 100.036,28</b>
<b>Criterios de Inversión Proyecto</b>			<b>Criterios de Inversión Inversionista</b>			
<b>VAN</b>	\$25.285,93		<b>VAN</b>	\$41.001,18		
<b>TIR</b>	17,16%		<b>TIR</b>	23,01%		

**Tabla 38. Flujo de Caja sin Financiamiento – escenario Esperado**

<b>FLUJO DE CAJA</b>						
<b>NO APALANCADO ESCENARIO ESPERADO</b>						
<b>DETALLE</b>		<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>\$76.541,27</b>	<b>\$153.839,52</b>	<b>\$167.660,33</b>	<b>\$183.271,91</b>	<b>\$198.727,21</b>
(-) COSTO DE VENTA		\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$37.721,51</b>	<b>\$112.612,51</b>	<b>\$124.995,16</b>	<b>\$139.115,79</b>	<b>\$153.025,43</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS		\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>\$30.085,28</b>	<b>\$36.534,64</b>	<b>\$45.731,45</b>	<b>\$56.472,30</b>	<b>\$66.921,87</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(+) OTROS INGRESOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		<b>\$30.085,28</b>	<b>\$36.534,64</b>	<b>\$45.731,45</b>	<b>\$56.472,30</b>	<b>\$66.921,87</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES			\$5.480,20	\$6.859,72	\$8.470,85	\$10.038,28
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>\$25.572,49</b>	<b>\$31.054,45</b>	<b>\$38.871,73</b>	<b>\$48.001,46</b>	<b>\$56.883,59</b>
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA			\$7.763,61	\$9.717,93	\$12.000,36	\$14.220,90
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>\$19.179,37</b>	<b>\$23.290,84</b>	<b>\$29.153,80</b>	<b>\$36.001,09</b>	<b>\$42.662,69</b>
<b>GASTOS NO DESEMBOLSABLES</b>						

INVERSIÓN	\$ (51.752,08)			\$ (10.862,67)		
CAPITAL DE TRABAJO	\$ (32.650,77)					
DEPRECIACIÓN		\$2.977,94	\$2.977,94	\$3.917,43	\$3.483,27	\$3.483,27
AMORTIZACIÓN		\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20
VALOR DESECHO						\$30.344,38
RECUPERACIÓN CAPITAL DE TRABAJO						\$32.650,77
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>\$ (84.403,10)</b>	<b>\$ (15.816,23)</b>	<b>\$ 26.653,97</b>	<b>\$ 22.593,76</b>	<b>\$ 39.869,57</b>	<b>\$ 109.526,31</b>
PRESTAMO						
DEUDA						
<b>FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA</b>	<b>\$ (84.403,10)</b>	<b>\$ (15.816,23)</b>	<b>\$ 26.653,97</b>	<b>\$ 22.593,76</b>	<b>\$ 39.869,57</b>	<b>\$ 109.526,31</b>
<b>Criterios de Inversión Proyecto</b>			<b>Criterios de Inversión Inversionista</b>			
<b>VAN</b>	\$32.391,14		<b>VAN</b>	\$32.391,14		
<b>TIR</b>	19,10%		<b>TIR</b>	19,10%		

Al analizar ambos escenarios se puede llegar a la conclusión que es mejor obtener un préstamo bancario, ya que en la tabla. 37, la TIR del inversionista es de 23,01% siendo mayor que en la tabla. 38.

## 9.8. PUNTO DE EQUILIBRIO

A continuación, se determinará el número mínimo de ventas anuales, de tal forma que los ingresos sean igual a los gastos; es decir se obtiene un beneficio igual a cero, donde la empresa no tiene pérdidas ni ganancias.

Tabla 39. Punto de Equilibrio

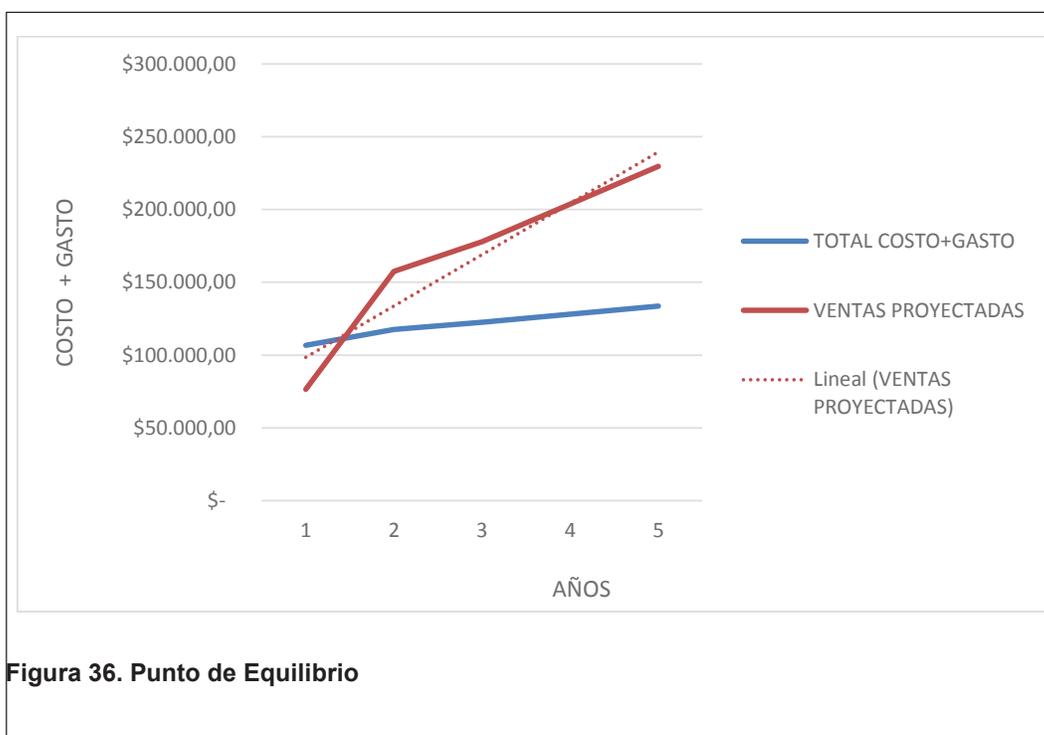
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>					
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
COSTOS FIJOS ANUALES	\$ 37.515,36	\$ 39.874,74	\$ 41.263,27	\$ 42.702,77	\$ 44.195,09
COSTOS VARIABLE ANUAL	\$ 1.304,40	\$ 1.352,27	\$ 1.401,90	\$ 1.453,35	\$ 1.506,69
<b>COSTOS TOTALES ANUALES</b>	<b>\$ 38.819,76</b>	<b>\$ 41.227,01</b>	<b>\$ 42.665,17</b>	<b>\$ 44.156,12</b>	<b>\$ 45.701,78</b>
GASTO ANUAL	\$ 67.806,80	\$ 76.297,79	\$ 79.870,78	\$ 83.866,40	\$ 87.953,51
<b>TOTAL COSTO+GASTO</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>	<b>\$</b>

	106.626,56	117.524,80	122.535,95	128.022,52	133.655,29
PRECIO PRODUCTO 1	\$ 42,00	\$ 43,54	\$ 45,14	\$ 46,80	\$ 48,51
PRECIO PRODUCTO 2	\$ 85,00	\$ 88,12	\$ 91,35	\$ 94,71	\$ 98,18
NUMERO DE PARTICIPACIONES PRODUCTO 1	688	743	802	866	936
NUMERO DE PARTICIPACIONES PRODUCTO 2	915	967	945	924	899
<b>TOTAL DE CLIENTES</b>	<b>1602</b>	<b>1709</b>	<b>1747</b>	<b>1790</b>	<b>1835</b>
<b>VENTAS A EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 106.626,56</b>	<b>\$ 117.524,80</b>	<b>\$ 122.535,95</b>	<b>\$ 128.022,52</b>	<b>\$ 133.655,29</b>
VENTAS PROYECTADAS	\$ 76.541,27	\$ 157.504,90	\$ 177.778,08	\$ 203.653,75	\$ 229.559,68
PARTICIPACIONES PROYECTADOS	1.097	2.195	2.362	2.580	2.772

\* Producto 1: servicio para mujeres.

\* Producto 2: servicio para madres e hijos.

\* Participaciones: número de veces que un cliente compra el servicio durante el año.



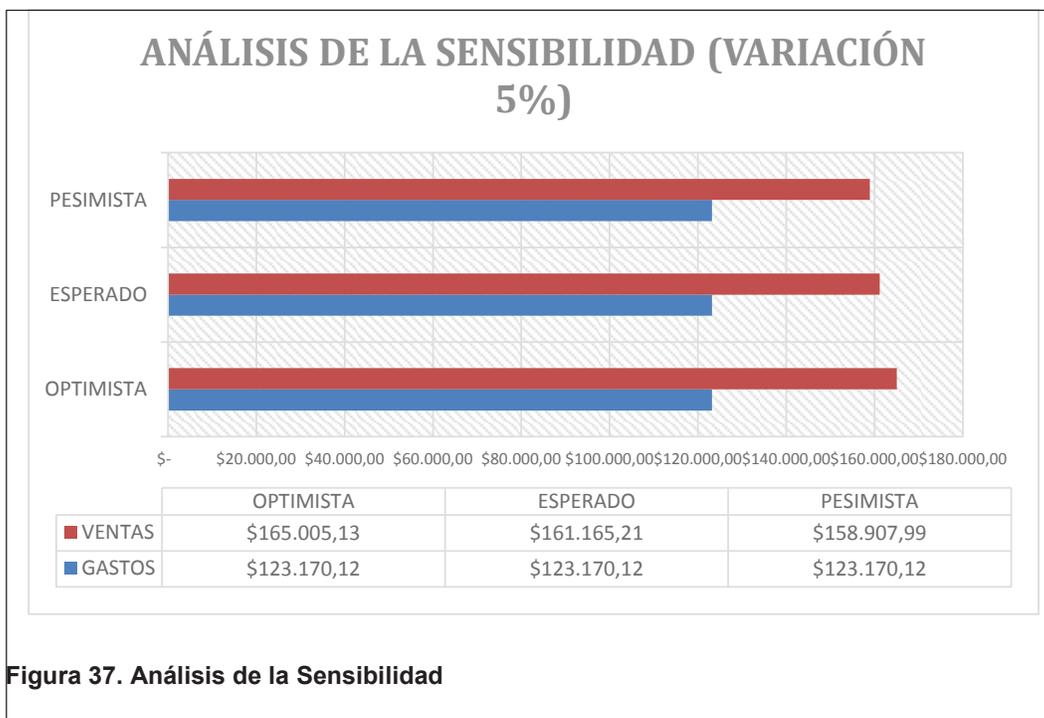
**Figura 36. Punto de Equilibrio**

Como se visualiza en la tabla 39, se requiere vender un mínimo de 1602 participaciones anuales para no tener pérdida ni ganancia. Esto quiere decir que el cliente tiene que asistir al gimnasio un mínimo de 9 meses.

### **9.9 CONTROL DE GASTOS IMPORTANTES**

Dentro del análisis de sensibilidad, las variables más vulnerables a las que el negocio podría ser más vulnerable son: el precio y el gasto. El precio de los dos diferentes servicios (mujeres y madres con hijos) es aquel que presenta mayor sensibilidad, debido a que una disminución del 5% del mismo puede generar que las ventas se reduzcan en un \$7325,69 o viceversa. Y una variación del 5% en los gastos genera una variación de \$5865,24.

Por esta razón, Iron Women – Iron Kids debe mantener buenas relaciones con los clientes y buenas estrategias para poder fijar y mantener el precio de los servicios y así las ventas no se vean afectadas. En el siguiente gráfico puede visualizar la sensibilidad de las ventas y de los gastos en un 5% en los diferentes escenarios.



## 9.10. ÍNDICES FINANCIEROS

A través de los índices financieros se puede analizar el desempeño del negocio a través del tiempo.

### 9.10.1. LIQUIDEZ

Tabla 40. Liquidez

LIQUIDEZ				
APALANCADO				
Razón Corriente =	Activo Corriente			
	Pasivo Corriente			
ESPERADO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1,02	1,75	1,78	1,82	1,85

La liquidez se calculó para los tres escenarios (Ver Anexo 40), observando la tabla se concluye que el negocio tiene liquidez, ya que se obtuvo \$1,02 por cada dólar a crédito.

### 9.10.2. RENTABILIDAD

Tabla 41. ROI

RENTABILIDAD				
APALANCADO				
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS=	UTILIDAD NETA			
	ACTIVOS TOTALES			
ESPERADO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-21%	11%	13%	15%	17%

Este índice nos indica que por cada dólar invertido en activos totales, este genera una pérdida en el primer año de 0,21 centavos; sin embargo a partir del segundo año tenemos 0,11 centavos de utilidad neta. Para observar los demás escenarios puede ver en los anexos (Ver Anexos 41).

Tabla 42. ROE

RENTABILIDAD				
APALANCADO				
ROE =	UTILIDAD NETA			
	PATRIMONIO			
ESPERADO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-78%	22%	24%	29%	33%

El rendimiento del patrimonio consiste en identificar la rentabilidad que se les ofrece a los socios del capital que han invertido en la empresa. Para observar los demás escenarios puede ver en los anexos (Ver Anexos 41).

### 9.10.3. DESEMPEÑO

Tabla 43. Rotación Cuentas por Cobrar

DESEMPEÑO
APALANCADO

ROTACIÓN DE CXC =	VENTAS				
	CUENTAS X COBRAR				
<b>ESPERADO</b>					
<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	
14,5	24,2	24,4	24,3	24,2	

**Tabla 44. Días de Cuentas por Cobrar**

<b>DESEMPEÑO</b>					
<b>APALANCADO</b>					
DÍAS DE CXC =	365				
	ROTACIÓN CXC				
<b>ESPERADO</b>					
<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	
25,1	15,1	15,0	15,0	15,1	

Como se observa en la tabla 43, en el primer año el negocio rotará sus cuentas por cobrar 15 veces en el año, lo hará cada 25 días como se observa en la tabla 44. Para visualizar los demás escenarios puede ver en los anexos (Ver Anexo 42).

### 9.11. VALUACIÓN

En los seis escenarios que se proyectaron para el negocio, se observa que el VAN es positivo y la TIR es mayor a la tasa de descuento, manifestando que el plan es financieramente viable para su inversión. Para observar los demás criterios de valuación del proyecto puede ver los anexos (Ver Anexos 36, 37).

**Tabla 45. CAPM**

<b>CAPM</b>	
Tasa libre de riesgo	2,69%
Rendimiento del Mercado	5,43%
Beta	0,97
Riesgo País	5,30%
Tasa de Impuestos	36,25%
<b>CAPM</b>	<b>10,65%</b>

Tabla 46. WACC

WACC	
Año 1	8,38%
Año 2	9,07%
Año 3	9,15%
Año 4	9,15%
Año 5	9,15%

Tabla 47. Valuación del Proyecto

Criterios de Inversión Proyecto		Criterios de Inversión Inversionista	
VAN	\$25.285,93	VAN	\$41.001,98
TIR	17,16%	TIR	23,01%

## 10. PROPUESTA DEL NEGOCIO

En el siguiente capítulo se analizará el financiamiento deseado, la estructura del capital y deuda; y el retorno para los inversionistas.

### 10.1. FINANCIAMIENTO DESEADO

El presente plan de negocios requiere la cantidad de \$ 51752,08 para su funcionamiento y comenzar con las actividades.

### 10.2. ESTRUCTURA DE CAPITAL Y DEUDA BUSCADA

La cantidad de \$ 51752,08 estará compuesta en un 70% por un crédito en la Mutualista Pichincha y el 30% por capital propio (cada socio aportará en partes iguales) (Ver Anexo 21).

Tabla 48. Estructura del Capital

ESTRUCTURA DEL CAPITAL		
	%	CANTIDAD
CAPITAL PROPIO	30%	\$ 15.525,62

<b>PRÉSTAMO</b>	70%	\$ 36.226,46
<b>TOTAL</b>	100%	\$ 51.752,08

### 10.3. CAPITALIZACIÓN

Iron Women – Iron Kids está constituido por cinco socios, cada uno de ellos aportará la cantidad de \$ 3105,13 para completar con el capital propio.

### 10.4. USO DE FONDOS

La inversión inicial será repartida en maquinaria y equipo, muebles y enseres, materiales para gimnasio, materiales didácticos infantiles, equipos de computación, adecuaciones, capital de trabajo y gastos de constitución.

**Tabla 49. Inversión Inicial del Proyecto**

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 51.752,08</b>
<b>INVERSIÓN FIJA</b>	
MAQUINARIA Y EQUIPO	
Total	\$ 26.727,57
MUEBLES Y ENSERES	
Total	\$ 1.536,64
MATERIALES GIMNASIO	
Total	\$ 555,00
MATERIALES DIDACTICOS INFANTILES	
Total	\$ 405,90
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	
Total	\$ 1.953,62
ADECUACIONES	
Total	\$ 18.199,10
CAPITAL DE TRABAJO	
Total	\$ 448,25
<b>INVERSIÓN FIJA TOTAL</b>	<b>\$ 49.826,08</b>
<b>INVERSIÓN ACTIVO DIFERIDO</b>	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	
<b>Total</b>	<b>\$ 1.926,00</b>

### 10.5. RETORNO PARA EL INVERSIONISTA

En los seis escenarios proyectados el VAN es positivo, la TIR es mayor a la tasa de descuento, siendo así un plan viable y atractivo para el inversionista ver los anexos (Ver Anexos 36, 37).

**Tabla 50. Retorno del Inversionista**

<b>Criterios de Inversión Inversionista</b>		
<b>ESPERADO</b>		
APALANCADO	VAN	\$41.001,98
	TIR	23,01%
	TASA DE DESCUENTO	8,38%
DESAPALANCADO	VAN	\$32.391,14
	TIR	19,10%
	TASA DE DESCUENTO	10,65%

## 11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En el siguiente capítulo se mencionará las conclusiones y recomendaciones que surgieron durante la ejecución del plan de negocios.

### 11.1. CONCLUSIONES

Al finalizar la elaboración del plan de negocios, se puede mencionar las siguientes conclusiones:

- La industria de enseñanza deportiva en el país se encuentra en un constante crecimiento, lo que da apertura a nuevas empresas y negocios.
- Se analizó los factores PEST lo que nos llevó a determinar oportunidades y amenazas, las cuales fueron contrarrestadas con el cruce de variables.
- Se realizó la matriz FODA del negocio, donde se pudo identificar las fortalezas y oportunidades más importantes, al igual que las debilidades y amenazas a las que se enfrenta la compañía.
- El estudio del macro entorno permitió determinar que el mercado objetivo al cual se dirige el negocio no ha sido muy considerado por negocios similares.
- En la ciudad de Quito, existen muchos servicios sustitutos.
- Se debe entregar un excelente servicio a nuestros clientes, con el objetivo de que el boca a boca de resultado y atraiga a más clientes.
- El negocio dará comienzo a sus operaciones con 8 personas fijas y 1 pasante.
- Iron Women – Iron Kids involucrará una inversión inicial de \$ 51752,08; el 70% (\$36226,46) será cubierto por un préstamo bancario y el 30% con capital propio (\$15525,62).
- En todos los escenarios la evaluación financiera del negocio fue positiva.

- Los estados financieros nos permiten ver la proyección de las ventas y de los resultados hasta el año 2019.
- La creación y operación del Centro Integral Deportivo Iron Women – Iron Kids en la ciudad de Quito es factible.

## **11.2. RECOMENDACIONES**

- Una vez concluido el plan de negocios se recomienda poner en marcha la creación del negocio, aprovechando la situación actual del mercado.
- Dar constante seguimiento a las nuevas tendencias del marketing para aplicar nuevas estrategias.
- Analizar bien los proveedores de los equipos para las instalaciones de las mujeres y de los niños.
- Dar capacitaciones constantes a los empleados de Iron Women – Iron Kids, para estar siempre un paso adelante en las nuevas tendencias deportivas y recreativas. Diversificar la cartera de servicios.
- Si el negocio sobrepasa las ventas esperadas, se recomienda analizar la posibilidad de poner una sucursal o ampliar el negocio con más personal; satisfaciendo siempre la demanda.

## REFERENCIAS

- Banco Central del Ecuador. (2013). *Desempleo del Ecuador*. Recuperado el 04 de marzo de 2014 de [http://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=desempleo](http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=desempleo)
- Banco Central del Ecuador. (2013). *Inflación del Ecuador*. Recuperado el 04 de marzo de 2014 de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201312.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2013). *PIB Petrolero y No Petrolero*. Recuperado el 04 de marzo de 2014 de <http://www.bce.fin.ec/index.php/publicaciones-de-banca-central3>
- Banco Central del Ecuador. (2013). *PIB por Industria*. Recuperado el 04 de marzo de 2014 de <http://www.bce.fin.ec/index.php/publicaciones-de-banca-central3>
- Banco Central del Ecuador. (2013). *Tasa de Interés*. Recuperado el 04 de marzo de 2014 de <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Digital Uno, Laboratorio Creativo (2014). *Qué es branding*. Recuperado el 28 de julio de 2014 de [http://www.digitouno.com/index.php?option=com\\_content&view=article&id=127:ique-es-branding&catid=31:general&Itemid=117](http://www.digitouno.com/index.php?option=com_content&view=article&id=127:ique-es-branding&catid=31:general&Itemid=117)
- El Telégrafo. (22 septiembre 2012). *El 95% de los centros de desarrollo infantil funciona sin permisos*. El Telégrafo. Guayaquil, Ecuador. Recuperado el 04 de marzo de 2014 de <http://www.telegrafo.com.ec/noticias/guayaquil/item/el-95-de-los-centros-de-desarrollo-infantil-funciona-sin-permisos.html>

- El Universo. (26 de octubre 2013). *Rafael Correa proyecta que Ecuador cerrará 2014 con inflación de 3,2%*. El Universo. Guayaquil, Ecuador. Recuperado el 12 de marzo de 2014 de <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/10/26/nota/1635826/rafael-correa-proyecta-que-ecuador-cerrara-2014-inflacion-32>
- Enríquez C. (18 de febrero 2014). *Más aranceles para bienes de consumo y menos para insumos*. El Comercio. Quito, Ecuador. Recuperado el 04 de marzo de 2014 de [http://www.elcomercio.com.ec/negocios/aranceles-Ecuador-importacion-consumo-alimentos\\_0\\_1079292137.html](http://www.elcomercio.com.ec/negocios/aranceles-Ecuador-importacion-consumo-alimentos_0_1079292137.html)
- Fernández, J. (2014). *Metas y Estrategia de Operaciones*. Recuperado el 26 de mayo del 2014 de <http://www.slideshare.net/jcfdezmxestra/metasy-estrategias-de-operaciones>.
- Galindo, C. (2006). *Manual para la Creación de Empresas*. Bogotá, Colombia: Ecoe. Segunda Edición
- INEC. (2010). *Ecuador en Cifras - PIB*. Recuperado el 12 de marzo de 2014 de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-en-cifras/>
- INEC. (2010). *Ecuador en Cifras – Sí Emprende*. Recuperado el 06 de marzo de 2014 de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/ecuador-en-cifras/>
- INEC. (2010). *Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico*. Recuperado el 16 de marzo de 2014 de [http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com\\_remository&Itemid=&func=startdown&id=1184&lang=es&TB\\_iframe=true&height=250&width=800](http://www.inec.gob.ec/estadisticas/index.php?option=com_remository&Itemid=&func=startdown&id=1184&lang=es&TB_iframe=true&height=250&width=800)
- INEC. (2010). *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares Urbanos y Rurales*. Recuperado el 16 de marzo de 2014 de [http://www.inec.gob.ec/Enighur\\_/EnighurBoletin.pdf?TB\\_iframe=true&height=600&width=1000](http://www.inec.gob.ec/Enighur_/EnighurBoletin.pdf?TB_iframe=true&height=600&width=1000)

- INEC. (2010). *Resultados Censo de Población de Cantón Quito*. Recuperado el 16 de marzo de 2014 de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>.
- Keller, K. (2008). *Administración Estratégica de Marca. Branding*. México D.F., México: Pearson Education. 3ra. Edición.
- Kotler, P. y Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México D.F., México: Pearson Education. 8va. Edición.
- Lambin, J., Gallucci, C. y Sicurello, C. (2009). *Dirección de Marketing: Gestión Estratégica y Operativa del Mercado*. México D.F., México: McGraw-Hill. 2da. Edición.
- Malhotra, N. (2008). *Investigación de Mercados*. México D.F., México: Pearson. Quinta Edición.
- Marín, L. (2011). *Industria del fitness en América Latina movió US\$5.600M en 2011*. Revista América Economía. Recuperado el 04 de marzo de 2014 de <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/industria-del-fitness-en-america-latina-movio-us5600m-en-2011>
- Ministerio de Salud Pública. (2014). *Requisitos para Establecimientos Nuevos*. Recuperado el 28 de febrero de 2014 de <http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVOS.pdf>
- Ministerio del Deporte (2012). *El Deporte en Cifras*. Quito, Ecuador
- Ordozgoiti, R. y Pérez, I. (2003). *Imagen de Marca*. Madrid, España: ESIC
- Portal. Cuida tu futuro (2014). *Pasos para crear una empresa en Ecuador*. Recuperado el 28 de mayo de 2014 de <http://cuidatufuturo.com/2013/11/pasos-para-crear-una-empresa-en-ecuador>

- Revista Vida Activa. (2014). *La Nueva Era del Running Femenino*. Recuperado el 06 de marzo de 2014 de <http://www.vidactiva.com.ec/1028-la-nueva-era-del-running-femenino/>
- Sapag, N. (2011). *Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación*. Santiago de Chile, Chile: Pearson. Segunda Edición.
- Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda. (2010). *Población e Indicadores del 2010 en la Administración Zonal de Quito*. Recuperado el 16 de marzo de 2014 de [http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/Barrios/demografia\\_barrio10.htm](http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/Barrios/demografia_barrio10.htm)
- Superintendencia de Compañías. (2013). *Constitución de una compañía*. Recuperado el 28 de mayo de 2014 de [http://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/ss/instructivo\\_soc.pdf](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/ss/instructivo_soc.pdf)
- Superintendencia de Compañías. (2013). *Distribución de las Compañías por Número*. Recuperado el 12 de marzo de 2014 de <http://181.198.3.71/portal/cgi-bin/cognos.cgi#>

## **ANEXOS**

## ANEXO 1:



## ANEXO 2: ENTREVISTA SRA. MARCELA ANDRADE, CURVES; ING. JAVIER NÚÑEZ, PHISIQUE Y DR. WILFRIDO LEÓN, CACHORROS

1. ¿Cómo surgió la idea del negocio?
2. ¿Cuántas clases tiene al día?
3. ¿Cuál es el promedio de asistentes por clases?
4. ¿En qué horario asiste más personas?
5. ¿Cuál es la ventaja competitiva del negocio?
6. ¿Cómo definiría a sus clientes?
7. ¿Qué medios utilizan para promocionar su negocio?
8. ¿Han tenido algún problema con las mujeres que tienen hijos al momento del entrenamiento?

## ANEXO 3: FILTRO PARA RECLUTAR A LOS PARTICIPANTES

Nombre: \_\_\_\_\_

Dirección: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_ Celular: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_

Buen día, mi nombre es Daniela Salazar soy estudiante de la Universidad de las Américas, me encuentro en el proceso de investigación de mercado para mi tesis y requiero su colaboración para llenar el siguiente cuestionario.

1. ¿Tiene hijos, sobrinos o nietos entre 1 a 5 años de edad?  
Si \_\_\_\_ (continúe)  
No \_\_\_\_ (Agradezca a la persona y de por terminado el cuestionario)
  
2. ¿Ha realizado actividad física en los últimos 3 meses?  
Si \_\_\_\_ (continúe)  
No \_\_\_\_ (Agradezca a la persona y de por terminado el cuestionario)
  
3. ¿Vive en el norte de Quito?  
Si \_\_\_\_ (continúe)  
No \_\_\_\_ (Agradezca a la persona y de por terminado el cuestionario)
  
4. ¿Actualmente su hijo, sobrino o nieto asiste algún curso de algún deporte, baile, actividades extracurriculares?  
Si \_\_\_\_ (continúe)  
No \_\_\_\_ (Agradezca a la persona y de por terminado el cuestionario)

#### RECLUTAMIENTO:

Sra. Srta. (Nombre de la persona), estoy reclutando mujeres para realizar una reunión y hablar sobre un servicio recreativo para las mujeres y los niños. Quisiera que usted sea parte del grupo de mujeres para escuchar sus comentarios. El grupo se reunirá el domingo h06 abril en el Pinar Alto a las 16h00 y finalizará a las 17h30. ¿Podría contar con su participación?

Si \_\_\_\_ (confirme datos y proporcione la dirección del lugar de la reunión)

No \_\_\_\_ (Agradezca a la persona y de por terminado)

#### **ANEXO 4: CUESTIONARIO DEL GRUPO DE ENFOQUE**

Buenas tardes, mi nombre es Daniela Salazar González, gracias por su participación para realizar el siguiente focus group. Antes de nada quiero mencionarle que la idea del negocio. El negocio trata de gimnasio para mujeres y niños, donde podrán realizar un entrenamiento simultáneo. Las mujeres pueden cuidar de su salud mientras los niños disfrutan de actividades lúdicas.

1. ¿Qué opinan sobre el servicio que se va a ofrecer?
2. ¿Qué es lo que más le llamó la atención del negocio mencionado?
3. ¿Conocen de algún gimnasio que ofrezca el mismo servicio?
4. ¿Qué factores observan o consideran para escoger un gimnasio?
5. ¿Cuánto tiempo promedio pasan en el gimnasio durante la semana?
6. Asistirían a un gimnasio para mujeres y sus niños.
7. ¿En qué horario irían al gimnasio y qué días?
8. Consideran que van a tener un ahorro de tiempo al estar en un solo lugar con sus hijos cuidando de ellos y de su salud.
9. ¿Qué factor considerarían importante para poder dejar a sus niños en el gimnasio?
10. A través de qué medio de comunicación les interesaría conocer sobre el servicio.
11. Podrían dar alguna sugerencia sobre el servicio.

## **ANEXO 5: ENCUESTA**

### **ENCUESTA DE MERCADO**

Buenos días, soy estudiante de la Universidad de las Américas, me encuentro en el proceso de investigación de mercado para mi tesis y requiero su colaboración para llenar el siguiente cuestionario.

#### **1.- EN QUÉ SECTOR DE LA CIUDAD DE QUITO VIVE**

Norte \_\_\_\_ Chillos \_\_\_\_ Sur \_\_\_\_  
 Centro \_\_\_\_ Cumbayá \_\_\_\_

#### **2.- HACE ACTIVIDAD DEPORTIVA**

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

**3.- ACTUALMENTE ESTÁ INSCRITA EN UN GIMNASIO.** (Si su respuesta fue No, la encuesta está finalizada; sino continúe con la encuesta.)

Sí \_\_\_\_ No \_\_\_\_

#### **4.- CON QUÉ FRECUENCIA ASISTE AL GIMNASIO EN LA SEMANA.**

5-6 veces \_\_\_\_ 3-4 veces \_\_\_\_ 1-2 veces \_\_\_\_

#### **5.- EN QUÉ HORARIO ENTRENA**

Mañana \_\_\_\_ Medio día \_\_\_\_ Tarde \_\_\_\_ Noche \_\_\_\_

#### **6.- CUÁNTO TIEMPO SE QUEDA ENTRENANDO**

\_\_\_\_\_

**7.- QUÉ FACTOR ES EL QUE MÁS LE ATRAE DEL GIMNASIO.** (Marque sólo uno)

Infraestructura  Entrenadores  Ubicación

Ambiente  Otro

**8.- QUÉ LE DESAGRADA DEL LUGAR DONDE ENTRENA.**

\_\_\_\_\_

**9.- QUÉ SERVICIO O ACTIVIDAD LE GUSTARÍA ENCONTRAR EN UN GIMNASIO.**

\_\_\_\_\_

**10.- TIENE HIJOS.** (Si respondió que SI pase a la siguiente pregunta, si su respuesta fue NO vaya a la pregunta 18).

Sí  No

**11.- EN QUÉ RANGO DE EDAD ESTÁN SUS HIJOS.** (Sí marcó de 1-5 continúe con la encuesta, sino pase a la pregunta 18).

1-5 años  6 años - en adelante

**12.- DÓNDE O CON QUIÉN DEJA A SUS NIÑOS CUANDO ASISTE AL GIMNASIO.**

Guardería  Empleada

Familiares  Otro

El negocio que se implementará es un gimnasio para mujeres y niños, donde podrán realizar un entrenamiento simultáneo. Las mujeres pueden cuidar de su salud mientras los niños disfrutan de actividades lúdicas.

**13.- SE INSCRIBIRÍA EN UN GIMNASIO QUE OFREZCA EL SERVICIO YA MENCIONADO.**

Sí  No

**14.- QUÉ TIPO DE ACTIVIDADES LE GUSTARÍA QUE OFREZCA EL GIMNASIO PARA SUS HIJOS**

\_\_\_\_\_

**15.- EN QUÉ HORARIO PREFERIRÍA LLEVAR A SUS HIJOS AL GIMNASIO.**

\_\_\_\_\_

**16.- CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A CANCELAR MENSUALMENTE POR EL SERVICIO DEL GIMNASIO PARA USTED Y SU HIJO.**

\_\_\_\_\_

**17.- POR QUÉ MEDIO LE GUSTARÍA CONOCER ACERCA DE ESTE SERVICIO.** (Marque dos respuestas).

Televisión  Radio

Revistas  Mail

Periódicos \_\_\_\_\_ Redes Sociales \_\_\_\_\_  
 Volantes \_\_\_\_\_ Referencias \_\_\_\_\_

**18.- CUÁL ES SU NIVEL DE INGRESO.**

\$ 340 - \$ 500 \_\_\_\_\_ \$ 501 - \$ 900 \_\_\_\_\_  
 \$ 901 - \$ 1300 \_\_\_\_\_ \$ 1301 – en adelante \_\_\_\_\_

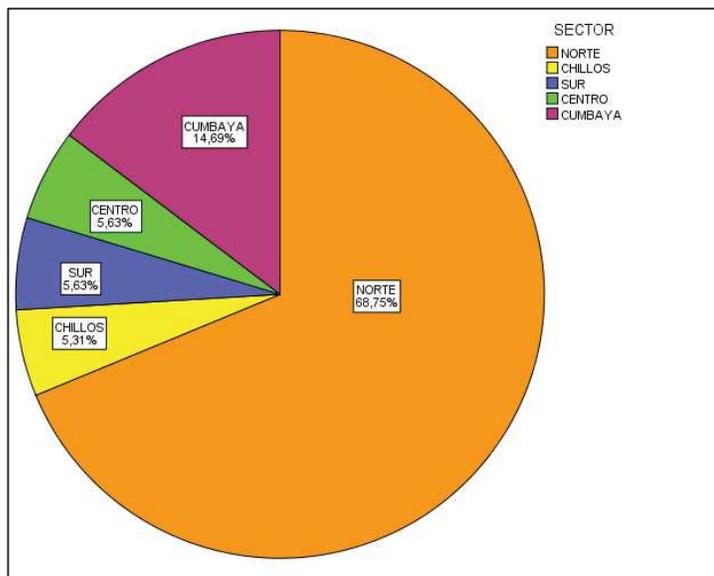
**19.- TIENE ALGÚN COMENTARIO O SUGERENCIA ACERCA DEL SERVICIO.**

**MUCHAS GRACIAS POR SU TIEMPO.**

**ANEXO 6: TABULACIÓN Y RESULTADO DE LAS ENCUESTA**

1. EN QUÉ SECTOR DE LA CIUDAD DE QUITO VIVE

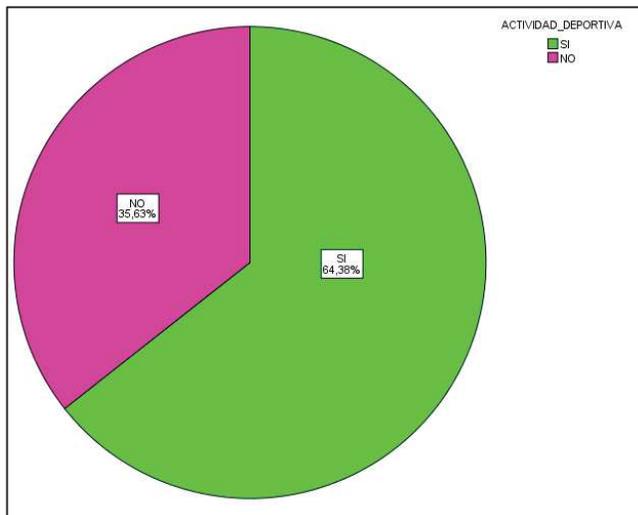
	Frecuencia	Porcentaje
NORTE	220	68,8
CHILLOS	17	5,3
SUR	18	5,6
CENTRO	18	5,6
CUMBAYA	47	14,7
Total	320	100,0



Se realizaron un total de 320 encuestas, y el pastel menciona que 68,75% de las mujeres vive en el Norte de Quito.

## 2. HACE ACTIVIDAD DEPORTIVA

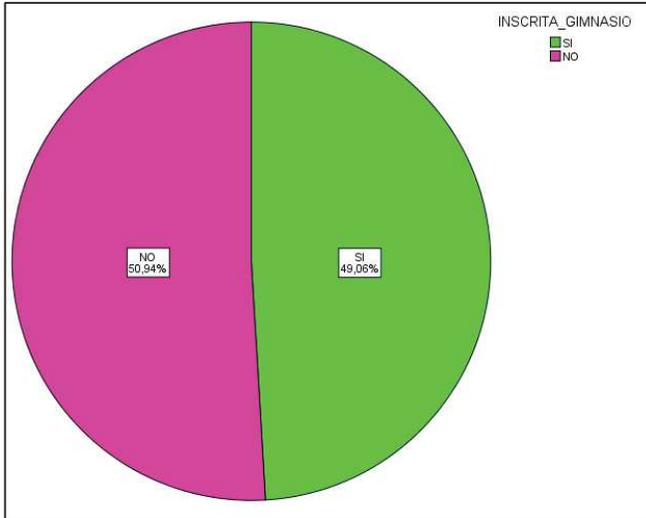
	Frecuencia	Porcentaje
SI	206	64,4
NO	114	35,6
Total	320	100,0



El gráfico nos indica que el 64,4% de las mujeres realiza actividad física.

## 3. ACTUALMENTE ESTÁ INSCRITO EN UN GIMNASIO.

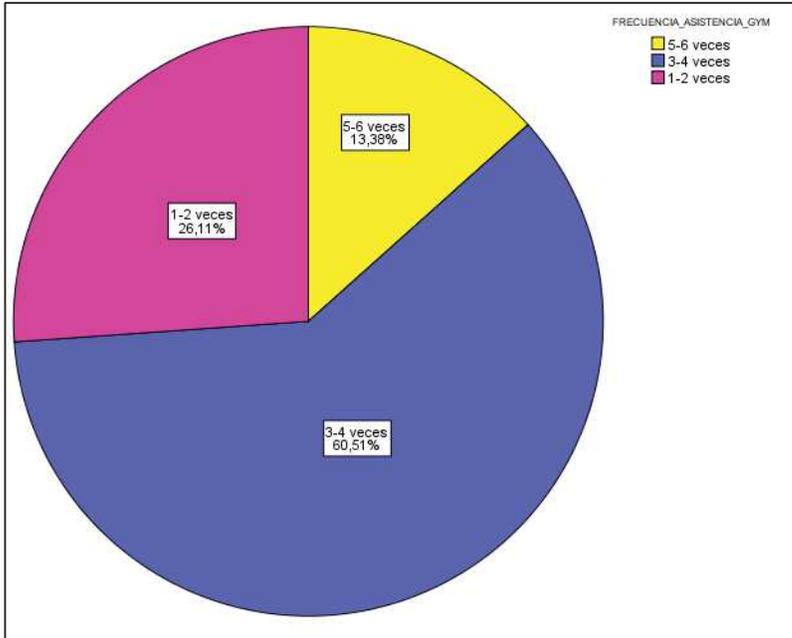
	Frecuencia	Porcentaje
SI	157	49,1
NO	163	50,9
Total	320	100,0



El gráfico del pastel, señala que de las 320 mujeres encuestadas; el 49,1% están inscritas en un gimnasio.

#### 4. CON QUE FRECUENCIA ASISTE AL GIMNASIO EN LA SEMANA

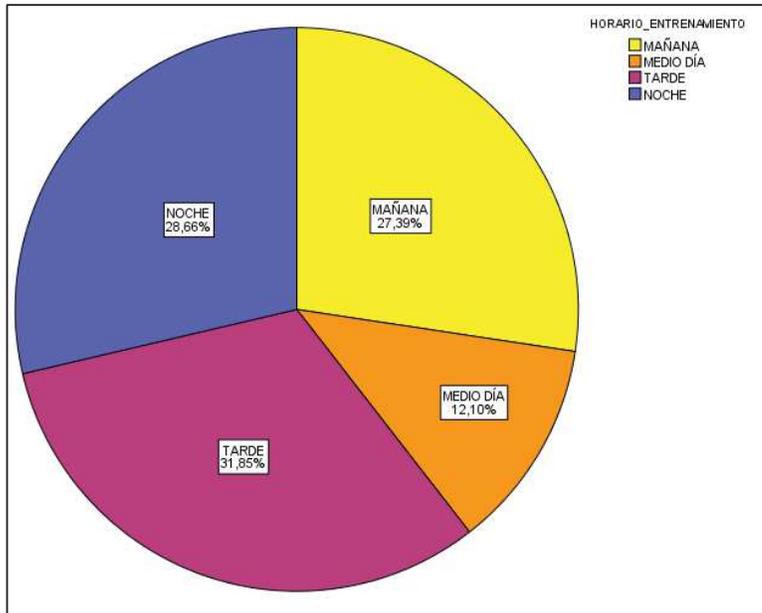
	Frecuencia	Porcentaje
5-6 veces	21	13,4
3-4 veces	95	60,5
1-2 veces	41	26,1
Total	157	100,0



Este gráfico nos muestra que de las 157 mujeres que están inscritas en un gimnasio, el 60,5% de ellas asiste entre 3-4 veces cada semana.

#### 5. EN QUÉ HORARIO ENTRENA

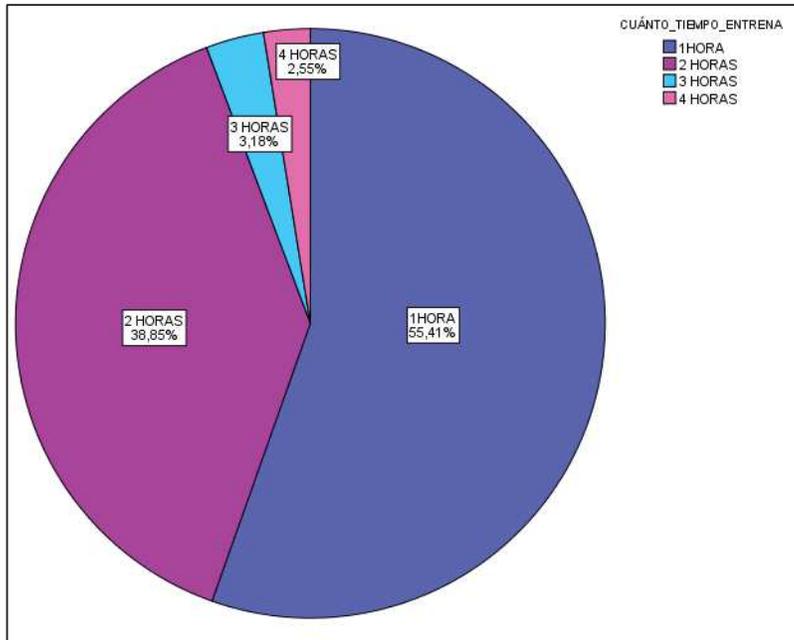
	Frecuencia	Porcentaje
MAÑANA	43	27,4
MEDIO DÍA	19	12,1
TARDE	50	31,8
NOCHE	45	28,7
Total	157	100,0



El gráfico muestra que el 31,85% de las encuestadas asiste al gimnasio en el horario de la tarde.

#### 6. CUÁNTO TIEMPO SE QUEDA ENTRENANDO

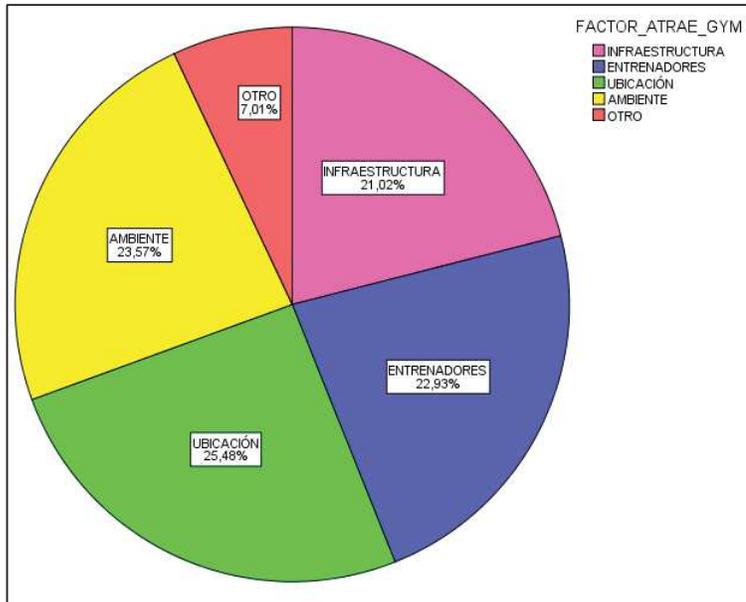
	Frecuencia	Porcentaje
1 HORA	87	55,4
2 HORAS	61	38,9
3 HORAS	5	3,2
4 HORAS	4	2,5
Total	157	100,0



El gráfico muestra que el 55,4% de las encuestadas entrena 1 hora.

#### 7. QUÉ FACTOR ES EL QUE MÁS LE ATRAE DEL GIMNASIO DEL GIMNASIO

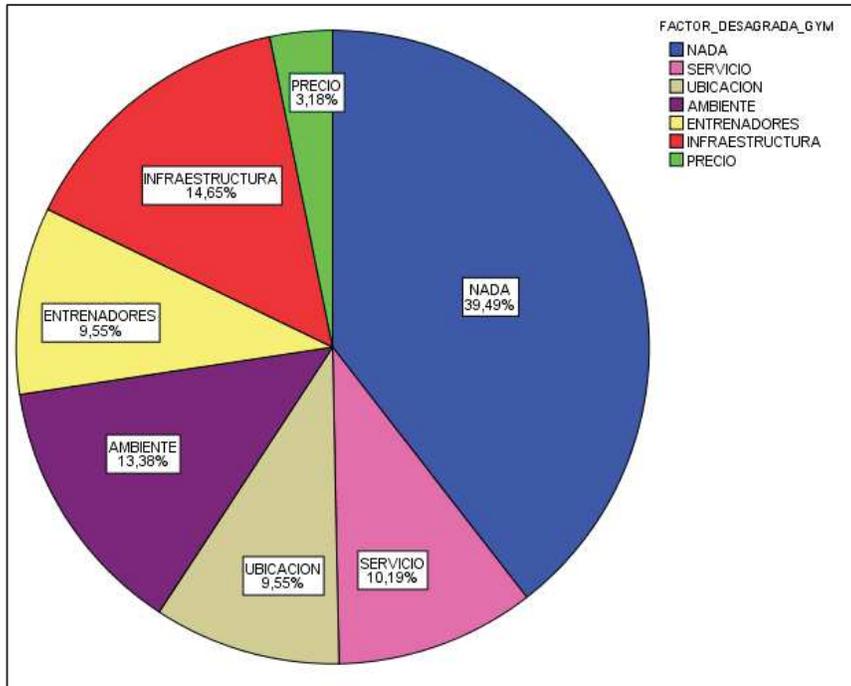
	Frecuencia	Porcentaje
INFRAESTRUCTURA	33	21,0
ENTRENADORES	36	22,9
UBICACIÓN	40	25,5
AMBIENTE	37	23,6
OTRO	11	7,0
Total	157	100,0



El pastel, señala que el factor que más les atrae del gimnasio al que asisten es la ubicación del mismo.

#### 8. QUÉ LE DESAGRADA DEL LUGAR DONDE ENTRENA

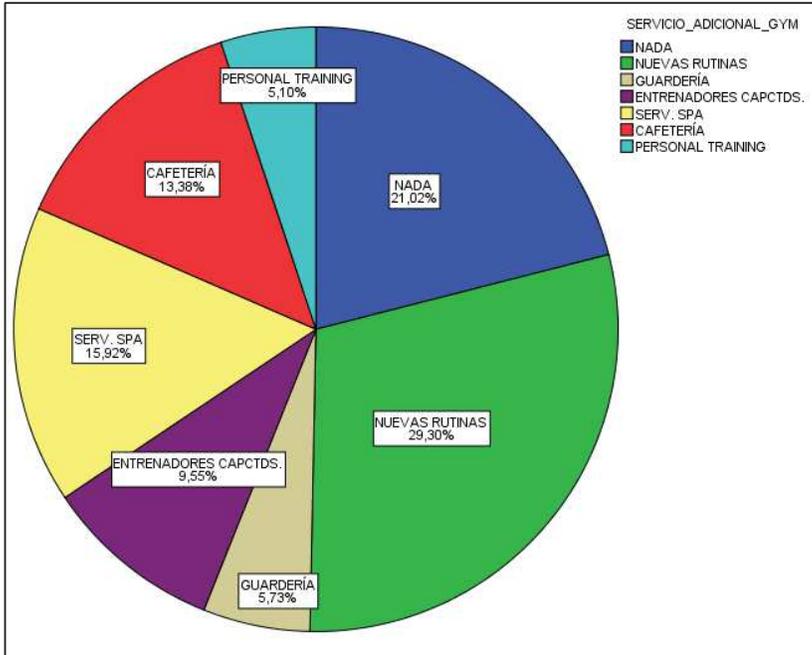
	Frecuencia	Porcentaje
NADA	62	39,5
SERVICIO	16	10,2
UBICACIÓN	15	9,6
AMBIENTE	21	13,4
ENTRENADORES	15	9,6
INFRAESTRUCTURA	23	14,6
PRECIO	5	3,2
Total	157	100,0



El resultado del análisis de la pregunta 8, señala que un 39,5% de las mujeres encuestadas no les desagrada nada del lugar donde entrenan.

#### 9. QUÉ SERVICIO O ACTIVIDAD LE GUSTARÍA ENCONTRAR EN UN GIMNASIO

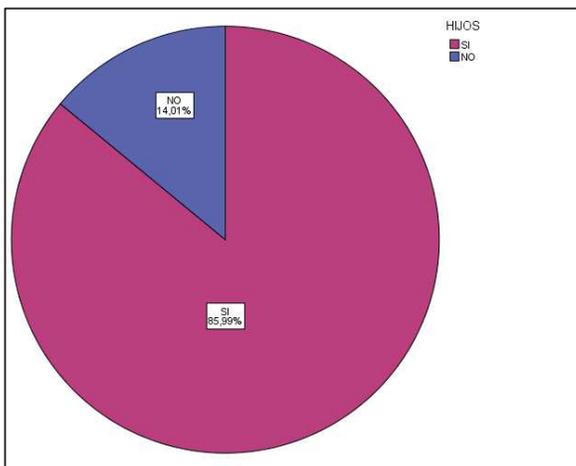
	Frecuencia	Porcentaje
NADA	33	21,0
NUEVAS RUTINAS	46	29,3
GUARDERÍA	9	5,7
ENTRENADORES CAPACITADOS	15	9,6
SERVICIO SPA	25	15,9
CAFETERÍA	21	13,4
PERSONAL TRAINING	8	5,1
Total	157	100,0



El análisis de la pregunta 9, dice que al 29,3% de las encuestadas les gustaría encontrar nuevas rutinas en los gimnasios a los que ellas asisten.

#### 10. TIENE HIJOS

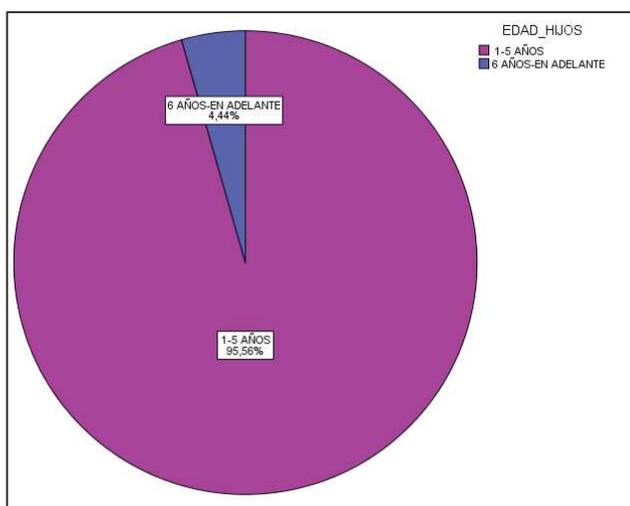
	Frecuencia	Porcentaje
SI	135	86,0
NO	22	14,0
Total	157	100,0



La tabla menciona, que de las 157 mujeres que asiste a un gimnasio, el 86% de ellas tienen hijos.

### 11. EN QUÉ RANGO DE EDAD ESTÁN SUS HIJOS

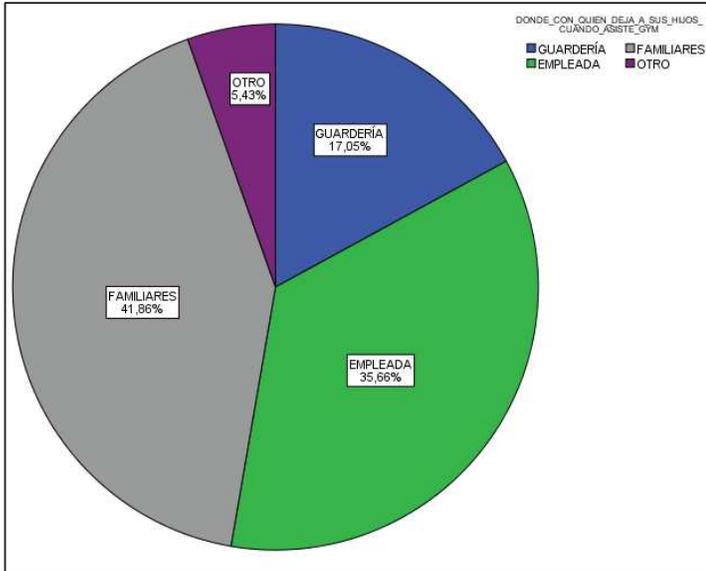
	Frecuencia	Porcentaje
1-5 AÑOS	129	95,6
6 AÑOS-EN ADELANTE	6	4,4
Total	135	100,0



El gráfico muestra que el 95,6% de las encuestadas asisten al gimnasio y tiene hijos entre 1 a 5 años de edad; es decir un total de 129 mujeres.

### 12. DÓNDE O CON QUIÉN DEJA A SUS NIÑOS CUANDO ASISTE AL GIMNASIO.

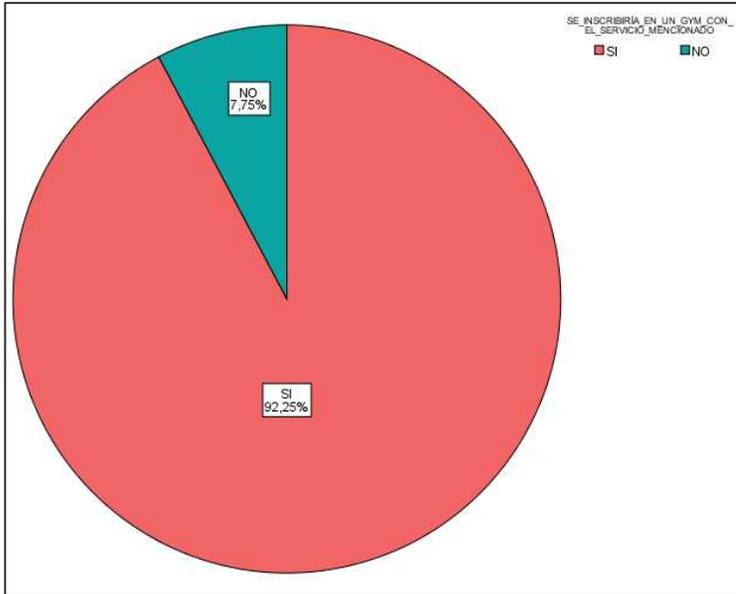
	Frecuencia	Porcentaje
GUARDERÍA	22	17,1
EMPLEADA	46	35,7
FAMILIARES	54	41,9
OTROS	7	5,4
Total	129	100,0



El análisis de la pregunta 12 señala que el 41,9% de las encuestadas deja a sus hijos con los familiares, hasta que ellas asistan al gimnasio.

### 13. SE INSCRIBIRÍA EN UN GIMNASIO QUE OFREZCA EL SERVICIO YA MENCIONADO

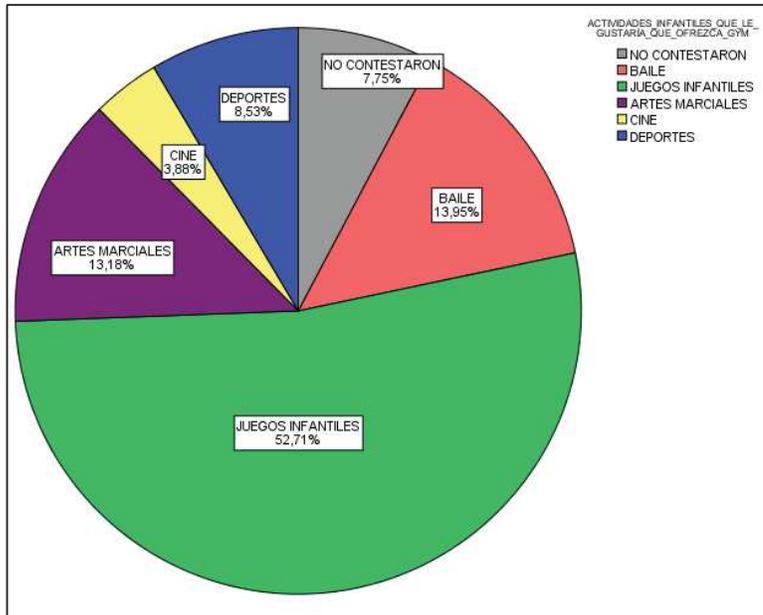
	Frecuencia	Porcentaje
SI	119	92,2
NO	10	7,8
Total	129	100,0



El cuadro menciona que de las 129 madres con niños entre 1 a 5 años, el 92,2 % de las encuestadas se inscribiría en el servicio ya mencionado.

#### 14. QUÉ TIPO DE ACTIVIDADES LE GUSTARÍA QUE OFREZCA EL GIMNASIO PARA SUS HIJOS

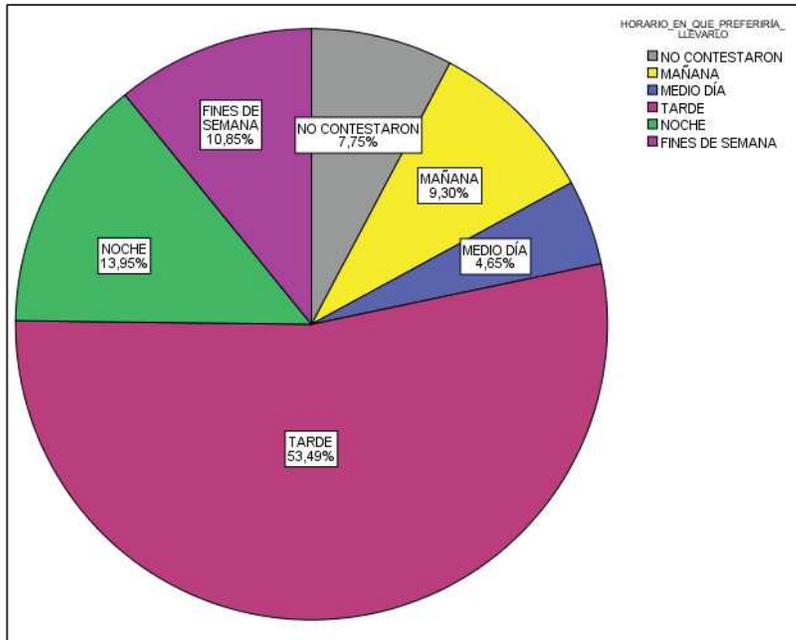
	Frecuencia	Porcentaje
NO CONTESTARON	10	7,8
BAILE	18	14,0
JUEGOS INFANTILES	68	52,7
ARTES MARCIALES	17	13,2
CINE	5	3,9
DEPORTES	11	8,5
Total	129	100,0



El gráfico muestra que el 52,71% de las madres encuestadas quisieran que Iron Women – Iron Kids tenga actividades como juegos infantiles.

#### 15. EN QUÉ HORARIO PREFERIRÍA LLEVAR A SUS HIJOS AL GIMNASIO.

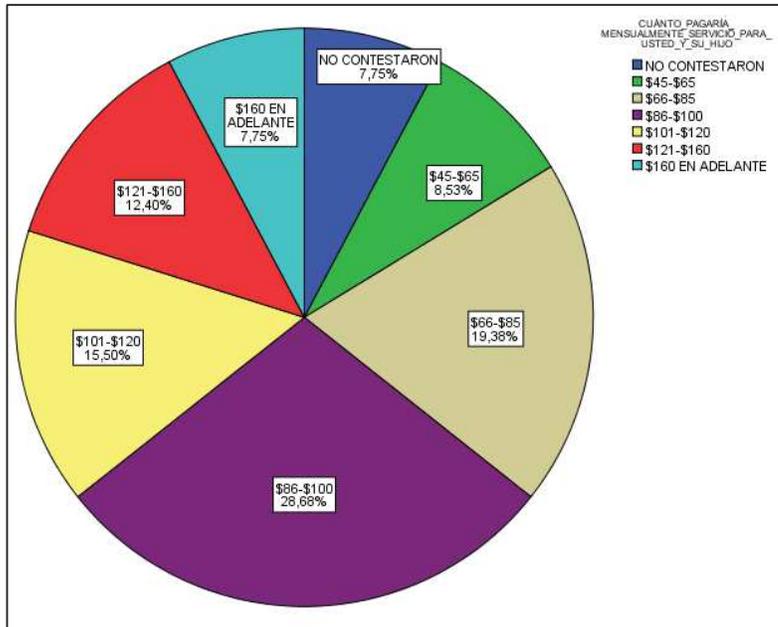
	Frecuencia	Porcentaje
NO CONTESTARON	10	7,8
MAÑANA	12	9,3
MEDIO DÍA	6	4,7
TARDE	69	53,5
NOCHE	18	14,0
FINES DE SEMANA	14	10,9
Total	129	100,0



El gráfico señala que el 53,5% de las madres preferirían llevar a sus hijos en la tarde.

16. CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A CANCELAR MENSUALMENTE POR EL SERVICIO DEL GIMNASIO PARA USTED Y SU HIJO.

	Frecuencia	Porcentaje
NO CONTESTARON	10	7,8
\$45-\$65	11	8,5
\$66-\$85	25	19,4
\$86-\$100	37	28,7
\$101-\$120	20	15,5
\$121-\$160	16	12,4
\$161 EN ADELANTE	10	7,8
Total	129	100,0

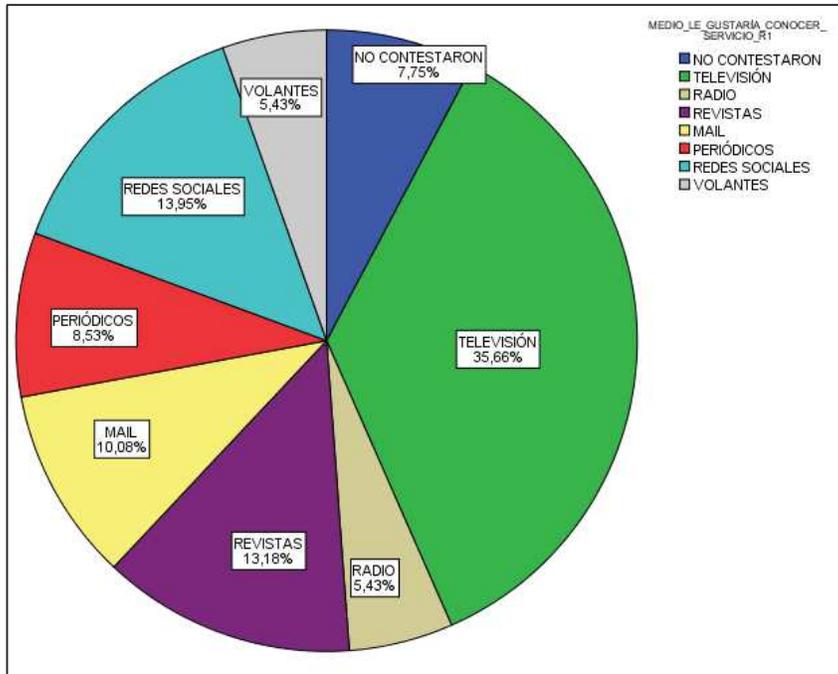


El cuadro indica que el 26,68% de las madres estarían dispuestas a pagar entre \$86,00 y \$100,00 mensuales por el servicio de gimnasio para ellas y para sus hijos.

#### 17. POR QUÉ MEDIO LE GUSTARÍA CONOCER EL SERVICIO.

##### RESPUESTA 1

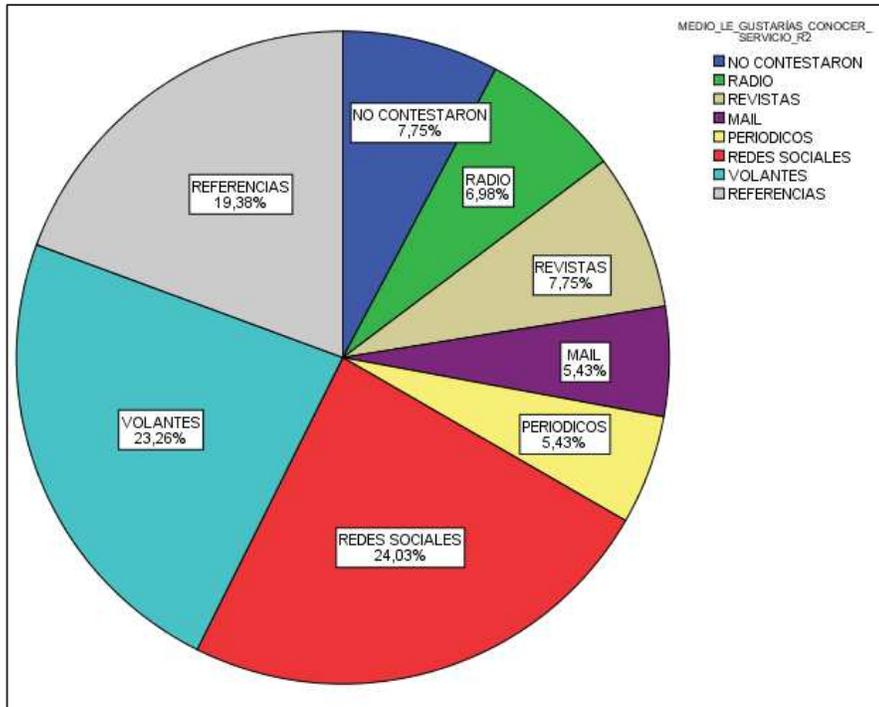
	Frecuencia	Porcentaje
NO CONTESTARON	10	7,8
TELEVISIÓN	46	35,7
RADIO	7	5,4
REVISTAS	17	13,2
MAIL	13	10,1
PERIÓDICOS	11	8,5
REDES SOCIALES	18	14,0
VOLANTES	7	5,4
REFERENCIAS	0	0
Total	129	100,0



El gráfico indica que una de los medios por el cual las mujeres les gustaría estar informado del servicio es la televisión.

## RESPUESTA 2

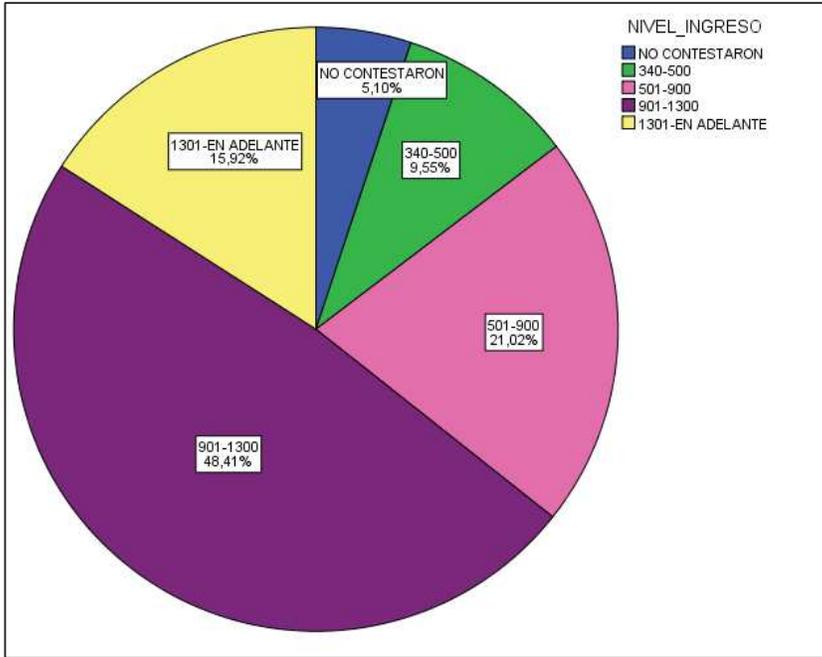
	Frecuencia	Porcentaje
NO CONTESTARON	10	7,8
TELEVISIÓN	0	0
RADIO	9	7,0
REVISTAS	10	7,8
MAIL	7	5,4
PERIÓDICOS	7	5,4
REDES SOCIALES	31	24,0
VOLANTES	30	23,3
REFERENCIAS	25	19,4
Total	129	100,0



El gráfico indica que la otra opción de medio de comunicación elegida por las encuestadas son las redes sociales.

18. CUÁL ES SU NIVEL DE INGRESO.

	Frecuencia	Porcentaje
NO CONTESTARON	8	5,1
\$340-\$500	15	9,6
\$501-\$900	33	21,0
\$901-\$1300	76	48,4
\$1301-EN ADELANTE	25	15,9
Total	157	100,0



El gráfico de la pregunta 18, indica que el 48,41% de las mujeres gana alrededor de \$901 y \$ 1300 dólares mensuales.

## ANEXO 7: CÁLCULO DEL PRECIO

CÁLCULO COSTO X HORA PRODUCTO 1			
COMPONENTES	CANTIDAD	COSTO-HORA	TOTAL
Maquinaria y Equipo	1	\$ 0,95	\$ 0,95
Entrenadores	1	\$ 8,13	\$ 8,13
Arriendo	1	\$ 6,94	\$ 6,94
Suministros	1	\$ 0,50	\$ 0,50
Limpieza y Aseo	1	\$ 1,46	\$ 1,46
<b>TOTAL COSTO X HORA</b>			<b>\$ 17,99</b>

\*Producto 1: Servicio para Mujeres

COSTO PRODUCTO 1	MARGEN	P.V.P.
\$ 17,99	133%	42

CÁLCULO COSTO X HORA PRODUCTO 2			
COMPONENTES	CANTIDAD	COSTO-HORA	TOTAL
Maquinaria y Equipo	1	\$ 0,95	\$ 0,95
Entrenadores	1	\$ 8,13	\$ 8,13
Arriendo	1	\$ 6,94	\$ 6,94
Suministros	2	\$ 0,50	\$ 1,00
Limpieza y Aseo	2	\$ 1,46	\$ 2,92
Parvularia	1	\$ 5,94	\$ 5,94
Pasante	1	\$ 2,63	\$ 2,63
<b>TOTAL COSTO X HORA</b>			<b>\$ 28,51</b>

\*Producto 2: Servicio para Madres e Hijos

COSTO PRODUCTO 2	MARGEN	P.V.P.
\$ 28,51	198%	85

P.V.P.	
MATRÍCULA PRODUCTO 1	\$ 15
MATRICULA PRODUCTO2	\$ 25
PRECIO PRODUCTO 1	\$ 42
PRECIO PRODUCTO 2	\$ 85

## ANEXO 8: MAQUINARIA Y EQUIPO, MUEBLES Y ENSERES, MATERIALES, EQUIPOS DE COMPUTACIÓN, ADECUACIONES

<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			
<b>Item</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio con IVA Unitario</b>	<b>Total</b>
EQUIPO TELEFONICO	1	\$69,99	\$69,99
CONSOLA DE SONIDO	1	\$172,23	\$172,23
PARLANTES AUDIO	4	\$82,80	\$331,20
CÁMARAS DE VIGILANCIA	1	\$92,00	\$92,00
PLASMA LED 39"	1	\$773,99	\$773,99
VENTILADORES	4	\$47,66	\$190,64
DISPENSADOR DE GEL ANTIBACTERIAL	3	\$23,00	\$69,00
EXTINTORES DE INCENDIOS	2	\$50,00	\$100,00
DISPENSADOR DE AGUA	2	\$180,01	\$360,02
MUEBLES CON SEPARACIONES (PERTENENCIAS	1	\$250,00	\$250,00
BOTIQUÍN	1	\$12,00	\$12,00
DOBLE PATO SILLAS	3	\$295,00	\$885,00
ESTRUCTURA PLAYHOUSE Nº31	1	\$1.100,00	\$1.100,00
COLCHONETAS MULTICOLOR	2	\$200,00	\$400,00
RINCÓN DE COCINA	1	\$210,00	\$210,00
RINCÓN DE CARPINTERÍA	1	\$95,00	\$95,00
RINCÓN DE TIENDA	1	\$180,00	\$180,00
RINCON DE PINTURA	4	\$65,00	\$260,00
PISCINAS CIRCULAR 180m (1000 bolas)	1	\$615,00	\$615,00
BICICLETAS ESTÁTICAS	18	\$650,00	\$11.700,00
BALONES GYMNIC GRANDE-65 CM	25	\$20,60	\$515,00
BALONES MEDIANO SOFTGYM-15 CM	25	\$11,40	\$285,00
ESFERAS CON PESO HEAVYMED	25	\$28,46	\$711,50
BANDAS ELÁSTICAS	25	\$14,00	\$350,00
PILATES CIRCLES O AROS MÁGICOS	25	\$48,00	\$1.200,00
FOAM SOLLER	25	\$50,00	\$1.250,00
COLCHONETAS O MAT	25	\$24,00	\$600,00
TRX	25	\$140,00	\$3.500,00
MANTAS O ALMOHADAS	25	\$18,00	\$450,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$26.727,57</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
<b>Item</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio con IVA Unitario</b>	<b>Total</b>
ESCRITORIOS	2	\$162,40	\$324,80
MUEBLE RECEPCIÓN	1	\$291,20	\$291,20
MESA DISPENSADOR AGUA	2	\$53,76	\$107,52
SILLA RUEDA	3	\$109,76	\$329,28
SILLA FIJA	4	\$43,68	\$174,72
TRIPERSONAL	1	\$221,76	\$221,76
MESA DE CENTRO PEQUEÑA	1	\$87,36	\$87,36
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.536,64</b>

<b>MATERIALES GIMNASIO</b>			
<b>Item</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio con IVA Unitario</b>	<b>Total</b>
TOALLAS PEQUEÑAS	100	\$2,00	\$200,00
TOALLAS MEDIANAS	100	\$3,20	\$320,00
MEDICINAS	1	\$35,00	\$35,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$555,00</b>
<b>MATERIALES DIDACTICOS INFANTILES</b>			
<b>Item</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio con IVA Unitario</b>	<b>Total</b>
ENCAJE	14	\$4,00	\$56,00
ROMPECABEZA DE MADERA	14	\$1,80	\$25,20
MANDIL SMALL	14	\$3,80	\$53,20
MANDIL MÉDIUM	14	\$3,80	\$53,20
ARCO PEQUEÑO DE FÚTBOL	3	\$15,00	\$45,00
PELOTA MEDIANA DE PLÁSTICO	6	\$1,50	\$9,00
PAQUETE DE PLASTILINA	15	\$1,20	\$18,00
PAQUETE DE TEMPERAS	15	\$1,70	\$25,50
TOALLAS PEQUEÑAS	40	\$0,65	\$26,00
PAQUETE DE BOLAS (250 BOLAS)	1	\$85,00	\$85,00
PINCELES	28	\$0,35	\$9,80
<b>TOTAL</b>			<b>\$405,90</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>Item</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio con IVA Unitario</b>	<b>Total</b>
COMPUTADORA	3	\$573,21	\$1.719,63
IMPRESORA	1	\$233,99	\$233,99
<b>TOTAL</b>			<b>\$1.953,62</b>
<b>ADECUACIONES</b>			
<b>Item</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio con IVA Unitario</b>	<b>Total</b>
ADECUACIONES	1	\$18.199,10	\$18.199,10
<b>TOTAL</b>			<b>\$18.199,10</b>

## **ANEXO 9: GASTOS DE VENTAS**

<b>GASTOS VENTAS</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
GASTOS DE PUBLICIDAD	12	\$ 383,25	\$ 4.599,00
SUELDO AGENTE DE VENTAS	12	\$ 834,73	\$ 10.016,80
<b>AÑO 2015</b>	<b>GASTO VENTA ANUAL</b>		<b>\$ 14.615,80</b>

	GASTO VENTA MENSUAL	\$ 1.217,98
<b>AÑO 2016</b>	GASTO VENTA ANUAL	\$ 15.479,72
	GASTO VENTA MENSUAL	\$ 1.289,98
<b>AÑO 2017</b>	GASTO VENTA ANUAL	\$ 16.022,87
	GASTO VENTA MENSUAL	\$ 1.335,24
<b>AÑO 2018</b>	GASTO VENTA ANUAL	\$ 16.585,96
	GASTO VENTA MENSUAL	\$ 1.382,16
<b>AÑO 2019</b>	GASTO VENTA ANUAL	\$ 17.169,70
	GASTO VENTA MENSUAL	\$ 1.430,81

\*Inflación 3,97% anual

## ANEXO 10: GASTOS DE OPERACIONES

<b>GASTOS OPERACIONALES</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
VARIOS	12	\$ 200,00	\$ 2.400,00
<b>AÑO 2015</b>	GASTO OPERACIONAL ANUAL		\$ 2.400,00
	GASTO OPERACIONAL MENSUAL		\$ 200,00
<b>AÑO 2016</b>	GASTO OPERACIONAL ANUAL		\$ 2.488,08
	GASTO OPERACIONAL MENSUAL		\$ 207,34
<b>AÑO 2017</b>	GASTO OPERACIONAL ANUAL		\$ 2.579,39
	GASTO OPERACIONAL MENSUAL		\$ 214,95
<b>AÑO 2018</b>	GASTO OPERACIONAL ANUAL		\$ 2.674,06
	GASTO OPERACIONAL MENSUAL		\$ 222,84
<b>AÑO 2019</b>	GASTO OPERACIONAL ANUAL		\$ 2.772,19
	GASTO OPERACIONAL MENSUAL		\$ 231,02

\*Inflación 3,97% anual

## ANEXO 11: GASTOS ADMINISTRATIVOS

<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
SERVICIOS BÁSICOS	12	\$ 135,00	\$ 1.620,00
SUELDOS ADMINISTRATIVOS	12	\$ 2.214,88	\$ 26.578,52
ARRIENDO (INCLUYE ALICUOTA)	12	\$ 1.500,00	\$ 18.000,00
<b>AÑO 2015</b>	GASTO ADMINISTRATIVO ANUAL		\$ 46.198,52
	GASTO ADMINISTRATIVO MENSUAL		\$ 3.849,88

<b>AÑO 2016</b>	GASTO ADMINISTRATIVO ANUAL	\$ 48.879,69
	GASTO ADMINISTRATIVO MENSUAL	\$ 4.073,31
<b>AÑO 2017</b>	GASTO ADMINISTRATIVO ANUAL	\$ 50.601,83
	GASTO ADMINISTRATIVO MENSUAL	\$ 4.216,82
<b>AÑO 2018</b>	GASTO ADMINISTRATIVO ANUAL	\$ 52.387,17
	GASTO ADMINISTRATIVO MENSUAL	\$ 4.365,60
<b>AÑO 2019</b>	GASTO ADMINISTRATIVO ANUAL	\$ 54.238,03
	GASTO ADMINISTRATIVO MENSUAL	\$ 4.519,84

\*Inflación 3,97% anual

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
LUZ	12	\$ 85,00	\$ 1.020,00
AGUA	12	\$ 65,00	\$ 780,00
TELÉFONO	12	\$ 40,00	\$ 480,00
INTERNET	12	\$ 30,00	\$ 360,00
<b>VALOR ANUAL TOTAL</b>			<b>\$ 1.620,00</b>
<b>COSTOS FIJOS TOTALES MENSUALES</b>			<b>\$ 135,00</b>

## **ANEXO 12: GASTOS PREOPERACIONALES**

<b>GASTOS PREOPERACIONALES</b>		<b>TOTAL</b>	<b>\$6.525,00</b>
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>			
<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
1	Trámite Legal de Constitución de la Empresa	\$ 1.300,00	\$ 1.300,00
1	Inscripción en Registro Mercantil	\$ 80,00	\$ 80,00
1	Escritura Pública	\$ 240,00	\$ 240,00
1	Dirección Metropolitana de Salud	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Patente Municipal	\$ 30,00	\$ 30,00
1	Permiso de Bomberos Tipo A e Inspección	\$ 50,00	\$ 50,00
1	Abogado	\$ 40,00	\$ 40,00

1	SRI Obtención del RUC	\$ 20,00	\$ 20,00
1	Registro , inscripción de Marca y Logotipo	\$ 116,00	\$ 116,00
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>			<b>\$ 1.926,00</b>
<b>GASTOS DE PUBLICIDAD</b>			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	TOTAL
4	Publicación en revistas (1/4 de página)	\$ 850,00	\$ 3.400,00
1	Web autoadministrable (hosting incluido)	\$ 896,00	\$ 896,00
2000	Flyers tamaño A5	\$ 0,04	\$ 80,00
2000	Trípticos	\$ 0,08	\$ 160,00
700	Tarjetas de presentacion	\$ 0,09	\$ 63,00
<b>TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD ANUAL</b>			<b>\$ 4.599,00</b>

### ANEXO 13: COSTOS FIJOS

<b>COSTOS FIJOS TOTALES</b>			
CONCEPTO	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
<b>CAPITAL HUMANO</b>	12	\$ 3.126,28	\$ 37.515,36
<b>AÑO 2015</b>	COSTOS FIJOS ANUALES		\$ 37.515,36
	COSTOS FIJOS MENSUALES		\$ 3.126,28
<b>AÑO 2016</b>	COSTOS FIJOS ANUALES		\$ 39.874,74
	COSTOS FIJOS MENSUALES		\$ 3.322,89
<b>AÑO 2017</b>	COSTOS FIJOS ANUALES		\$ 41.263,27
	COSTOS FIJOS MENSUALES		\$ 3.438,61

<b>AÑO 2018</b>	COSTOS FIJOS ANUALES	\$ 42.702,77
	COSTOS FIJOS MENSUALES	\$ 3.558,56
<b>AÑO 2019</b>	COSTOS FIJOS ANUALES	\$ 44.195,09
	COSTOS FIJOS MENSUALES	\$ 3.682,92

#### ANEXO 14: COSTOS VARIABLES

COSTOS VARIABLES UNITARIOS			
CONCEPTO	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	TOTAL
GEL ANTIBACTERIAL	36	\$ 12,90	\$ 464,40
BOTELLON DE AGUA	24	\$ 2,50	\$ 60,00
SUMINISTROS DE ACONDICIONAMIENTO Y ASEO	12	\$ 65,00	\$ 780,00
<b>AÑO 2015</b>	COSTOS VARIABLE ANUAL		\$ 1.304,40
	COSTO VARIABLE MENSUAL		\$ 108,70
<b>AÑO 2016</b>	COSTOS VARIABLE ANUAL		\$ 1.352,27
	COSTO VARIABLE MENSUAL		\$ 112,69
<b>AÑO 2017</b>	COSTOS VARIABLE ANUAL		\$ 1.401,90
	COSTO VARIABLE MENSUAL		\$ 116,82
<b>AÑO 2018</b>	COSTOS VARIABLE ANUAL		\$ 1.453,35
	COSTO VARIABLE MENSUAL		\$ 121,11
<b>AÑO 2019</b>	COSTOS VARIABLE ANUAL		\$ 1.506,69
	COSTO VARIABLE MENSUAL		\$ 125,56

\*Inflación 3,97% anual

## ANEXO 15: NÓMINA ANUAL

### ROL AÑO 1 (2015)

ROL DE PAGOS						ROL DE PROVISIONES							
CARGO	SUELDO	PUESTOS	TOTAL	APORTE PERSONAL (9,45%)	INGRESO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL (12,15%)	TOTAL PROVISIONES	TOTAL A RECIBIR MENSUALMENTE	TOTAL A RECIBIR ANUAL
GERENTE GENERAL	\$ 1.200,00	1	\$ 1.200,00	\$ 113,40	\$ 1.086,60	\$ 100,00	\$ 28,33		\$ 50,00	\$ 145,80	\$ 324,13	\$ 1.410,73	\$ 16.928,80
AGENTE DE MKT Y VENTAS	\$ 700,00	1	\$ 700,00	\$ 66,15	\$ 633,85	\$ 58,33	\$ 28,33		\$ 29,17	\$ 85,05	\$ 200,88	\$ 834,73	\$ 10.016,80
ENTRENADOR	\$ 500,00	3	\$ 1.500,00	\$ 141,75	\$ 1.358,25	\$ 125,00	\$ 28,33		\$ 62,50	\$ 182,25	\$ 398,08	\$ 1.756,33	\$ 21.076,00
DIRECTORA ÁREA INFANTIL	\$ 800,00	1	\$ 800,00	\$ 75,60	\$ 724,40	\$ 66,67	\$ 28,33		\$ 33,33	\$ 97,20	\$ 225,53	\$ 949,93	\$ 11.399,20
RECPECIONISTA	\$ 400,00	1	\$ 400,00	\$ 37,80	\$ 362,20	\$ 33,33	\$ 28,33		\$ 16,67	\$ 48,60	\$ 126,93	\$ 489,13	\$ 5.869,60
PERSONA DE LIMPIEZA	\$ 255,00	1	\$ 255,00	\$ 24,10	\$ 230,90	\$ 21,25	\$ 21,25		\$ 10,63	\$ 30,98	\$ 84,11	\$ 315,01	\$ 3.780,12
PASANTE	\$ 340,00	1	\$ 340,00	\$ 32,13	\$ 307,87	\$ 28,33	\$ 28,33		\$ 14,17	\$ 41,31	\$ 112,14	\$ 420,01	\$ 5.040,16
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 4.704,07</b>	<b>\$ 432,92</b>	<b>\$ 191,25</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 216,46</b>	<b>\$ 631,19</b>	<b>\$ 1.471,82</b>	<b>\$ 6.175,89</b>	<b>\$ 74.110,68</b>

### ROL AÑO 2 (2016)

ROL DE PAGOS						ROL DE PROVISIONES							
CARGO	SUELDO	PUESTOS	TOTAL	APORTE PERSONAL (9,45%)	INGRESO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL (12,15%)	TOTAL PROVISIONES	TOTAL A RECIBIR MENSUALMENTE	TOTAL A RECIBIR ANUAL
GERENTE GENERAL	\$ 1.244,04	1	\$ 1.244,04	\$ 117,56	\$ 1.126,48	\$ 103,67	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 51,84	\$ 151,15	\$ 363,32	\$ 1.489,80	\$ 17.877,61
AGENTE DE MKT Y VENTAS	\$ 725,69	1	\$ 725,69	\$ 68,58	\$ 657,11	\$ 60,47	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 30,24	\$ 88,17	\$ 235,55	\$ 892,66	\$ 10.711,94
ENTRENADOR	\$ 518,35	3	\$ 1.555,05	\$ 146,95	\$ 1.408,10	\$ 129,59	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 64,79	\$ 188,94	\$ 439,99	\$ 1.848,08	\$ 22.177,01
DIRECTORA ÁREA INFANTIL	\$ 829,36	1	\$ 829,36	\$ 78,37	\$ 750,99	\$ 69,11	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 34,56	\$ 100,77	\$ 261,10	\$ 1.012,09	\$ 12.145,07
RECPECIONISTA	\$ 414,68	1	\$ 414,68	\$ 39,19	\$ 375,49	\$ 34,56	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 17,28	\$ 50,38	\$ 158,89	\$ 534,38	\$ 6.412,54
PERSONA DE LIMPIEZA	\$ 264,36	1	\$ 264,36	\$ 24,98	\$ 239,38	\$ 22,03	\$ 21,25	\$ 28,33	\$ 11,01	\$ 32,12	\$ 114,75	\$ 354,12	\$ 4.249,49
PASANTE	\$ 352,48	1	\$ 352,48	\$ 33,31	\$ 319,17	\$ 29,37	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 14,69	\$ 42,83	\$ 143,55	\$ 462,72	\$ 5.552,66
<b>TOTAL</b>					<b>\$ 4.876,71</b>	<b>\$ 448,80</b>	<b>\$ 191,25</b>	<b>\$ 198,33</b>	<b>\$ 224,40</b>	<b>\$ 654,36</b>	<b>\$ 1.717,15</b>	<b>\$ 6.593,86</b>	<b>\$ 79.126,32</b>

### ROL AÑO 3 (2017)

ROL DE PAGOS						ROL DE PROVISIONES							
CARGO	SUELDO	PUESTOS	TOTAL	APORTE PERSONAL (9,45%)	INGRESO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL (12,15%)	TOTAL PROVISIONES	TOTAL A RECIBIR MENSUALMENTE	TOTAL A RECIBIR ANUAL
GERENTE GENERAL	\$ 1.289,70	1	\$ 1.289,70	\$ 121,88	\$ 1.167,82	\$ 107,47	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 53,74	\$ 156,70	\$ 374,58	\$ 1.542,40	\$ 18.508,76
AGENTE DE MKT Y VENTAS	\$ 752,32	1	\$ 752,32	\$ 71,09	\$ 681,23	\$ 62,69	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 31,35	\$ 91,41	\$ 242,11	\$ 923,34	\$ 11.080,11
ENTRENADOR	\$ 537,37	3	\$ 1.612,12	\$ 152,35	\$ 1.459,77	\$ 134,34	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 67,17	\$ 195,87	\$ 454,05	\$ 1.913,83	\$ 22.965,95
DIRECTORA ÁREA INFANTIL	\$ 859,80	1	\$ 859,80	\$ 81,25	\$ 778,55	\$ 71,65	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 35,82	\$ 104,47	\$ 268,61	\$ 1.047,15	\$ 12.565,84
RECPECIONISTA	\$ 429,90	1	\$ 429,90	\$ 40,63	\$ 389,27	\$ 35,82	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 17,91	\$ 52,23	\$ 162,64	\$ 551,91	\$ 6.622,92
PERSONA DE LIMPIEZA	\$ 274,06	1	\$ 274,06	\$ 25,90	\$ 248,16	\$ 22,84	\$ 21,25	\$ 28,33	\$ 11,42	\$ 33,30	\$ 117,14	\$ 365,30	\$ 4.383,61
PASANTE	\$ 365,41	1	\$ 365,41	\$ 34,53	\$ 330,88	\$ 30,45	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 15,23	\$ 44,40	\$ 146,74	\$ 477,62	\$ 5.731,48
<b>TOTAL</b>					\$ 5.055,69	\$ 465,28	\$ 191,25	\$ 198,33	\$ 232,64	\$ 678,37	\$ 1.765,87	\$ 6.821,56	\$ 81.858,68

### ROL AÑO 4 (2018)

ROL DE PAGOS						ROL DE PROVISIONES							
CARGO	SUELDO	PUESTOS	TOTAL	APORTE PERSONAL (9,45%)	INGRESO	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	FONDOS DE RESERVA	VACACIONES	APORTE PATRONAL (12,15%)	TOTAL PROVISIONES	TOTAL A RECIBIR MENSUALMENTE	TOTAL A RECIBIR ANUAL
GERENTE GENERAL	\$ 1.337,03	1	\$ 1.337,03	\$ 126,35	\$ 1.210,68	\$ 111,42	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 55,71	\$ 162,45	\$ 386,24	\$ 1.596,92	\$ 19.163,08
AGENTE DE MKT Y VENTAS	\$ 779,93	1	\$ 779,93	\$ 73,70	\$ 706,23	\$ 64,99	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 32,50	\$ 94,76	\$ 248,92	\$ 955,15	\$ 11.461,79
ENTRENADOR	\$ 557,10	3	\$ 1.671,29	\$ 157,94	\$ 1.513,35	\$ 139,27	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 69,64	\$ 203,06	\$ 468,64	\$ 1.981,99	\$ 23.783,85
DIRECTORA ÁREA INFANTIL	\$ 891,35	1	\$ 891,35	\$ 84,23	\$ 807,12	\$ 74,28	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 37,14	\$ 108,30	\$ 276,38	\$ 1.083,50	\$ 13.002,05
RECPECIONISTA	\$ 445,68	1	\$ 445,68	\$ 42,12	\$ 403,56	\$ 37,14	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 18,57	\$ 54,15	\$ 166,53	\$ 570,09	\$ 6.841,03
PERSONA DE LIMPIEZA	\$ 284,12	1	\$ 284,12	\$ 26,85	\$ 257,27	\$ 23,68	\$ 21,25	\$ 28,33	\$ 11,84	\$ 34,52	\$ 119,62	\$ 376,89	\$ 4.522,65
PASANTE	\$ 378,82	1	\$ 378,82	\$ 35,80	\$ 343,03	\$ 31,57	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 15,78	\$ 46,03	\$ 150,05	\$ 493,07	\$ 5.916,87
<b>TOTAL</b>					\$ 5.241,23	\$ 482,35	\$ 191,25	\$ 198,33	\$ 241,18	\$ 703,27	\$ 1.816,38	\$ 7.057,61	\$ 84.691,32

**ROL AÑO 5 (2019)**

<b>ROL AÑO 5 (2019)</b>													
<b>ROL DE PAGOS</b>						<b>ROL DE PROVISIONES</b>							
<b>CARGO</b>	<b>SUELDO</b>	<b>PUESTOS</b>	<b>TOTAL</b>	<b>APORTE PERSONAL (9,45%)</b>	<b>INGRESO</b>	<b>DÉCIMO TERCERO</b>	<b>DÉCIMO CUARTO</b>	<b>FONDOS DE RESERVA</b>	<b>VACACIONES</b>	<b>APORTE PATRONAL (12,15%)</b>	<b>TOTAL PROVISIONES</b>	<b>TOTAL A RECIBIR MENSUALMENTE</b>	<b>TOTAL A RECIBIR ANUAL</b>
<b>GERENTE GENERAL</b>	\$ 1.386,10	1	\$ 1.386,10	\$ 130,99	\$ 1.255,11	\$ 115,51	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 57,75	\$ 168,41	\$ 398,34	\$ 1.653,45	\$ 19.841,41
<b>AGENTE DE MKT Y VENTAS</b>	\$ 808,56	1	\$ 808,56	\$ 76,41	\$ 732,15	\$ 67,38	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 33,69	\$ 98,24	\$ 255,98	\$ 988,12	\$ 11.857,49
<b>ENTRENADOR</b>	\$ 577,54	3	\$ 1.732,62	\$ 163,73	\$ 1.568,89	\$ 144,39	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 72,19	\$ 210,51	\$ 483,76	\$ 2.052,65	\$ 24.631,76
<b>DIRECTORA ÁREA INFANTIL</b>	\$ 924,06	1	\$ 924,06	\$ 87,32	\$ 836,74	\$ 77,01	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 38,50	\$ 112,27	\$ 284,45	\$ 1.121,19	\$ 13.454,27
<b>RECPECIONISTA</b>	\$ 462,03	1	\$ 462,03	\$ 43,66	\$ 418,37	\$ 38,50	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 19,25	\$ 56,14	\$ 170,56	\$ 588,93	\$ 7.067,14
<b>PERSONA DE LIMPIEZA</b>	\$ 294,55	1	\$ 294,55	\$ 27,83	\$ 266,71	\$ 24,55	\$ 21,25	\$ 28,33	\$ 12,27	\$ 35,79	\$ 122,19	\$ 388,90	\$ 4.666,80
<b>PASANTE</b>	\$ 392,73	1	\$ 392,73	\$ 37,11	\$ 355,61	\$ 32,73	\$ 28,33	\$ 28,33	\$ 16,36	\$ 47,72	\$ 153,47	\$ 509,09	\$ 6.109,06
<b>TOTAL</b>					\$ 5.433,58	\$ 500,05	\$ 191,25	\$ 198,33	\$ 250,03	\$ 729,08	\$ 1.868,74	\$ 7.302,33	\$ 87.627,92

## ANEXO 16: DEPRECIACIONES INVERSIÓN INICIAL

DEPRECIACIONES									
MAQUINARIA Y EQUIPO									
VALOR RESIDUAL	10%								
<b>EQUIPO TELEFONICO</b>		<b>CONSOLA DE SONIDO</b>		<b>PARLANTES AUDIO</b>		<b>CÁMARAS DE VIGILANCIA</b>		<b>PLASMA LED 39"</b>	
Valor Adquisición	69,99	Valor Adquisición	172,23	Valor Adquisición	331,2	Valor Adquisición	92	Valor Adquisición	773,99
Valor Residual	6,999	Valor Residual	17,223	Valor Residual	33,12	Valor Residual	9,2	Valor Residual	77,399
Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10
Depreciación	6,2991	Depreciación	15,5007	Depreciación	29,808	Depreciación	8,28	Depreciación	69,66
VALOR RESIDUAL	10%								
<b>VENTILADORES</b>		<b>DISPENSADOR DE GEL ANTIBACTERIAL</b>		<b>EXTINTORES DE INCENDIOS</b>		<b>DISPENSADOR DE AGUA</b>		<b>MUEBLES CON SEPARACIONES (PERTENENCIAS)</b>	
Valor Adquisición	190,64	Valor Adquisición	69	Valor Adquisición	100	Valor Adquisición	360,02	Valor Adquisición	250
Valor Residual	19,064	Valor Residual	6,9	Valor Residual	10	Valor Residual	36,002	Valor Residual	25
Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10
Depreciación	17,1576	Depreciación	6,21	Depreciación	9	Depreciación	32,40	Depreciación	22,50
VALOR RESIDUAL	10%								
<b>DOBLE PATO SILLAS</b>		<b>ESTRUCTURA PLAYHOUSE Nº31</b>		<b>COLCHONETAS MULTICOLOR</b>		<b>RINCÓN DE COCINA</b>		<b>RINCÓN DE CARPINTERÍA</b>	
Valor Adquisición	885	Valor Adquisición	1100	Valor Adquisición	400	Valor Adquisición	210	Valor Adquisición	95
Valor Residual	88,5	Valor Residual	110	Valor Residual	40	Valor Residual	21	Valor Residual	9,5
Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10
Depreciación	79,65	Depreciación	99	Depreciación	36	Depreciación	18,9	Depreciación	8,55
VALOR RESIDUAL	10%								
<b>RINCÓN DE TIENDA</b>		<b>RINCON DE PINTURA</b>		<b>PISCINAS CIRCULAR 180m (1000 bolas)</b>		<b>BICICLETAS ESTÁTICAS</b>		<b>BALONES GYMNIC GRANDE-65 CM</b>	
Valor Adquisición	180	Valor Adquisición	260	Valor Adquisición	615	Valor Adquisición	11700	Valor Adquisición	515

Valor Residual	18	Valor Residual	26	Valor Residual	61,5	Valor Residual	1170	Valor Residual	51,5
Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10
Depreciación	16,2	Depreciación	23,4	Depreciación	55,35	Depreciación	1053	Depreciación	46,35
VALOR RESIDUAL	10%								
<b>BALONES MEDIANO SOFTGYM-15 CM</b>		<b>ESFERAS CON PESO HEAVYMED</b>		<b>BANDAS ELÁSTICAS</b>		<b>FOAM SOLLER</b>		<b>PILATES CIRCLES O AROS MÁGICOS</b>	
Valor Adquisición	285	Valor Adquisición	711,5	Valor Adquisición	350	Valor Adquisición	1250	Valor Adquisición	1200
Valor Residual	28,5	Valor Residual	71,15	Valor Residual	35	Valor Residual	125	Valor Residual	120
Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10
Depreciación	25,65	Depreciación	64,04	Depreciación	31,5	Depreciación	112,5	Depreciación	108
VALOR RESIDUAL	10%								
<b>BOTIQUÍN</b>		<b>MANTAS O ALMOHADAS</b>		<b>COLCHONETAS O MAT</b>		<b>TRX</b>			
Valor Adquisición	12	Valor Adquisición	450	Valor Adquisición	600	Valor Adquisición	3500		
Valor Residual	1,2	Valor Residual	45	Valor Residual	60	Valor Residual	350		
Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10		
Depreciación	1,08	Depreciación	40,5	Depreciación	54	Depreciación	315		
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>\$2.405,48</b>						
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>									
VALOR RESIDUAL	33,33%								
<b>COMPUTADORA</b>			<b>IMPRESORA</b>						
Valor Adquisición	\$ 1.719,63		Valor Adquisición	\$ 233,99					
Valor Residual	\$ 573,15		Valor Residual	\$ 77,99					
Número Años	3		Número Años	3					
Depreciación	\$ 382,16		Depreciación	\$ 52,00					
<b>TOTAL EQUIPO DE COMPUTO</b>			<b>\$ 434,16</b>						

<b>MUEBLES Y ENSERES</b>									
VALOR RESIDUAL	10%								
<b>ESCRITORIOS</b>		<b>MUEBLE RECEPCIÓN</b>		<b>MESA DISPENSADOR AGUA</b>		<b>SILLA RUEDA</b>		<b>SILLA FIJA</b>	
Valor Adquisición	324,8	Valor Adquisición	291,2	Valor Adquisición	107,52	Valor Adquisición	329,28	Valor Adquisición	174,72
Valor Residual	32,48	Valor Residual	29,12	Valor Residual	10,752	Valor Residual	32,928	Valor Residual	17,472
Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10
Depreciación	29,232	Depreciación	26,208	Depreciación	9,6768	Depreciación	29,64	Depreciación	15,72
<b>TRIPERSONAL</b>		<b>MESA DE CENTRO PEQUEÑA</b>							
Valor Adquisición	221,76	Valor Adquisición	87,36						
Valor Residual	22,176	Valor Residual	8,736						
Número Años	10	Número Años	10						
Depreciación	19,9584	Depreciación	7,86						
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>		<b>\$ 138,30</b>							

<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>					
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>	\$ 434,16	\$ 434,16	\$ 434,16	\$ -	\$ -
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	\$ 2.405,48	\$ 2.405,48	\$ 2.405,48	\$ 2.405,48	\$ 2.405,48
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	\$ 138,30	\$ 138,30	\$ 138,30	\$ 138,30	\$ 138,30
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 2.977,94</b>	<b>\$ 2.977,94</b>	<b>\$ 2.977,94</b>	<b>\$ 2.543,78</b>	<b>\$ 2.543,78</b>

## ANEXO 17: AMORTIZACIONES

TABLA DE AMORTIZACIÓN							
ITEM	VALOR	AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019
GASTOS PREOPERACIONALES	\$ 1.926,00	5	\$ 385,20	\$ 385,20	\$ 385,20	\$ 385,20	\$ 385,20
TOTAL			\$ 385,20	\$ 385,20	\$ 385,20	\$ 385,20	\$ 385,20

## ANEXO 18: ACTIVOS REINVERSIÓN

MAQUINARIA Y EQUIPO				
Item	Cantidad	Precio inversión inicial	Precio con 2 años de Inflación	Total
DOBLE PATO SILLAS	3	\$295,00	\$317,05	\$951,15
RINCON DE PINTURA	4	\$65,00	\$69,86	\$279,43
BICICLETAS ESTÁTICAS	11	\$650,00	\$698,59	\$7.684,44
BALONES GYMNIC GRANDE-65 CM	4	\$20,60	\$22,14	\$88,56
BALONES MEDIANO SOFTGYM-15 CM	4	\$11,40	\$12,25	\$49,01
ESFERAS CON PESO HEAVYMED	4	\$28,46	\$30,59	\$122,35
BANDAS ELÁSTICAS	4	\$14,00	\$15,05	\$60,19
PILATES CIRCLES O AROS MÁGICOS	4	\$48,00	\$51,59	\$206,35
FOAM SOLLER	4	\$50,00	\$53,74	\$214,95
COLCHONETAS O MAT	4	\$24,00	\$25,79	\$103,18
TRX	4	\$140,00	\$150,46	\$601,86

MANTAS O ALMOHADAS	4	\$18,00	\$19,35	\$77,38
<b>TOTAL</b>				<b>\$10.438,84</b>
<b>MATERIALES GIMNASIO</b>				
Item	Cantidad	Precio con IVA Unitario	Precio con 2 años de Inflación	Total
TOALLAS PEQUEÑAS	100	\$2,00	\$2,15	\$214,95
TOALLAS MEDIANAS	100	\$3,20	\$3,44	\$343,92
MEDICINAS	1	\$35,00	\$37,62	\$37,62
<b>TOTAL</b>				<b>\$596,48</b>
<b>MATERIALES DIDACTICOS INFANTILES</b>				
Item	Cantidad	Precio con IVA Unitario	Precio con 2 años de Inflación	Total
ENCAJE	6	\$4,00	\$4,30	\$25,79
ROMPECABEZA DE MADERA	6	\$1,80	\$1,93	\$11,61
MANDIL SMALL	8	\$3,80	\$4,08	\$32,67
MANDIL MÉDIUM	8	\$3,80	\$4,08	\$32,67
ARCO PEQUEÑO DE FÚTBOL	3	\$15,00	\$16,12	\$48,36
PELOTA MEDIANA DE PLÁSTICO	6	\$1,50	\$1,61	\$9,67
PAQUETE DE PLASTILINA	15	\$1,20	\$1,29	\$19,35
PAQUETE DE TEMPERAS	15	\$1,70	\$1,83	\$27,41
TOALLAS PEQUEÑAS	40	\$0,65	\$0,70	\$27,94
PAQUETE DE BOLAS (250 BOLAS)	2	\$85,00	\$91,35	\$182,71
PINCELES	15	\$0,35	\$0,38	\$5,64
<b>TOTAL</b>				<b>\$423,83</b>
			<b>REINVERSIÓN TOTAL</b>	<b>\$ 10.862,67</b>

## ANEXO 19: DEPRECIACIÓN ACTIVOS REINVERSIÓN

DEPRECIACIONES									
MAQUINARIA Y EQUIPO									
VALOR RESIDUAL	10%								
<b>DOBLE PATO SILLAS</b>									
Valor Adquisición	951,15								
Valor Residual	95,12								
Número Años	10								
Depreciación	85,60								
VALOR RESIDUAL	10%								
<b>RINCON DE PINTURA</b>		<b>BICICLETAS ESTÁTICAS</b>		<b>BALONES GYMNIC GRANDE-65 CM</b>					
Valor Adquisición	279,43	Valor Adquisición	7684,44	Valor Adquisición	88,56				
Valor Residual	27,94	Valor Residual	768,44	Valor Residual	8,86				
Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10				
Depreciación	25,15	Depreciación	691,60	Depreciación	7,97				
VALOR RESIDUAL	10%								
<b>BALONES MEDIANO SOFTGYM-15 CM</b>		<b>ESFERAS CON PESO HEAVYMED</b>		<b>BANDAS ELÁSTICAS</b>		<b>FOAM SOLLER</b>		<b>PILATES CIRCLES O AROS MÁGICOS</b>	
Valor Adquisición	49,01	Valor Adquisición	122,35	Valor Adquisición	60,19	Valor Adquisición	214,95	Valor Adquisición	206,35
Valor Residual	4,90	Valor Residual	12,23	Valor Residual	6,019	Valor Residual	21,49	Valor Residual	20,64
Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10
Depreciación	4,411	Depreciación	11,01	Depreciación	5,42	Depreciación	19,35	Depreciación	18,57
VALOR RESIDUAL	10%								
<b>MANTAS O ALMOHADAS</b>		<b>COLCHONETAS O MAT</b>		<b>TRX</b>					
Valor Adquisición	77,38	Valor Adquisición	103,18	Valor Adquisición	601,86				
Valor Residual	7,74	Valor Residual	10,32	Valor Residual	60,18582584				
Número Años	10	Número Años	10	Número Años	10				

Depreciación	6,96	Depreciación	9,29	Depreciación	54,17
<b>TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO</b>			<b>\$939,50</b>		

<b>DEPRECIACIÓN ANUAL</b>					
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>	\$ -	\$ -	\$ 939,50	\$ 939,50	\$ 939,50
<b>TOTAL</b>	\$ -	\$ -	\$ 939,50	\$ 939,50	\$ 939,50

## ANEXO 20: PROYECCIÓN DE LA DEMANDA

<b>Proyección de Ventas Anuales Servicio para Mujeres</b>						
	<b>%</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Optimista</b>	<b>8%</b>	75	81	88	95	103
<b>Esperado</b>	<b>4%</b>	75	78	81	84	87
<b>Pesimista</b>	<b>1%</b>	75	76	77	78	79

<b>Proyección de Ventas Anuales Servicio para Madres con Niños</b>						
	<b>%</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Optimista</b>	<b>8%</b>	100	108	117	126	136
<b>Esperado</b>	<b>4%</b>	100	104	108	112	116
<b>Pesimista</b>	<b>1%</b>	100	101	102	103	104

## ANEXO 21: APALANCAMIENTO

<b>VALOR DEL PRÉSTAMO</b>		36.500,00	
<b>PLAZO</b>		60	Meses
<b>TASA ANUAL</b>	11,83%	0,986%	Mensual
<b>VALOR CUOTA</b>		\$ 808,79	

CUOTA		VALOR PRESENTE	INTERÉS	CAPITAL	VALOR CUOTA	SALDO
1	03/10/2014	36.500,00	\$ 359,83	\$ 448,96	\$ 808,79	\$ 36.051,04
2	03/11/2014	\$ 36.051,04	\$ 355,40	\$ 453,39	\$ 808,79	\$ 35.597,65
3	03/12/2014	\$ 35.597,65	\$ 350,93	\$ 457,86	\$ 808,79	\$ 35.139,80
4	03/01/2015	\$ 35.139,80	\$ 346,42	\$ 462,37	\$ 808,79	\$ 34.677,42
5	03/02/2015	\$ 34.677,42	\$ 341,86	\$ 466,93	\$ 808,79	\$ 34.210,50
6	03/03/2015	\$ 34.210,50	\$ 337,26	\$ 471,53	\$ 808,79	\$ 33.738,96
7	03/04/2015	\$ 33.738,96	\$ 332,61	\$ 476,18	\$ 808,79	\$ 33.262,78
8	03/05/2015	\$ 33.262,78	\$ 327,92	\$ 480,87	\$ 808,79	\$ 32.781,91
9	03/06/2015	\$ 32.781,91	\$ 323,17	\$ 485,62	\$ 808,79	\$ 32.296,29
10	03/07/2015	\$ 32.296,29	\$ 318,39	\$ 490,40	\$ 808,79	\$ 31.805,89
11	03/08/2015	\$ 31.805,89	\$ 313,55	\$ 495,24	\$ 808,79	\$ 31.310,65
12	03/09/2015	\$ 31.310,65	\$ 308,67	\$ 500,12	\$ 808,79	\$ 30.810,54
13	03/10/2015	\$ 30.810,54	\$ 303,74	\$ 505,05	\$ 808,79	\$ 30.305,49
14	03/11/2015	\$ 30.305,49	\$ 298,76	\$ 510,03	\$ 808,79	\$ 29.795,46
15	03/12/2015	\$ 29.795,46	\$ 293,73	\$ 515,06	\$ 808,79	\$ 29.280,40
16	03/01/2016	\$ 29.280,40	\$ 288,66	\$ 520,13	\$ 808,79	\$ 28.760,27
17	03/02/2016	\$ 28.760,27	\$ 283,53	\$ 525,26	\$ 808,79	\$ 28.235,00
18	03/03/2016	\$ 28.235,00	\$ 278,35	\$ 530,44	\$ 808,79	\$ 27.704,56
19	03/04/2016	\$ 27.704,56	\$ 273,12	\$ 535,67	\$ 808,79	\$ 27.168,89
20	03/05/2016	\$ 27.168,89	\$ 267,84	\$ 540,95	\$ 808,79	\$ 26.627,94
21	03/06/2016	\$ 26.627,94	\$ 262,51	\$ 546,28	\$ 808,79	\$ 26.081,66
22	03/07/2016	\$ 26.081,66	\$ 257,12	\$ 551,67	\$ 808,79	\$ 25.529,99
23	03/08/2016	\$ 25.529,99	\$ 251,68	\$ 557,11	\$ 808,79	\$ 24.972,89
24	03/09/2016	\$ 24.972,89	\$ 246,19	\$ 562,60	\$ 808,79	\$ 24.410,29
25	04/09/2016	\$ 24.410,29	\$ 240,64	\$ 568,15	\$ 808,79	\$ 23.842,14
26	05/09/2016	\$ 23.842,14	\$ 235,04	\$ 573,75	\$ 808,79	\$ 23.268,39
27	06/09/2016	\$ 23.268,39	\$ 229,39	\$ 579,40	\$ 808,79	\$ 22.688,99
28	07/09/2016	\$ 22.688,99	\$ 223,68	\$ 585,11	\$ 808,79	\$ 22.103,88
29	08/09/2016	\$ 22.103,88	\$ 217,91	\$ 590,88	\$ 808,79	\$ 21.512,99
30	09/09/2016	\$ 21.512,99	\$ 212,08	\$ 596,71	\$ 808,79	\$ 20.916,29
31	10/09/2016	\$ 20.916,29	\$ 206,20	\$ 602,59	\$ 808,79	\$ 20.313,70

32	11/09/2016	\$ 20.313,70	\$ 200,26	\$ 608,53	\$ 808,79	\$ 19.705,16
33	12/09/2016	\$ 19.705,16	\$ 194,26	\$ 614,53	\$ 808,79	\$ 19.090,63
34	13/09/2016	\$ 19.090,63	\$ 188,20	\$ 620,59	\$ 808,79	\$ 18.470,05
35	14/09/2016	\$ 18.470,05	\$ 182,08	\$ 626,71	\$ 808,79	\$ 17.843,34
36	15/09/2016	\$ 17.843,34	\$ 175,91	\$ 632,88	\$ 808,79	\$ 17.210,46
37	16/09/2016	\$ 17.210,46	\$ 169,67	\$ 639,12	\$ 808,79	\$ 16.571,33
38	17/09/2016	\$ 16.571,33	\$ 163,37	\$ 645,42	\$ 808,79	\$ 15.925,91
39	18/09/2016	\$ 15.925,91	\$ 157,00	\$ 651,79	\$ 808,79	\$ 15.274,12
40	19/09/2016	\$ 15.274,12	\$ 150,58	\$ 658,21	\$ 808,79	\$ 14.615,91
41	20/09/2016	\$ 14.615,91	\$ 144,09	\$ 664,70	\$ 808,79	\$ 13.951,20
42	21/09/2016	\$ 13.951,20	\$ 137,54	\$ 671,25	\$ 808,79	\$ 13.279,95
43	22/09/2016	\$ 13.279,95	\$ 130,92	\$ 677,87	\$ 808,79	\$ 12.602,08
44	23/09/2016	\$ 12.602,08	\$ 124,24	\$ 684,55	\$ 808,79	\$ 11.917,52
45	24/09/2016	\$ 11.917,52	\$ 117,49	\$ 691,30	\$ 808,79	\$ 11.226,22
46	25/09/2016	\$ 11.226,22	\$ 110,67	\$ 698,12	\$ 808,79	\$ 10.528,10
47	26/09/2016	\$ 10.528,10	\$ 103,79	\$ 705,00	\$ 808,79	\$ 9.823,10
48	27/09/2016	\$ 9.823,10	\$ 96,84	\$ 711,95	\$ 808,79	\$ 9.111,15
49	28/09/2016	\$ 9.111,15	\$ 89,82	\$ 718,97	\$ 808,79	\$ 8.392,18
50	29/09/2016	\$ 8.392,18	\$ 82,73	\$ 726,06	\$ 808,79	\$ 7.666,12
51	30/09/2016	\$ 7.666,12	\$ 75,58	\$ 733,22	\$ 808,79	\$ 6.932,91
52	01/10/2016	\$ 6.932,91	\$ 68,35	\$ 740,44	\$ 808,79	\$ 6.192,46
53	02/10/2016	\$ 6.192,46	\$ 61,05	\$ 747,74	\$ 808,79	\$ 5.444,72
54	03/10/2016	\$ 5.444,72	\$ 53,68	\$ 755,11	\$ 808,79	\$ 4.689,61
55	04/10/2016	\$ 4.689,61	\$ 46,23	\$ 762,56	\$ 808,79	\$ 3.927,05
56	05/10/2016	\$ 3.927,05	\$ 38,71	\$ 770,08	\$ 808,79	\$ 3.156,97
57	06/10/2016	\$ 3.156,97	\$ 31,12	\$ 777,67	\$ 808,79	\$ 2.379,31
58	07/10/2016	\$ 2.379,31	\$ 23,46	\$ 785,33	\$ 808,79	\$ 1.593,97
59	08/10/2016	\$ 1.593,97	\$ 15,71	\$ 793,08	\$ 808,79	\$ 800,89
60	09/10/2016	\$ 800,89	\$ 7,90	\$ 800,89	\$ 808,79	\$ 0,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 12.027,41</b>	<b>\$ 36.500,00</b>		
		<b>TOTAL DEUDA</b>	<b>48.527,41</b>			

## ANEXO 22: ESTADO DE RESULTADO MENSUAL – ESPERADO NO APALANCADO

DETALLE	2015												TOTAL ANUAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
	8%	16%	24%	32%	40%	48%	56%	64%	72%	80%	88%		
# CLIENTES PRODUCTO 1	6	12	18	24	30	36	42	48	54	60	66	75	471
# CLIENTES PRODUCTO 2	6	16	24	32	40	48	56	64	72	80	88	100	626
CLIENTES NUEVOS PRODUCTO 1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	9	
CLIENTES NUEVOS PRODUCTO 2	6	10	8	8	8	8	8	8	8	8	8	12	
INCREMENTO DE PRECIO	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
MATRÍCULA PRODUCTO 1	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 135,00	
MATRÍCULA PRODUCTO 2	\$ 150,00	\$ 250,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 300,00	
MENSUALIDADES PRODUCTO 1	\$ 251,44	\$ 502,88	\$ 754,33	\$ 1.005,77	\$ 1.257,21	\$ 1.508,65	\$ 1.760,09	\$ 2.011,54	\$ 2.262,98	\$ 2.514,42	\$ 2.765,86	\$ 3.143,02	
MENSUALIDADES PRODUCTO 2	\$ 509,69	\$ 1.359,18	\$ 2.038,78	\$ 2.718,37	\$ 3.397,96	\$ 4.077,55	\$ 4.757,14	\$ 5.436,74	\$ 6.116,33	\$ 6.795,92	\$ 7.475,51	\$ 8.494,90	
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$ 1.001,14</b>	<b>\$ 2.202,07</b>	<b>\$ 3.083,10</b>	<b>\$ 4.014,14</b>	<b>\$ 4.945,17</b>	<b>\$ 5.876,20</b>	<b>\$ 6.807,24</b>	<b>\$ 7.738,27</b>	<b>\$ 8.669,31</b>	<b>\$ 9.600,34</b>	<b>\$ 10.531,37</b>	<b>\$ 12.072,93</b>	<b>\$ 76.541,27</b>
(-) COSTO DE VENTA	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 38.819,76
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ (2.233,84)</b>	<b>\$ (1.032,91)</b>	<b>\$ (151,88)</b>	<b>\$ 779,16</b>	<b>\$ 1.710,19</b>	<b>\$ 2.641,22</b>	<b>\$ 3.572,26</b>	<b>\$ 4.503,29</b>	<b>\$ 5.434,33</b>	<b>\$ 6.365,36</b>	<b>\$ 7.296,39</b>	<b>\$ 8.837,95</b>	<b>\$ 37.721,51</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 46.198,52
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 14.615,80
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
(-)GASTOS COMISIÓN COBRO	\$ 60,07	\$ 132,12	\$ 184,99	\$ 240,85	\$ 296,71	\$ 352,57	\$ 408,43	\$ 464,30	\$ 520,16	\$ 576,02	\$ 631,88	\$ 724,38	\$ 4.592,48
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ (7.561,77)</b>	<b>\$ (6.432,90)</b>	<b>\$ (5.604,72)</b>	<b>\$ (4.729,55)</b>	<b>\$ (3.854,38)</b>	<b>\$ (2.979,21)</b>	<b>\$ (2.104,04)</b>	<b>\$ (1.228,86)</b>	<b>\$ (353,69)</b>	<b>\$ 521,48</b>	<b>\$ 1.396,65</b>	<b>\$ 2.845,71</b>	<b>\$ (30.085,28)</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$ (7.561,77)</b>	<b>\$ (6.432,90)</b>	<b>\$ (5.604,72)</b>	<b>\$ (4.729,55)</b>	<b>\$ (3.854,38)</b>	<b>\$ (2.979,21)</b>	<b>\$ (2.104,04)</b>	<b>\$ (1.228,86)</b>	<b>\$ (353,69)</b>	<b>\$ 521,48</b>	<b>\$ 1.396,65</b>	<b>\$ 2.845,71</b>	<b>\$ (30.085,28)</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ (1.134,27)	\$ (964,93)	\$ (840,71)	\$ (709,43)	\$ (578,16)	\$ (446,88)	\$ (315,61)	\$ (184,33)	\$ (53,05)	\$ 78,22	\$ 209,50	\$ 426,86	\$ (4.512,79)
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ (6.427,51)</b>	<b>\$ (5.467,96)</b>	<b>\$ (4.764,02)</b>	<b>\$ (4.020,12)</b>	<b>\$ (3.276,22)</b>	<b>\$ (2.532,33)</b>	<b>\$ (1.788,43)</b>	<b>\$ (1.044,53)</b>	<b>\$ (300,64)</b>	<b>\$ 443,26</b>	<b>\$ 1.187,15</b>	<b>\$ 2.418,85</b>	<b>\$ (25.572,49)</b>
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ (1.606,88)	\$ (1.366,99)	\$ (1.191,00)	\$ (1.005,03)	\$ (819,06)	\$ (633,08)	\$ (447,11)	\$ (261,13)	\$ (75,16)	\$ 110,81	\$ 296,79	\$ 604,71	\$ (6.393,12)
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ (4.820,63)</b>	<b>\$ (4.100,97)</b>	<b>\$ (3.573,01)</b>	<b>\$ (3.015,09)</b>	<b>\$ (2.457,17)</b>	<b>\$ (1.899,25)</b>	<b>\$ (1.341,32)</b>	<b>\$ (783,40)</b>	<b>\$ (225,48)</b>	<b>\$ 332,44</b>	<b>\$ 890,37</b>	<b>\$ 1.814,14</b>	<b>\$ (19.179,37)</b>

2016												
ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
75	75	75	76	77	77	77	77	78	78	78	78	921
100	100	100	101	102	102	103	103	103	104	104	104	1.226
75	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	
100	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	
5%												
\$ 1.181,25	\$ -	\$ -	\$ 15,75	\$ 15,75	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 15,75	\$ -	\$ -	\$ -	
\$ 2.625,00	\$ -	\$ -	\$ 26,25	\$ 26,25	\$ -	\$ 26,25	\$ -	\$ -	\$ 26,25	\$ -	\$ -	
\$ 3.300,18	\$ 3.300,18	\$ 3.300,18	\$ 3.344,18	\$ 3.388,18	\$ 3.388,18	\$ 3.388,18	\$ 3.388,18	\$ 3.432,18	\$ 3.432,18	\$ 3.432,18	\$ 3.432,18	
\$ 8.919,65	\$ 8.919,65	\$ 8.919,65	\$ 9.008,84	\$ 9.098,04	\$ 9.098,04	\$ 9.187,24	\$ 9.187,24	\$ 9.187,24	\$ 9.276,43	\$ 9.276,43	\$ 9.276,43	
<b>\$ 16.026,07</b>	<b>\$ 12.219,82</b>	<b>\$ 12.219,82</b>	<b>\$ 12.395,02</b>	<b>\$ 12.528,22</b>	<b>\$ 12.486,22</b>	<b>\$ 12.601,67</b>	<b>\$ 12.575,42</b>	<b>\$ 12.635,17</b>	<b>\$ 12.734,86</b>	<b>\$ 12.708,61</b>	<b>\$ 12.708,61</b>	<b>\$ 153.839,52</b>
\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 41.227,01
<b>\$ 12.590,49</b>	<b>\$ 8.784,24</b>	<b>\$ 8.784,24</b>	<b>\$ 8.959,44</b>	<b>\$ 9.092,64</b>	<b>\$ 9.050,64</b>	<b>\$ 9.166,08</b>	<b>\$ 9.139,83</b>	<b>\$ 9.199,58</b>	<b>\$ 9.299,28</b>	<b>\$ 9.273,03</b>	<b>\$ 9.273,03</b>	<b>\$ 112.612,51</b>
\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 48.879,69
\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 15.479,72
\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 2.488,08
\$ 961,56	\$ 733,19	\$ 733,19	\$ 743,70	\$ 751,69	\$ 749,17	\$ 756,10	\$ 754,52	\$ 758,11	\$ 764,09	\$ 762,52	\$ 762,52	\$ 9.230,37
<b>\$ 6.058,30</b>	<b>\$ 2.480,42</b>	<b>\$ 2.480,42</b>	<b>\$ 2.645,11</b>	<b>\$ 2.770,32</b>	<b>\$ 2.730,84</b>	<b>\$ 2.839,36</b>	<b>\$ 2.814,68</b>	<b>\$ 2.870,85</b>	<b>\$ 2.964,56</b>	<b>\$ 2.939,89</b>	<b>\$ 2.939,89</b>	<b>\$ 36.534,64</b>
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>\$ 6.058,30</b>	<b>\$ 2.480,42</b>	<b>\$ 2.480,42</b>	<b>\$ 2.645,11</b>	<b>\$ 2.770,32</b>	<b>\$ 2.730,84</b>	<b>\$ 2.839,36</b>	<b>\$ 2.814,68</b>	<b>\$ 2.870,85</b>	<b>\$ 2.964,56</b>	<b>\$ 2.939,89</b>	<b>\$ 2.939,89</b>	<b>\$ 36.534,64</b>
\$ 908,74	\$ 372,06	\$ 372,06	\$ 396,77	\$ 415,55	\$ 409,63	\$ 425,90	\$ 422,20	\$ 430,63	\$ 444,68	\$ 440,98	\$ 440,98	\$ 5.480,20
<b>\$ 5.149,55</b>	<b>\$ 2.108,36</b>	<b>\$ 2.108,36</b>	<b>\$ 2.248,34</b>	<b>\$ 2.354,77</b>	<b>\$ 2.321,21</b>	<b>\$ 2.413,45</b>	<b>\$ 2.392,48</b>	<b>\$ 2.440,22</b>	<b>\$ 2.519,88</b>	<b>\$ 2.498,91</b>	<b>\$ 2.498,91</b>	<b>\$ 31.054,45</b>
\$ 1.287,39	\$ 527,09	\$ 527,09	\$ 562,09	\$ 588,69	\$ 580,30	\$ 603,36	\$ 598,12	\$ 610,06	\$ 629,97	\$ 624,73	\$ 624,73	\$ 7.763,61
<b>\$ 3.862,17</b>	<b>\$ 1.581,27</b>	<b>\$ 1.581,27</b>	<b>\$ 1.686,26</b>	<b>\$ 1.766,08</b>	<b>\$ 1.740,91</b>	<b>\$ 1.810,09</b>	<b>\$ 1.794,36</b>	<b>\$ 1.830,17</b>	<b>\$ 1.889,91</b>	<b>\$ 1.874,18</b>	<b>\$ 1.874,18</b>	<b>\$ 23.290,84</b>

**2017**

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DECIEMBRE	TOTAL ANUAL
78	79	79	80	80	80	80	81	81	81	81	81	961
104	104	105	105	105	106	106	106	107	107	107	108	1.270
78	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	
104	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	
5%												
\$ 1.289,93	\$ 16,54	\$ -	\$ 16,54	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16,54	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
\$ 2.866,50	\$ -	\$ 27,56	\$ -	\$ -	\$ 27,56	\$ -	\$ -	\$ 27,56	\$ -	\$ -	\$ 27,56	
\$ 3.603,79	\$ 3.649,99	\$ 3.649,99	\$ 3.696,20	\$ 3.696,20	\$ 3.696,20	\$ 3.696,20	\$ 3.742,40	\$ 3.742,40	\$ 3.742,40	\$ 3.742,40	\$ 3.742,40	
\$ 9.740,25	\$ 9.740,25	\$ 9.833,91	\$ 9.833,91	\$ 9.833,91	\$ 9.927,57	\$ 9.927,57	\$ 9.927,57	\$ 10.021,22	\$ 10.021,22	\$ 10.021,22	\$ 10.114,88	
<b>\$ 17.500,47</b>	<b>\$ 13.406,79</b>	<b>\$ 13.511,47</b>	<b>\$ 13.546,64</b>	<b>\$ 13.530,11</b>	<b>\$ 13.651,33</b>	<b>\$ 13.623,76</b>	<b>\$ 13.686,50</b>	<b>\$ 13.791,18</b>	<b>\$ 13.763,62</b>	<b>\$ 13.763,62</b>	<b>\$ 13.884,84</b>	<b>\$ 167.660,33</b>
\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 42.665,17
<b>\$ 13.945,04</b>	<b>\$ 9.851,35</b>	<b>\$ 9.956,04</b>	<b>\$ 9.991,21</b>	<b>\$ 9.974,68</b>	<b>\$ 10.095,89</b>	<b>\$ 10.068,33</b>	<b>\$ 10.131,07</b>	<b>\$ 10.235,75</b>	<b>\$ 10.208,19</b>	<b>\$ 10.208,19</b>	<b>\$ 10.329,41</b>	<b>\$ 124.995,16</b>
\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 50.601,83
\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 16.022,87
\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 2.579,39
\$ 1.050,03	\$ 804,41	\$ 810,69	\$ 812,80	\$ 811,81	\$ 819,08	\$ 817,43	\$ 821,19	\$ 827,47	\$ 825,82	\$ 825,82	\$ 833,09	\$ 10.059,62
<b>\$ 7.128,00</b>	<b>\$ 3.279,94</b>	<b>\$ 3.378,34</b>	<b>\$ 3.411,41</b>	<b>\$ 3.395,86</b>	<b>\$ 3.509,81</b>	<b>\$ 3.483,90</b>	<b>\$ 3.542,87</b>	<b>\$ 3.641,27</b>	<b>\$ 3.615,37</b>	<b>\$ 3.615,37</b>	<b>\$ 3.729,31</b>	<b>\$ 45.731,45</b>
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>\$ 7.128,00</b>	<b>\$ 3.279,94</b>	<b>\$ 3.378,34</b>	<b>\$ 3.411,41</b>	<b>\$ 3.395,86</b>	<b>\$ 3.509,81</b>	<b>\$ 3.483,90</b>	<b>\$ 3.542,87</b>	<b>\$ 3.641,27</b>	<b>\$ 3.615,37</b>	<b>\$ 3.615,37</b>	<b>\$ 3.729,31</b>	<b>\$ 45.731,45</b>
\$ 1.069,20	\$ 491,99	\$ 506,75	\$ 511,71	\$ 509,38	\$ 526,47	\$ 522,58	\$ 531,43	\$ 546,19	\$ 542,30	\$ 542,30	\$ 559,40	\$ 6.859,72
<b>\$ 6.058,80</b>	<b>\$ 2.787,95</b>	<b>\$ 2.871,59</b>	<b>\$ 2.899,70</b>	<b>\$ 2.886,48</b>	<b>\$ 2.983,34</b>	<b>\$ 2.961,31</b>	<b>\$ 3.011,44</b>	<b>\$ 3.095,08</b>	<b>\$ 3.073,06</b>	<b>\$ 3.073,06</b>	<b>\$ 3.169,91</b>	<b>\$ 38.871,73</b>
\$ 1.514,70	\$ 696,99	\$ 717,90	\$ 724,92	\$ 721,62	\$ 745,83	\$ 740,33	\$ 752,86	\$ 773,77	\$ 768,27	\$ 768,27	\$ 792,48	\$ 9.717,93
<b>\$ 4.544,10</b>	<b>\$ 2.090,96</b>	<b>\$ 2.153,69</b>	<b>\$ 2.174,77</b>	<b>\$ 2.164,86</b>	<b>\$ 2.237,50</b>	<b>\$ 2.220,99</b>	<b>\$ 2.258,58</b>	<b>\$ 2.321,31</b>	<b>\$ 2.304,80</b>	<b>\$ 2.304,80</b>	<b>\$ 2.377,44</b>	<b>\$ 29.153,80</b>

**2018**

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
81	81	81	82	82	83	83	83	83	84	84	84	991
108	109	110	110	110	111	111	111	111	112	112	112	1.327
81	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	
108	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	
5%												
\$ 1.406,51	\$ -	\$ -	\$ 17,36	\$ -	\$ 17,36	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 17,36	\$ -	\$ -	
\$ 3.125,59	\$ 28,94	\$ 28,94	\$ -	\$ -	\$ 28,94	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 28,94	\$ -	\$ -	
\$ 3.929,52	\$ 3.929,52	\$ 3.929,52	\$ 3.978,03	\$ 3.978,03	\$ 4.026,54	\$ 4.026,54	\$ 4.026,54	\$ 4.026,54	\$ 4.075,06	\$ 4.075,06	\$ 4.075,06	
\$ 10.620,62	\$ 10.718,96	\$ 10.817,30	\$ 10.817,30	\$ 10.817,30	\$ 10.915,64	\$ 10.915,64	\$ 10.915,64	\$ 10.915,64	\$ 11.013,98	\$ 11.013,98	\$ 11.013,98	
\$ 19.082,24	\$ 14.677,42	\$ 14.775,76	\$ 14.812,70	\$ 14.795,33	\$ 14.988,49	\$ 14.942,18	\$ 14.942,18	\$ 14.942,18	\$ 15.135,34	\$ 15.089,04	\$ 15.089,04	\$ 183.271,91
\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 44.156,12
\$ 15.402,57	\$ 10.997,75	\$ 11.096,08	\$ 11.133,02	\$ 11.115,66	\$ 11.308,81	\$ 11.262,51	\$ 11.262,51	\$ 11.262,51	\$ 11.455,66	\$ 11.409,36	\$ 11.409,36	\$ 139.115,79
\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 52.387,17
\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 16.585,96
\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 2.674,06
\$ 1.144,93	\$ 880,65	\$ 886,55	\$ 888,76	\$ 887,72	\$ 899,31	\$ 896,53	\$ 896,53	\$ 896,53	\$ 908,12	\$ 905,34	\$ 905,34	\$ 10.996,31
\$ 8.287,03	\$ 4.146,50	\$ 4.238,94	\$ 4.273,66	\$ 4.257,34	\$ 4.438,91	\$ 4.395,38	\$ 4.395,38	\$ 4.395,38	\$ 4.576,95	\$ 4.533,42	\$ 4.533,42	\$ 56.472,30
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 8.287,03	\$ 4.146,50	\$ 4.238,94	\$ 4.273,66	\$ 4.257,34	\$ 4.438,91	\$ 4.395,38	\$ 4.395,38	\$ 4.395,38	\$ 4.576,95	\$ 4.533,42	\$ 4.533,42	\$ 56.472,30
\$ 1.243,06	\$ 621,98	\$ 635,84	\$ 641,05	\$ 638,60	\$ 665,84	\$ 659,31	\$ 659,31	\$ 659,31	\$ 686,54	\$ 680,01	\$ 680,01	\$ 8.470,85
\$ 7.043,98	\$ 3.524,53	\$ 3.603,10	\$ 3.632,61	\$ 3.618,74	\$ 3.773,07	\$ 3.736,07	\$ 3.736,07	\$ 3.736,07	\$ 3.890,40	\$ 3.853,41	\$ 3.853,41	\$ 48.001,46
\$ 1.760,99	\$ 881,13	\$ 900,77	\$ 908,15	\$ 904,68	\$ 943,27	\$ 934,02	\$ 934,02	\$ 934,02	\$ 972,60	\$ 963,35	\$ 963,35	\$ 12.000,36
\$ 5.282,98	\$ 2.643,39	\$ 2.702,32	\$ 2.724,46	\$ 2.714,05	\$ 2.829,80	\$ 2.802,05	\$ 2.802,05	\$ 2.802,05	\$ 2.917,80	\$ 2.890,05	\$ 2.890,05	\$ 36.001,09

**2019**

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
84	84	84	85	86	87	87	87	87	87	87	87	1.032
112	112	112	113	113	114	114	114	115	115	116	116	1.366
84	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	
112	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	
5%												
\$ 1.531,54	\$ -	\$ -	\$ 18,23	\$ 18,23	\$ 18,23	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
\$ 3.403,42	\$ -	\$ -	\$ 30,39	\$ -	\$ 30,39	\$ -	\$ -	\$ 30,39	\$ -	\$ 30,39	\$ -	
\$ 4.278,81	\$ 4.278,81	\$ 4.278,81	\$ 4.329,75	\$ 4.380,69	\$ 4.431,62	\$ 4.431,62	\$ 4.431,62	\$ 4.431,62	\$ 4.431,62	\$ 4.431,62	\$ 4.431,62	
\$ 11.564,68	\$ 11.564,68	\$ 11.564,68	\$ 11.667,93	\$ 11.667,93	\$ 11.771,19	\$ 11.771,19	\$ 11.771,19	\$ 11.874,45	\$ 11.874,45	\$ 11.977,70	\$ 11.977,70	
\$ 20.778,44	\$ 15.843,49	\$ 15.843,49	\$ 16.046,30	\$ 16.066,85	\$ 16.251,43	\$ 16.202,81	\$ 16.202,81	\$ 16.336,46	\$ 16.306,07	\$ 16.439,71	\$ 16.409,33	\$ 198.727,21
\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 45.701,78
\$ 16.969,96	\$ 12.035,01	\$ 12.035,01	\$ 12.237,82	\$ 12.258,37	\$ 12.442,95	\$ 12.394,33	\$ 12.394,33	\$ 12.527,98	\$ 12.497,59	\$ 12.631,23	\$ 12.600,84	\$ 153.025,43
\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 54.238,03
\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 17.169,70
\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 2.772,19
\$ 1.246,71	\$ 950,61	\$ 950,61	\$ 962,78	\$ 964,01	\$ 975,09	\$ 972,17	\$ 972,17	\$ 980,19	\$ 978,36	\$ 986,38	\$ 984,56	\$ 11.923,63
\$ 9.541,59	\$ 4.902,74	\$ 4.902,74	\$ 5.093,38	\$ 5.112,70	\$ 5.286,21	\$ 5.240,50	\$ 5.240,50	\$ 5.366,13	\$ 5.337,56	\$ 5.463,19	\$ 5.434,63	\$ 66.921,87
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 9.541,59	\$ 4.902,74	\$ 4.902,74	\$ 5.093,38	\$ 5.112,70	\$ 5.286,21	\$ 5.240,50	\$ 5.240,50	\$ 5.366,13	\$ 5.337,56	\$ 5.463,19	\$ 5.434,63	\$ 66.921,87
\$ 1.431,24	\$ 735,41	\$ 735,41	\$ 764,01	\$ 766,90	\$ 792,93	\$ 786,08	\$ 786,08	\$ 804,92	\$ 800,63	\$ 819,48	\$ 815,19	\$ 10.038,28
\$ 8.110,36	\$ 4.167,33	\$ 4.167,33	\$ 4.329,37	\$ 4.345,79	\$ 4.493,28	\$ 4.454,43	\$ 4.454,43	\$ 4.561,21	\$ 4.536,93	\$ 4.643,71	\$ 4.619,43	\$ 56.883,59
\$ 2.027,59	\$ 1.041,83	\$ 1.041,83	\$ 1.082,34	\$ 1.086,45	\$ 1.123,32	\$ 1.113,61	\$ 1.113,61	\$ 1.140,30	\$ 1.134,23	\$ 1.160,93	\$ 1.154,86	\$ 14.220,90
\$ 6.082,77	\$ 3.125,49	\$ 3.125,49	\$ 3.247,03	\$ 3.259,35	\$ 3.369,96	\$ 3.340,82	\$ 3.340,82	\$ 3.420,91	\$ 3.402,70	\$ 3.482,78	\$ 3.464,57	\$ 42.662,69

## ANEXO 23: ESTADO DE RESULTADO MENSUAL – ESPERADO APALANCADO

DETALLE	2015												TOTAL ANUAL
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
	8%	16%	24%	32%	40%	48%	56%	64%	72%	80%	88%		
# CLIENTES PRODUCTO 1	6	12	18	24	30	36	42	48	54	60	66	75	471
# CLIENTES PRODUCTO 2	6	16	24	32	40	48	56	64	72	80	88	100	626
CLIENTES NUEVOS PRODUCTO 1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	9	
CLIENTES NUEVOS PRODUCTO 2	6	10	8	8	8	8	8	8	8	8	8	12	
INCREMENTO DE PRECIO	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
MATRÍCULA PRODUCTO 1	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 135,00	
MATRÍCULA PRODUCTO 2	\$ 150,00	\$ 250,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 300,00	
MENSUALIDADES PRODUCTO 1	\$ 251,44	\$ 502,88	\$ 754,33	\$ 1.005,77	\$ 1.257,21	\$ 1.508,65	\$ 1.760,09	\$ 2.011,54	\$ 2.262,98	\$ 2.514,42	\$ 2.765,86	\$ 3.143,02	
MENSUALIDADES PRODUCTO 2	\$ 509,69	\$ 1.359,18	\$ 2.038,78	\$ 2.718,37	\$ 3.397,96	\$ 4.077,55	\$ 4.757,14	\$ 5.436,74	\$ 6.116,33	\$ 6.795,92	\$ 7.475,51	\$ 8.494,90	
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$ 1.001,14</b>	<b>\$ 2.202,07</b>	<b>\$ 3.083,10</b>	<b>\$ 4.014,14</b>	<b>\$ 4.945,17</b>	<b>\$ 5.876,20</b>	<b>\$ 6.807,24</b>	<b>\$ 7.738,27</b>	<b>\$ 8.669,31</b>	<b>\$ 9.600,34</b>	<b>\$ 10.531,37</b>	<b>\$ 12.072,93</b>	<b>\$ 76.541,27</b>
(-) COSTO DE VENTA	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 38.819,76
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ (2.233,84)</b>	<b>\$ (1.032,91)</b>	<b>\$ (151,88)</b>	<b>\$ 779,16</b>	<b>\$ 1.710,19</b>	<b>\$ 2.641,22</b>	<b>\$ 3.572,26</b>	<b>\$ 4.503,29</b>	<b>\$ 5.434,33</b>	<b>\$ 6.365,36</b>	<b>\$ 7.296,39</b>	<b>\$ 8.837,95</b>	<b>\$ 37.721,51</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 46.198,52
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 14.615,80
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
(-) GASTOS COMISIÓN COBRO	\$ 60,07	\$ 132,12	\$ 184,99	\$ 240,85	\$ 296,71	\$ 352,57	\$ 408,43	\$ 464,30	\$ 520,16	\$ 576,02	\$ 631,88	\$ 724,38	\$ 4.592,48
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ (7.561,77)</b>	<b>\$ (6.432,90)</b>	<b>\$ (5.604,72)</b>	<b>\$ (4.729,55)</b>	<b>\$ (3.854,38)</b>	<b>\$ (2.979,21)</b>	<b>\$ (2.104,04)</b>	<b>\$ (1.228,86)</b>	<b>\$ (353,69)</b>	<b>\$ 521,48</b>	<b>\$ 1.396,65</b>	<b>\$ 2.845,71</b>	<b>\$ (30.085,28)</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ (359,83)	\$ (355,40)	\$ (350,93)	\$ (346,42)	\$ (341,86)	\$ (337,26)	\$ (332,61)	\$ (327,92)	\$ (323,17)	\$ (318,39)	\$ (313,55)	\$ (308,67)	\$ (4.016,02)
(+) OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$ (7.921,60)</b>	<b>\$ (6.788,30)</b>	<b>\$ (5.955,66)</b>	<b>\$ (5.075,97)</b>	<b>\$ (4.196,24)</b>	<b>\$ (3.316,47)</b>	<b>\$ (2.436,65)</b>	<b>\$ (1.556,78)</b>	<b>\$ (676,87)</b>	<b>\$ 203,09</b>	<b>\$ 1.083,10</b>	<b>\$ 2.537,04</b>	<b>\$ (34.101,30)</b>

(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ (1.188,24)	\$ (1.018,24)	\$ (893,35)	\$ (761,40)	\$ (629,44)	\$ (497,47)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30,46	\$ 162,46	\$ 380,56	\$ (4.414,65)
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ (6.733,36)</b>	<b>\$ (5.770,05)</b>	<b>\$ (5.062,31)</b>	<b>\$ (4.314,58)</b>	<b>\$ (3.566,81)</b>	<b>\$ (2.819,00)</b>	<b>\$ (2.436,65)</b>	<b>\$ (1.556,78)</b>	<b>\$ (676,87)</b>	<b>\$ 172,63</b>	<b>\$ 920,63</b>	<b>\$ 2.156,48</b>	<b>\$ (29.686,65)</b>
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ (1.683,34)	\$ (1.442,51)	\$ (1.265,58)	\$ (1.078,64)	\$ (891,70)	\$ (704,75)	\$ (609,16)	\$ -	\$ -	\$ 43,16	\$ 230,16	\$ 539,12	\$ (6.863,25)
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ (5.050,02)</b>	<b>\$ (4.327,54)</b>	<b>\$ (3.796,73)</b>	<b>\$ (3.235,93)</b>	<b>\$ (2.675,10)</b>	<b>\$ (2.114,25)</b>	<b>\$ (1.827,48)</b>	<b>\$ (1.556,78)</b>	<b>\$ (676,87)</b>	<b>\$ 129,47</b>	<b>\$ 690,48</b>	<b>\$ 1.617,36</b>	<b>\$ (22.823,40)</b>

2016												
ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
75	75	75	76	77	77	77	77	78	78	78	78	
100	100	100	101	102	102	103	103	103	104	104	104	
75	0	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	
100	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	
5%												
\$ 1.181,25	\$ -	\$ -	\$ 15,75	\$ 15,75	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 15,75	\$ -	\$ -	\$ -	
\$ 2.625,00	\$ -	\$ -	\$ 26,25	\$ 26,25	\$ -	\$ 26,25	\$ -	\$ -	\$ 26,25	\$ -	\$ -	
\$ 3.300,18	\$ 3.300,18	\$ 3.300,18	\$ 3.344,18	\$ 3.388,18	\$ 3.388,18	\$ 3.388,18	\$ 3.388,18	\$ 3.432,18	\$ 3.432,18	\$ 3.432,18	\$ 3.432,18	
\$ 8.919,65	\$ 8.919,65	\$ 8.919,65	\$ 9.008,84	\$ 9.098,04	\$ 9.098,04	\$ 9.187,24	\$ 9.187,24	\$ 9.187,24	\$ 9.276,43	\$ 9.276,43	\$ 9.276,43	
<b>\$ 16.026,07</b>	<b>\$ 12.219,82</b>	<b>\$ 12.219,82</b>	<b>\$ 12.395,02</b>	<b>\$ 12.528,22</b>	<b>\$ 12.486,22</b>	<b>\$ 12.601,67</b>	<b>\$ 12.575,42</b>	<b>\$ 12.635,17</b>	<b>\$ 12.734,86</b>	<b>\$ 12.708,61</b>	<b>\$ 12.708,61</b>	<b>\$ 153.839,52</b>
\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 41.227,01
<b>\$ 12.590,49</b>	<b>\$ 8.784,24</b>	<b>\$ 8.784,24</b>	<b>\$ 8.959,44</b>	<b>\$ 9.092,64</b>	<b>\$ 9.050,64</b>	<b>\$ 9.166,08</b>	<b>\$ 9.139,83</b>	<b>\$ 9.199,58</b>	<b>\$ 9.299,28</b>	<b>\$ 9.273,03</b>	<b>\$ 9.273,03</b>	<b>\$ 112.612,51</b>
\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 48.879,69
\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 15.479,72
\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 2.488,08
\$ 961,56	\$ 733,19	\$ 733,19	\$ 743,70	\$ 751,69	\$ 749,17	\$ 756,10	\$ 754,52	\$ 758,11	\$ 764,09	\$ 762,52	\$ 762,52	\$ 9.230,37
<b>\$ 6.058,30</b>	<b>\$ 2.480,42</b>	<b>\$ 2.480,42</b>	<b>\$ 2.645,11</b>	<b>\$ 2.770,32</b>	<b>\$ 2.730,84</b>	<b>\$ 2.839,36</b>	<b>\$ 2.814,68</b>	<b>\$ 2.870,85</b>	<b>\$ 2.964,56</b>	<b>\$ 2.939,89</b>	<b>\$ 2.939,89</b>	<b>\$ 36.534,64</b>
\$ (303,74)	\$ (298,76)	\$ (293,73)	\$ (288,66)	\$ (283,53)	\$ (278,35)	\$ (273,12)	\$	\$ (262,51)	\$ (257,12)	\$ (251,68)	\$ (246,19)	\$ (3.305,23)



\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 16.022,87
\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 2.579,39
\$ 1.050,03	\$ 804,41	\$ 810,69	\$ 812,80	\$ 811,81	\$ 819,08	\$ 817,43	\$ 821,19	\$ 827,47	\$ 825,82	\$ 825,82	\$ 833,09	\$ 833,09	\$ 10.059,62
\$ 7.128,00	\$ 3.279,94	\$ 3.378,34	\$ 3.411,41	\$ 3.395,86	\$ 3.509,81	\$ 3.483,90	\$ 3.542,87	\$ 3.641,27	\$ 3.615,37	\$ 3.615,37	\$ 3.729,31	\$ 3.729,31	\$ 45.731,45
\$ (240,64)	\$ (235,04)	\$ (229,39)	\$ (223,68)	\$ (217,91)	\$ (212,08)	\$ (206,20)	\$ (200,26)	\$ (194,26)	\$ (188,20)	\$ (182,08)	\$ (175,91)	\$ (175,91)	\$ (2.505,65)
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 6.887,36	\$ 3.044,90	\$ 3.148,95	\$ 3.187,73	\$ 3.177,95	\$ 3.297,72	\$ 3.277,70	\$ 3.342,61	\$ 3.447,01	\$ 3.427,16	\$ 3.433,28	\$ 3.553,41	\$ 3.553,41	\$ 43.225,79
\$ 1.033,10	\$ 456,73	\$ 472,34	\$ 478,16	\$ 476,69	\$ 494,66	\$ 491,65	\$ 501,39	\$ 517,05	\$ 514,07	\$ 514,99	\$ 533,01	\$ 533,01	\$ 6.483,87
\$ 5.854,25	\$ 2.588,16	\$ 2.676,61	\$ 2.709,57	\$ 2.701,26	\$ 2.803,07	\$ 2.786,04	\$ 2.841,22	\$ 2.929,96	\$ 2.913,09	\$ 2.918,29	\$ 3.020,39	\$ 3.020,39	\$ 36.741,93
\$ 1.463,56	\$ 647,04	\$ 669,15	\$ 677,39	\$ 675,32	\$ 700,77	\$ 696,51	\$ 710,31	\$ 732,49	\$ 728,27	\$ 729,57	\$ 755,10	\$ 755,10	\$ 9.185,48
\$ 4.390,69	\$ 1.941,12	\$ 2.007,46	\$ 2.032,18	\$ 2.025,95	\$ 2.102,30	\$ 2.089,53	\$ 2.130,92	\$ 2.197,47	\$ 2.184,82	\$ 2.188,72	\$ 2.265,30	\$ 2.265,30	\$ 27.556,44

**2018**

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
81	81	81	82	82	83	83	83	83	84	84	84	84
108	109	110	110	110	111	111	111	111	112	112	112	112
81	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0
108	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
5%												
\$ 1.406,51	\$ -	\$ -	\$ 17,36	\$ -	\$ 17,36	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 17,36	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 3.125,59	\$ 28,94	\$ 28,94	\$ -	\$ -	\$ 28,94	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 28,94	\$ -	\$ -	\$ -

\$ 3.929,52	\$ 3.929,52	\$ 3.929,52	\$ 3.978,03	\$ 3.978,03	\$ 4.026,54	\$ 4.026,54	\$ 4.026,54	\$ 4.026,54	\$ 4.075,06	\$ 4.075,06	\$ 4.075,06	
\$ 10.620,62	\$ 10.718,96	\$ 10.817,30	\$ 10.817,30	\$ 10.817,30	\$ 10.915,64	\$ 10.915,64	\$ 10.915,64	\$ 10.915,64	\$ 11.013,98	\$ 11.013,98	\$ 11.013,98	
<b>\$ 19.082,24</b>	<b>\$ 14.677,42</b>	<b>\$ 14.775,76</b>	<b>\$ 14.812,70</b>	<b>\$ 14.795,33</b>	<b>\$ 14.988,49</b>	<b>\$ 14.942,18</b>	<b>\$ 14.942,18</b>	<b>\$ 14.942,18</b>	<b>\$ 15.135,34</b>	<b>\$ 15.089,04</b>	<b>\$ 15.089,04</b>	<b>\$ 183.271,91</b>
\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 44.156,12
<b>\$ 15.402,57</b>	<b>\$ 10.997,75</b>	<b>\$ 11.096,08</b>	<b>\$ 11.133,02</b>	<b>\$ 11.115,66</b>	<b>\$ 11.308,81</b>	<b>\$ 11.262,51</b>	<b>\$ 11.262,51</b>	<b>\$ 11.262,51</b>	<b>\$ 11.455,66</b>	<b>\$ 11.409,36</b>	<b>\$ 11.409,36</b>	<b>\$ 139.115,79</b>
\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 52.387,17
\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 16.585,96
\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 2.674,06
\$ 1.144,93	\$ 880,65	\$ 886,55	\$ 888,76	\$ 887,72	\$ 899,31	\$ 896,53	\$ 896,53	\$ 896,53	\$ 908,12	\$ 905,34	\$ 905,34	\$ 10.996,31
<b>\$ 8.287,03</b>	<b>\$ 4.146,50</b>	<b>\$ 4.238,94</b>	<b>\$ 4.273,66</b>	<b>\$ 4.257,34</b>	<b>\$ 4.438,91</b>	<b>\$ 4.395,38</b>	<b>\$ 4.395,38</b>	<b>\$ 4.395,38</b>	<b>\$ 4.576,95</b>	<b>\$ 4.533,42</b>	<b>\$ 4.533,42</b>	<b>\$ 56.472,30</b>
\$ (169,67)	\$ (163,37)	\$ (157,00)	\$ (150,58)	\$ (144,09)	\$ (137,54)	\$ (130,92)	\$ (124,24)	\$ (117,49)	\$ (110,67)	\$ (103,79)	\$ (96,84)	\$ (1.606,18)
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>\$ 8.117,37</b>	<b>\$ 3.983,14</b>	<b>\$ 4.081,94</b>	<b>\$ 4.123,08</b>	<b>\$ 4.113,25</b>	<b>\$ 4.301,37</b>	<b>\$ 4.264,46</b>	<b>\$ 4.271,14</b>	<b>\$ 4.277,89</b>	<b>\$ 4.466,27</b>	<b>\$ 4.429,63</b>	<b>\$ 4.436,58</b>	<b>\$ 54.866,12</b>
\$ 1.217,61	\$ 597,47	\$ 612,29	\$ 618,46	\$ 616,99	\$ 645,21	\$ 639,67	\$ 640,67	\$ 641,68	\$ 669,94	\$ 664,44	\$ 665,49	\$ 8.229,92
<b>\$ 6.899,76</b>	<b>\$ 3.385,67</b>	<b>\$ 3.469,65</b>	<b>\$ 3.504,62</b>	<b>\$ 3.496,26</b>	<b>\$ 3.656,16</b>	<b>\$ 3.624,79</b>	<b>\$ 3.630,47</b>	<b>\$ 3.636,21</b>	<b>\$ 3.796,33</b>	<b>\$ 3.765,19</b>	<b>\$ 3.771,09</b>	<b>\$ 46.636,20</b>
\$ 1.724,94	\$ 846,42	\$ 867,41	\$ 876,16	\$ 874,07	\$ 914,04	\$ 906,20	\$ 907,62	\$ 909,05	\$ 949,08	\$ 941,30	\$ 942,77	\$ 11.659,05
<b>\$ 5.174,82</b>	<b>\$ 2.539,25</b>	<b>\$ 2.602,24</b>	<b>\$ 2.628,47</b>	<b>\$ 2.622,20</b>	<b>\$ 2.742,12</b>	<b>\$ 2.718,59</b>	<b>\$ 2.722,85</b>	<b>\$ 2.727,16</b>	<b>\$ 2.847,25</b>	<b>\$ 2.823,89</b>	<b>\$ 2.828,32</b>	<b>\$ 34.977,15</b>

**2019**

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
84	84	84	85	86	87	87	87	87	87	87	87	
112	112	112	113	113	114	114	114	115	115	116	116	
84	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	
112	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	

5%													
\$ 1.531,54	\$ -	\$ -	\$ 18,23	\$ 18,23	\$ 18,23	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
\$ 3.403,42	\$ -	\$ -	\$ 30,39	\$ -	\$ 30,39	\$ -	\$ -	\$ 30,39	\$ -	\$ 30,39	\$ -	\$ -	
\$ 4.278,81	\$ 4.278,81	\$ 4.278,81	\$ 4.329,75	\$ 4.380,69	\$ 4.431,62	\$ 4.431,62	\$ 4.431,62	\$ 4.431,62	\$ 4.431,62	\$ 4.431,62	\$ 4.431,62	\$ 4.431,62	
\$ 11.564,68	\$ 11.564,68	\$ 11.564,68	\$ 11.667,93	\$ 11.667,93	\$ 11.771,19	\$ 11.771,19	\$ 11.771,19	\$ 11.874,45	\$ 11.874,45	\$ 11.977,70	\$ 11.977,70	\$ 11.977,70	
\$ 20.778,44	\$ 15.843,49	\$ 15.843,49	\$ 16.046,30	\$ 16.066,85	\$ 16.251,43	\$ 16.202,81	\$ 16.202,81	\$ 16.336,46	\$ 16.306,07	\$ 16.439,71	\$ 16.409,33	\$ 198.727,21	
\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 45.701,78
\$ 16.969,96	\$ 12.035,01	\$ 12.035,01	\$ 12.237,82	\$ 12.258,37	\$ 12.442,95	\$ 12.394,33	\$ 12.394,33	\$ 12.527,98	\$ 12.497,59	\$ 12.631,23	\$ 12.600,84	\$ 153.025,43	
\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 54.238,03
\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 17.169,70
\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 2.772,19
\$ 1.246,71	\$ 950,61	\$ 950,61	\$ 962,78	\$ 964,01	\$ 975,09	\$ 972,17	\$ 972,17	\$ 980,19	\$ 978,36	\$ 986,38	\$ 984,56	\$ 11.923,63	
\$ 9.541,59	\$ 4.902,74	\$ 4.902,74	\$ 5.093,38	\$ 5.112,70	\$ 5.286,21	\$ 5.240,50	\$ 5.240,50	\$ 5.366,13	\$ 5.337,56	\$ 5.463,19	\$ 5.434,63	\$ 66.921,87	
\$ (89,82)	\$ (82,73)	\$ (75,58)	\$ (68,35)	\$ (61,05)	\$ (53,68)	\$ (46,23)	\$ (38,71)	\$ (31,12)	\$ (23,46)	\$ (15,71)	\$ (7,90)	\$ (594,33)	
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 9.451,77	\$ 4.820,00	\$ 4.827,16	\$ 5.025,04	\$ 5.051,65	\$ 5.232,53	\$ 5.194,27	\$ 5.201,79	\$ 5.335,01	\$ 5.314,11	\$ 5.447,48	\$ 5.426,73	\$ 66.327,54	
\$ 1.417,77	\$ 723,00	\$ 724,07	\$ 753,76	\$ 757,75	\$ 784,88	\$ 779,14	\$ 780,27	\$ 800,25	\$ 797,12	\$ 817,12	\$ 814,01	\$ 9.949,13	
\$ 8.034,01	\$ 4.097,00	\$ 4.103,09	\$ 4.271,28	\$ 4.293,90	\$ 4.447,65	\$ 4.415,13	\$ 4.421,52	\$ 4.534,76	\$ 4.516,99	\$ 4.630,35	\$ 4.612,72	\$ 56.378,41	
\$ 2.008,50	\$ 1.024,25	\$ 1.025,77	\$ 1.067,82	\$ 1.073,48	\$ 1.111,91	\$ 1.103,78	\$ 1.105,38	\$ 1.133,69	\$ 1.129,25	\$ 1.157,59	\$ 1.153,18	\$ 14.094,60	
\$ 6.025,51	\$ 3.072,75	\$ 3.077,32	\$ 3.203,46	\$ 3.220,43	\$ 3.335,74	\$ 3.311,35	\$ 3.316,14	\$ 3.401,07	\$ 3.387,74	\$ 3.472,77	\$ 3.459,54	\$ 42.283,81	

## ANEXO 24: ESTADO DE RESULTADO MENSUAL – OPTIMISTA NO APALANCADO

DETALLE	2015												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
	8%	16%	24%	32%	40%	48%	56%	64%	72%	80%	88%		
# CLIENTES PRODUCTO 1	6	12	18	24	30	36	42	48	54	60	66	75	471
# CLIENTES PRODUCTO 2	6	16	24	32	40	48	56	64	72	80	88	100	626
CLIENTES NUEVOS PRODUCTO 1	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	6	9	
CLIENTES NUEVOS PRODUCTO 2	6	10	8	8	8	8	8	8	8	8	8	12	
INCREMENTO DE PRECIO	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
MATRÍCULA PRODUCTO 1	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 135,00
MATRÍCULA PRODUCTO 2	\$ 150,00	\$ 250,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 300,00
MENSUALIDADES PRODUCTO 1	\$ 251,44	\$ 502,88	\$ 754,33	\$ 1.005,77	\$ 1.257,21	\$ 1.508,65	\$ 1.760,09	\$ 2.011,54	\$ 2.262,98	\$ 2.514,42	\$ 2.765,86	\$ 3.143,02	
MENSUALIDADES PRODUCTO 2	\$ 509,69	\$ 1.359,18	\$ 2.038,78	\$ 2.718,37	\$ 3.397,96	\$ 4.077,55	\$ 4.757,14	\$ 5.436,74	\$ 6.116,33	\$ 6.795,92	\$ 7.475,51	\$ 8.494,90	
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$ 1.001,14</b>	<b>\$ 2.202,07</b>	<b>\$ 3.083,10</b>	<b>\$ 4.014,14</b>	<b>\$ 4.945,17</b>	<b>\$ 5.876,20</b>	<b>\$ 6.807,24</b>	<b>\$ 7.738,27</b>	<b>\$ 8.669,31</b>	<b>\$ 9.600,34</b>	<b>\$ 10.531,37</b>	<b>\$ 12.072,93</b>	<b>\$ 76.541,27</b>
(-) COSTO DE VENTA	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 3.234,98	\$ 38.819,76
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ (2.233,84)</b>	<b>\$ (1.032,91)</b>	<b>\$ (151,88)</b>	<b>\$ 779,16</b>	<b>\$ 1.710,19</b>	<b>\$ 2.641,22</b>	<b>\$ 3.572,26</b>	<b>\$ 4.503,29</b>	<b>\$ 5.434,33</b>	<b>\$ 6.365,36</b>	<b>\$ 7.296,39</b>	<b>\$ 8.837,95</b>	<b>\$ 37.721,51</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 3.849,88	\$ 46.198,52
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 1.217,98	\$ 14.615,80
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
(-)GASTOS COMISIÓN COBRO	\$ 60,07	\$ 132,12	\$ 184,99	\$ 240,85	\$ 296,71	\$ 352,57	\$ 408,43	\$ 464,30	\$ 520,16	\$ 576,02	\$ 631,88	\$ 724,38	\$ 4.592,48
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ (7.561,77)</b>	<b>\$ (6.432,90)</b>	<b>\$ (5.604,72)</b>	<b>\$ (4.729,55)</b>	<b>\$ (3.854,38)</b>	<b>\$ (2.979,21)</b>	<b>\$ (2.104,04)</b>	<b>\$ (1.228,86)</b>	<b>\$ (353,69)</b>	<b>\$ 521,48</b>	<b>\$ 1.396,65</b>	<b>\$ 2.845,71</b>	<b>\$ (30.085,28)</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(+) OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$ (7.561,77)</b>	<b>\$ (6.432,90)</b>	<b>\$ (5.604,72)</b>	<b>\$ (4.729,55)</b>	<b>\$ (3.854,38)</b>	<b>\$ (2.979,21)</b>	<b>\$ (2.104,04)</b>	<b>\$ (1.228,86)</b>	<b>\$ (353,69)</b>	<b>\$ 521,48</b>	<b>\$ 1.396,65</b>	<b>\$ 2.845,71</b>	<b>\$ (30.085,28)</b>



\$ 961,56	\$ 750,63	\$ 746,53	\$ 757,04	\$ 754,52	\$ 771,96	\$ 778,38	\$ 775,86	\$ 786,37	\$ 783,85	\$ 790,78	\$ 792,79	\$ 9.450,29
\$ 6.058,30	\$ 2.753,63	\$ 2.689,48	\$ 2.854,16	\$ 2.814,68	\$ 3.087,89	\$ 3.188,42	\$ 3.148,94	\$ 3.313,63	\$ 3.274,15	\$ 3.382,67	\$ 3.414,16	\$ 39.980,10
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 6.058,30	\$ 2.753,63	\$ 2.689,48	\$ 2.854,16	\$ 2.814,68	\$ 3.087,89	\$ 3.188,42	\$ 3.148,94	\$ 3.313,63	\$ 3.274,15	\$ 3.382,67	\$ 3.414,16	\$ 39.980,10
\$ 908,74	\$ 413,04	\$ 403,42	\$ 428,12	\$ 422,20	\$ 463,18	\$ 478,26	\$ 472,34	\$ 497,04	\$ 491,12	\$ 507,40	\$ 512,12	\$ 5.997,02
\$ 5.149,55	\$ 2.340,59	\$ 2.286,05	\$ 2.426,04	\$ 2.392,48	\$ 2.624,71	\$ 2.710,16	\$ 2.676,60	\$ 2.816,58	\$ 2.783,03	\$ 2.875,27	\$ 2.902,04	\$ 33.983,09
\$ 1.287,39	\$ 585,15	\$ 571,51	\$ 606,51	\$ 598,12	\$ 656,18	\$ 677,54	\$ 669,15	\$ 704,15	\$ 695,76	\$ 718,82	\$ 725,51	\$ 8.495,77
\$ 3.862,17	\$ 1.755,44	\$ 1.714,54	\$ 1.819,53	\$ 1.794,36	\$ 1.968,53	\$ 2.032,62	\$ 2.007,45	\$ 2.112,44	\$ 2.087,27	\$ 2.156,45	\$ 2.176,53	\$ 25.487,31

**2017**

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
81	82	82	83	83	84	85	86	86	87	87	88	1.014
108	109	109	110	111	112	113	114	114	115	116	117	1.348
81	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1	
108	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	
5%												
\$ 1.339,54	\$ 16,54	\$ -	\$ 16,54	\$ -	\$ 16,54	\$ 16,54	\$ 16,54	\$ -	\$ 16,54	\$ -	\$ 16,54	
\$ 2.976,75	\$ 27,56	\$ -	\$ 27,56	\$ 27,56	\$ 27,56	\$ 27,56	\$ 27,56	\$ -	\$ 27,56	\$ 27,56	\$ 27,56	
\$ 3.742,40	\$ 3.788,60	\$ 3.788,60	\$ 3.834,80	\$ 3.834,80	\$ 3.881,01	\$ 3.927,21	\$ 3.973,41	\$ 3.973,41	\$ 4.019,61	\$ 4.019,61	\$ 4.065,82	
\$ 10.114,88	\$ 10.208,54	\$ 10.208,54	\$ 10.302,19	\$ 10.395,85	\$ 10.489,50	\$ 10.583,16	\$ 10.676,82	\$ 10.676,82	\$ 10.770,47	\$ 10.864,13	\$ 10.957,79	
\$ 18.173,57	\$ 14.041,24	\$ 13.997,14	\$ 14.181,10	\$ 14.258,21	\$ 14.414,61	\$ 14.554,47	\$ 14.694,33	\$ 14.650,23	\$ 14.834,19	\$ 14.911,31	\$ 15.067,70	\$ 177.778,08

\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 42.665,17
\$ 14.618,13	\$ 10.485,81	\$ 10.441,71	\$ 10.625,66	\$ 10.702,78	\$ 10.859,18	\$ 10.999,04	\$ 11.138,90	\$ 11.094,80	\$ 11.278,76	\$ 11.355,87	\$ 11.512,27	\$ 135.112,90
\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 50.601,83
\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 16.022,87
\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 2.579,39
\$ 1.090,41	\$ 842,47	\$ 839,83	\$ 850,87	\$ 855,49	\$ 864,88	\$ 873,27	\$ 881,66	\$ 879,01	\$ 890,05	\$ 894,68	\$ 904,06	\$ 10.666,68
\$ 7.760,71	\$ 3.876,32	\$ 3.834,87	\$ 4.007,79	\$ 4.080,28	\$ 4.227,30	\$ 4.358,76	\$ 4.490,23	\$ 4.448,78	\$ 4.621,70	\$ 4.694,19	\$ 4.841,20	\$ 55.242,13
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 7.760,71	\$ 3.876,32	\$ 3.834,87	\$ 4.007,79	\$ 4.080,28	\$ 4.227,30	\$ 4.358,76	\$ 4.490,23	\$ 4.448,78	\$ 4.621,70	\$ 4.694,19	\$ 4.841,20	\$ 55.242,13
\$ 1.164,11	\$ 581,45	\$ 575,23	\$ 601,17	\$ 612,04	\$ 634,09	\$ 653,81	\$ 673,53	\$ 667,32	\$ 693,25	\$ 704,13	\$ 726,18	\$ 8.286,32
\$ 6.596,61	\$ 3.294,88	\$ 3.259,64	\$ 3.406,62	\$ 3.468,24	\$ 3.593,20	\$ 3.704,95	\$ 3.816,70	\$ 3.781,46	\$ 3.928,44	\$ 3.990,06	\$ 4.115,02	\$ 46.955,81
\$ 1.649,15	\$ 823,72	\$ 814,91	\$ 851,66	\$ 867,06	\$ 898,30	\$ 926,24	\$ 954,17	\$ 945,36	\$ 982,11	\$ 997,52	\$ 1.028,76	\$ 11.738,95
\$ 4.947,45	\$ 2.471,16	\$ 2.444,73	\$ 2.554,97	\$ 2.601,18	\$ 2.694,90	\$ 2.778,71	\$ 2.862,52	\$ 2.836,09	\$ 2.946,33	\$ 2.992,55	\$ 3.086,27	\$ 35.216,86

**2018**

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
88	89	89	92	92	93	94	94	95	95	95	95	1.111
117	119	120	121	121	123	123	124	125	125	125	126	1.469
88	1	0	3	0	1	1	0	1	0	0	0	
117	2	1	1	0	2	0	1	1	0	0	1	
5%												
\$ 1.528,07	\$ 17,36	\$ -	\$ 52,09	\$ -	\$ 17,36	\$ 17,36	\$ -	\$ 17,36	\$ -	\$ -	\$ -	
\$ 3.386,05	\$ 57,88	\$ 28,94	\$ 28,94	\$ -	\$ 57,88	\$ -	\$ 28,94	\$ 28,94	\$ -	\$ -	\$ 28,94	

\$ 4.269,11	\$ 4.317,62	\$ 4.317,62	\$ 4.463,16	\$ 4.463,16	\$ 4.511,67	\$ 4.560,18	\$ 4.560,18	\$ 4.608,70	\$ 4.608,70	\$ 4.608,70	\$ 4.608,70	
\$ 11.505,67	\$ 11.702,35	\$ 11.800,69	\$ 11.899,03	\$ 11.899,03	\$ 12.095,71	\$ 12.095,71	\$ 12.194,05	\$ 12.292,39	\$ 12.292,39	\$ 12.292,39	\$ 12.390,73	
<b>\$ 20.688,90</b>	<b>\$ 16.095,22</b>	<b>\$ 16.147,25</b>	<b>\$ 16.443,22</b>	<b>\$ 16.362,19</b>	<b>\$ 16.682,62</b>	<b>\$ 16.673,26</b>	<b>\$ 16.783,17</b>	<b>\$ 16.947,39</b>	<b>\$ 16.901,08</b>	<b>\$ 16.901,08</b>	<b>\$ 17.028,36</b>	<b>\$ 203.653,75</b>
\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 44.156,12
<b>\$ 17.009,22</b>	<b>\$ 12.415,54</b>	<b>\$ 12.467,58</b>	<b>\$ 12.763,55</b>	<b>\$ 12.682,51</b>	<b>\$ 13.002,95</b>	<b>\$ 12.993,58</b>	<b>\$ 13.103,50</b>	<b>\$ 13.267,71</b>	<b>\$ 13.221,41</b>	<b>\$ 13.221,41</b>	<b>\$ 13.348,69</b>	<b>\$ 159.497,63</b>
\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 52.387,17
\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 16.585,96
\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 2.674,06
\$ 1.241,33	\$ 965,71	\$ 968,84	\$ 986,59	\$ 981,73	\$ 1.000,96	\$ 1.000,40	\$ 1.006,99	\$ 1.016,84	\$ 1.014,06	\$ 1.014,06	\$ 1.021,70	\$ 12.219,22
<b>\$ 9.797,29</b>	<b>\$ 5.479,23</b>	<b>\$ 5.528,14</b>	<b>\$ 5.806,35</b>	<b>\$ 5.730,18</b>	<b>\$ 6.031,39</b>	<b>\$ 6.022,59</b>	<b>\$ 6.125,91</b>	<b>\$ 6.280,27</b>	<b>\$ 6.236,74</b>	<b>\$ 6.236,74</b>	<b>\$ 6.356,39</b>	<b>\$ 75.631,23</b>
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>\$ 9.797,29</b>	<b>\$ 5.479,23</b>	<b>\$ 5.528,14</b>	<b>\$ 5.806,35</b>	<b>\$ 5.730,18</b>	<b>\$ 6.031,39</b>	<b>\$ 6.022,59</b>	<b>\$ 6.125,91</b>	<b>\$ 6.280,27</b>	<b>\$ 6.236,74</b>	<b>\$ 6.236,74</b>	<b>\$ 6.356,39</b>	<b>\$ 75.631,23</b>
\$ 1.469,59	\$ 821,88	\$ 829,22	\$ 870,95	\$ 859,53	\$ 904,71	\$ 903,39	\$ 918,89	\$ 942,04	\$ 935,51	\$ 935,51	\$ 953,46	\$ 11.344,68
<b>\$ 8.327,70</b>	<b>\$ 4.657,35</b>	<b>\$ 4.698,92</b>	<b>\$ 4.935,40</b>	<b>\$ 4.870,66</b>	<b>\$ 5.126,68</b>	<b>\$ 5.119,20</b>	<b>\$ 5.207,02</b>	<b>\$ 5.338,23</b>	<b>\$ 5.301,23</b>	<b>\$ 5.301,23</b>	<b>\$ 5.402,93</b>	<b>\$ 64.286,54</b>
\$ 2.081,92	\$ 1.164,34	\$ 1.174,73	\$ 1.233,85	\$ 1.217,66	\$ 1.281,67	\$ 1.279,80	\$ 1.301,76	\$ 1.334,56	\$ 1.325,31	\$ 1.325,31	\$ 1.350,73	\$ 16.071,64
<b>\$ 6.245,77</b>	<b>\$ 3.493,01</b>	<b>\$ 3.524,19</b>	<b>\$ 3.701,55</b>	<b>\$ 3.652,99</b>	<b>\$ 3.845,01</b>	<b>\$ 3.839,40</b>	<b>\$ 3.905,27</b>	<b>\$ 4.003,67</b>	<b>\$ 3.975,92</b>	<b>\$ 3.975,92</b>	<b>\$ 4.052,20</b>	<b>\$ 48.214,91</b>

**2019**

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
95	96	97	99	99	100	101	101	102	102	103	103	1.198
126	128	128	130	130	131	132	132	133	134	134	136	1.574
95	1	1	2	0	1	1	0	1	0	1	0	
126	2	0	2	0	1	1	0	1	1	0	2	

	5%												
\$ 1.732,10	\$ 18,23	\$ 18,23	\$ 36,47	\$ -	\$ 18,23	\$ 18,23	\$ -	\$ 18,23	\$ -	\$ 18,23	\$ -		
\$ 3.828,84	\$ 60,78	\$ -	\$ 60,78	\$ -	\$ 30,39	\$ 30,39	\$ -	\$ 30,39	\$ 30,39	\$ -	\$ 60,78		
\$ 4.839,13	\$ 4.890,07	\$ 4.941,01	\$ 5.042,88	\$ 5.042,88	\$ 5.093,82	\$ 5.144,76	\$ 5.144,76	\$ 5.195,70	\$ 5.195,70	\$ 5.246,64	\$ 5.246,64		
\$ 13.010,26	\$ 13.216,77	\$ 13.216,77	\$ 13.423,29	\$ 13.423,29	\$ 13.526,54	\$ 13.629,80	\$ 13.629,80	\$ 13.733,06	\$ 13.836,31	\$ 13.836,31	\$ 14.042,82		
<b>\$ 23.410,33</b>	<b>\$ 18.185,85</b>	<b>\$ 18.176,01</b>	<b>\$ 18.563,41</b>	<b>\$ 18.466,17</b>	<b>\$ 18.668,98</b>	<b>\$ 18.823,18</b>	<b>\$ 18.774,56</b>	<b>\$ 18.977,37</b>	<b>\$ 19.062,40</b>	<b>\$ 19.101,18</b>	<b>\$ 19.350,23</b>	<b>\$ 229.559,68</b>	
\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	<b>\$ 45.701,78</b>
<b>\$ 19.601,85</b>	<b>\$ 14.377,37</b>	<b>\$ 14.367,53</b>	<b>\$ 14.754,93</b>	<b>\$ 14.657,69</b>	<b>\$ 14.860,50</b>	<b>\$ 15.014,70</b>	<b>\$ 14.966,08</b>	<b>\$ 15.168,89</b>	<b>\$ 15.253,91</b>	<b>\$ 15.292,70</b>	<b>\$ 15.541,75</b>	<b>\$ 183.857,90</b>	
\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	<b>\$ 54.238,03</b>
\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	<b>\$ 17.169,70</b>
\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	<b>\$ 2.772,19</b>
\$ 1.404,62	\$ 1.091,15	\$ 1.090,56	\$ 1.113,80	\$ 1.107,97	\$ 1.120,14	\$ 1.129,39	\$ 1.126,47	\$ 1.138,64	\$ 1.143,74	\$ 1.146,07	\$ 1.161,01	\$ 1.161,01	<b>\$ 13.773,58</b>
<b>\$ 12.015,57</b>	<b>\$ 7.104,56</b>	<b>\$ 7.095,31</b>	<b>\$ 7.459,46</b>	<b>\$ 7.368,06</b>	<b>\$ 7.558,70</b>	<b>\$ 7.703,65</b>	<b>\$ 7.657,94</b>	<b>\$ 7.848,59</b>	<b>\$ 7.928,51</b>	<b>\$ 7.964,97</b>	<b>\$ 8.199,08</b>	<b>\$ 95.904,40</b>	
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	<b>\$ -</b>
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	<b>\$ -</b>
<b>\$ 12.015,57</b>	<b>\$ 7.104,56</b>	<b>\$ 7.095,31</b>	<b>\$ 7.459,46</b>	<b>\$ 7.368,06</b>	<b>\$ 7.558,70</b>	<b>\$ 7.703,65</b>	<b>\$ 7.657,94</b>	<b>\$ 7.848,59</b>	<b>\$ 7.928,51</b>	<b>\$ 7.964,97</b>	<b>\$ 8.199,08</b>	<b>\$ 95.904,40</b>	
\$ 1.802,34	\$ 1.065,68	\$ 1.064,30	\$ 1.118,92	\$ 1.105,21	\$ 1.133,81	\$ 1.155,55	\$ 1.148,69	\$ 1.177,29	\$ 1.189,28	\$ 1.194,75	\$ 1.229,86	\$ 1.229,86	<b>\$ 14.385,66</b>
<b>\$ 10.213,24</b>	<b>\$ 6.038,87</b>	<b>\$ 6.031,01</b>	<b>\$ 6.340,54</b>	<b>\$ 6.262,85</b>	<b>\$ 6.424,90</b>	<b>\$ 6.548,10</b>	<b>\$ 6.509,25</b>	<b>\$ 6.671,30</b>	<b>\$ 6.739,23</b>	<b>\$ 6.770,22</b>	<b>\$ 6.969,22</b>	<b>\$ 81.518,74</b>	
\$ 2.553,31	\$ 1.509,72	\$ 1.507,75	\$ 1.585,14	\$ 1.565,71	\$ 1.606,22	\$ 1.637,02	\$ 1.627,31	\$ 1.667,83	\$ 1.684,81	\$ 1.692,56	\$ 1.742,30	\$ 1.742,30	<b>\$ 20.379,68</b>
<b>\$ 7.659,93</b>	<b>\$ 4.529,16</b>	<b>\$ 4.523,26</b>	<b>\$ 4.755,41</b>	<b>\$ 4.697,14</b>	<b>\$ 4.818,67</b>	<b>\$ 4.911,07</b>	<b>\$ 4.881,94</b>	<b>\$ 5.003,48</b>	<b>\$ 5.054,43</b>	<b>\$ 5.077,67</b>	<b>\$ 5.226,91</b>	<b>\$ 61.139,05</b>	



(-) GASTOS OPERACIONALES	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 2.400,00
(-)GASTOS COMISIÓN COBRO	\$ 60,07	\$ 132,12	\$ 184,99	\$ 240,85	\$ 296,71	\$ 352,57	\$ 408,43	\$ 464,30	\$ 520,16	\$ 576,02	\$ 631,88	\$ 724,38	\$ 4.592,48	
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ (7.561,77)</b>	<b>\$ (6.432,90)</b>	<b>\$ (5.604,72)</b>	<b>\$ (4.729,55)</b>	<b>\$ (3.854,38)</b>	<b>\$ (2.979,21)</b>	<b>\$ (2.104,04)</b>	<b>\$ (1.228,86)</b>	<b>\$ (353,69)</b>	<b>\$ 521,48</b>	<b>\$ 1.396,65</b>	<b>\$ 2.845,71</b>	<b>\$ (30.085,28)</b>	
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$ (359,83)	\$ (355,40)	\$ (350,93)	\$ (346,42)	\$ (341,86)	\$ (337,26)	\$ (332,61)	\$ (327,92)	\$ (323,17)	\$ (318,39)	\$ (313,55)	\$ (308,67)	\$ (4.016,02)	
(+) OTROS INGRESOS	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$ (7.921,60)</b>	<b>\$ (6.788,30)</b>	<b>\$ (5.955,66)</b>	<b>\$ (5.075,97)</b>	<b>\$ (4.196,24)</b>	<b>\$ (3.316,47)</b>	<b>\$ (2.436,65)</b>	<b>\$ (1.556,78)</b>	<b>\$ (676,87)</b>	<b>\$ 203,09</b>	<b>\$ 1.083,10</b>	<b>\$ 2.537,04</b>	<b>\$ (34.101,30)</b>	
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	\$ (1.188,24)	\$ (1.018,24)	\$ (893,35)	\$ (761,40)	\$ (629,44)	\$ (497,47)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30,46	\$ 162,46	\$ 380,56	\$ (4.414,65)	
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ (6.733,36)</b>	<b>\$ (5.770,05)</b>	<b>\$ (5.062,31)</b>	<b>\$ (4.314,58)</b>	<b>\$ (3.566,81)</b>	<b>\$ (2.819,00)</b>	<b>\$ (2.436,65)</b>	<b>\$ (1.556,78)</b>	<b>\$ (676,87)</b>	<b>\$ 172,63</b>	<b>\$ 920,63</b>	<b>\$ 2.156,48</b>	<b>\$ (29.686,65)</b>	
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	\$ (1.683,34)	\$ (1.442,51)	\$ (1.265,58)	\$ (1.078,64)	\$ (891,70)	\$ (704,75)	\$ (609,16)	\$ -	\$ -	\$ 43,16	\$ 230,16	\$ 539,12	\$ (6.863,25)	
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ (5.050,02)</b>	<b>\$ (4.327,54)</b>	<b>\$ (3.796,73)</b>	<b>\$ (3.235,93)</b>	<b>\$ (2.675,10)</b>	<b>\$ (2.114,25)</b>	<b>\$ (1.827,48)</b>	<b>\$ (1.556,78)</b>	<b>\$ (676,87)</b>	<b>\$ 129,47</b>	<b>\$ 690,48</b>	<b>\$ 1.617,36</b>	<b>\$ (22.823,40)</b>	

**2016**

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
75	76	76	77	77	78	79	79	80	80	80	81	
100	102	102	103	103	105	106	106	107	107	108	108	
75	1	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	
100	2	0	1	0	2	1	0	1	0	1	0	
5%												
\$ 1.181,25	\$ 15,75	\$ -	\$ 15,75	\$ -	\$ 15,75	\$ 15,75	\$ -	\$ 15,75	\$ -	\$ -	\$ 15,75	
\$ 2.625,00	\$ 52,50	\$ -	\$ 26,25	\$ -	\$ 52,50	\$ 26,25	\$ -	\$ 26,25	\$ -	\$ 26,25	\$ -	
\$ 3.300,18	\$ 3.344,18	\$ 3.344,18	\$ 3.388,18	\$ 3.388,18	\$ 3.432,18	\$ 3.476,18	\$ 3.476,18	\$ 3.520,19	\$ 3.520,19	\$ 3.520,19	\$ 3.564,19	
\$ 8.919,65	\$ 9.098,04	\$ 9.098,04	\$ 9.187,24	\$ 9.187,24	\$ 9.365,63	\$ 9.454,82	\$ 9.454,82	\$ 9.544,02	\$ 9.544,02	\$ 9.633,22	\$ 9.633,22	
<b>\$ 16.026,07</b>	<b>\$ 12.510,47</b>	<b>\$ 12.442,22</b>	<b>\$ 12.617,42</b>	<b>\$ 12.575,42</b>	<b>\$ 12.866,06</b>	<b>\$ 12.973,01</b>	<b>\$ 12.931,01</b>	<b>\$ 13.106,21</b>	<b>\$ 13.064,21</b>	<b>\$ 13.179,66</b>	<b>\$ 13.213,16</b>	<b>\$ 157.504,90</b>
\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	\$ 3.435,58	<b>\$ 41.227,01</b>
<b>\$ 12.590,49</b>	<b>\$ 9.074,88</b>	<b>\$ 9.006,63</b>	<b>\$ 9.181,83</b>	<b>\$ 9.139,83</b>	<b>\$ 9.430,48</b>	<b>\$ 9.537,43</b>	<b>\$ 9.495,43</b>	<b>\$ 9.670,62</b>	<b>\$ 9.628,62</b>	<b>\$ 9.744,07</b>	<b>\$ 9.777,57</b>	<b>\$ 116.277,89</b>
\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	\$ 4.073,31	<b>\$ 48.879,69</b>
\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	<b>\$ 15.479,72</b>
\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	<b>\$ 2.488,08</b>
\$ 961,56	\$ 750,63	\$ 746,53	\$ 757,04	\$ 754,52	\$ 771,96	\$ 778,38	\$ 775,86	\$ 786,37	\$ 783,85	\$ 790,78	\$ 792,79	<b>\$ 9.450,29</b>
<b>\$ 6.058,30</b>	<b>\$ 2.753,63</b>	<b>\$ 2.689,48</b>	<b>\$ 2.854,16</b>	<b>\$ 2.814,68</b>	<b>\$ 3.087,89</b>	<b>\$ 3.188,42</b>	<b>\$ 3.148,94</b>	<b>\$ 3.313,63</b>	<b>\$ 3.274,15</b>	<b>\$ 3.382,67</b>	<b>\$ 3.414,16</b>	<b>\$ 39.980,10</b>



\$ 14.618,13	\$ 10.485,81	\$ 10.441,71	\$ 10.625,66	\$ 10.702,78	\$ 10.859,18	\$ 10.999,04	\$ 11.138,90	\$ 11.094,80	\$ 11.278,76	\$ 11.355,87	\$ 11.512,27	\$ 135.112,90
\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 50.601,83
\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 16.022,87
\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 2.579,39
\$ 1.090,41	\$ 842,47	\$ 839,83	\$ 850,87	\$ 855,49	\$ 864,88	\$ 873,27	\$ 881,66	\$ 879,01	\$ 890,05	\$ 894,68	\$ 904,06	\$ 10.666,68
\$ 7.760,71	\$ 3.876,32	\$ 3.834,87	\$ 4.007,79	\$ 4.080,28	\$ 4.227,30	\$ 4.358,76	\$ 4.490,23	\$ 4.448,78	\$ 4.621,70	\$ 4.694,19	\$ 4.841,20	\$ 55.242,13
\$ (240,64)	\$ (235,04)	\$ (229,39)	\$ (223,68)	\$ (217,91)	\$ (212,08)	\$ (206,20)	\$ (200,26)	\$ (194,26)	\$ (188,20)	\$ (182,08)	\$ (175,91)	\$ (2.505,65)
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 7.520,07	\$ 3.641,28	\$ 3.605,48	\$ 3.784,12	\$ 3.862,38	\$ 4.015,21	\$ 4.152,56	\$ 4.289,97	\$ 4.254,52	\$ 4.433,49	\$ 4.512,10	\$ 4.665,30	\$ 52.736,48
\$ 1.128,01	\$ 546,19	\$ 540,82	\$ 567,62	\$ 579,36	\$ 602,28	\$ 622,88	\$ 643,50	\$ 638,18	\$ 665,02	\$ 676,82	\$ 699,79	\$ 7.910,47
\$ 6.392,06	\$ 3.095,09	\$ 3.064,66	\$ 3.216,50	\$ 3.283,02	\$ 3.412,93	\$ 3.529,68	\$ 3.646,47	\$ 3.616,34	\$ 3.768,47	\$ 3.835,29	\$ 3.965,50	\$ 44.826,00
\$ 1.598,01	\$ 773,77	\$ 766,16	\$ 804,12	\$ 820,75	\$ 853,23	\$ 882,42	\$ 911,62	\$ 904,08	\$ 942,12	\$ 958,82	\$ 991,38	\$ 11.206,50
\$ 4.794,04	\$ 2.321,32	\$ 2.298,49	\$ 2.412,37	\$ 2.462,26	\$ 2.559,70	\$ 2.647,26	\$ 2.734,86	\$ 2.712,25	\$ 2.826,35	\$ 2.876,47	\$ 2.974,13	\$ 33.619,50

**2018**

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
88	89	89	92	92	93	94	94	95	95	95	95	
117	119	120	121	121	123	123	124	125	125	125	126	
88	1	0	3	0	1	1	0	1	0	0	0	
117	2	1	1	0	2	0	1	1	0	0	1	
5%												
\$ 1.528,07	\$ 17,36	\$ -	\$ 52,09	\$ -	\$ 17,36	\$ 17,36	\$ -	\$ 17,36	\$ -	\$ -	\$ -	
\$ 3.386,05	\$ 57,88	\$ 28,94	\$ 28,94	\$ -	\$ 57,88	\$ -	\$ 28,94	\$ 28,94	\$ -	\$ -	\$ 28,94	
\$ 4.269,11	\$ 4.317,62	\$ 4.317,62	\$ 4.463,16	\$ 4.463,16	\$ 4.511,67	\$ 4.560,18	\$ 4.560,18	\$ 4.608,70	\$ 4.608,70	\$ 4.608,70	\$ 4.608,70	
\$ 11.505,67	\$ 11.702,35	\$ 11.800,69	\$ 11.899,03	\$ 11.899,03	\$ 12.095,71	\$ 12.095,71	\$ 12.194,05	\$ 12.292,39	\$ 12.292,39	\$ 12.292,39	\$ 12.390,73	

\$ 20.688,90	\$ 16.095,22	\$ 16.147,25	\$ 16.443,22	\$ 16.362,19	\$ 16.682,62	\$ 16.673,26	\$ 16.783,17	\$ 16.947,39	\$ 16.901,08	\$ 16.901,08	\$ 17.028,36	\$ 203.653,75
\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 3.679,68	\$ 44.156,12
\$ 17.009,22	\$ 12.415,54	\$ 12.467,58	\$ 12.763,55	\$ 12.682,51	\$ 13.002,95	\$ 12.993,58	\$ 13.103,50	\$ 13.267,71	\$ 13.221,41	\$ 13.221,41	\$ 13.348,69	\$ 159.497,63
\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 4.365,60	\$ 52.387,17
\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 1.382,16	\$ 16.585,96
\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 222,84	\$ 2.674,06
\$ 1.241,33	\$ 965,71	\$ 968,84	\$ 986,59	\$ 981,73	\$ 1.000,96	\$ 1.000,40	\$ 1.006,99	\$ 1.016,84	\$ 1.014,06	\$ 1.014,06	\$ 1.021,70	\$ 12.219,22
\$ 9.797,29	\$ 5.479,23	\$ 5.528,14	\$ 5.806,35	\$ 5.730,18	\$ 6.031,39	\$ 6.022,59	\$ 6.125,91	\$ 6.280,27	\$ 6.236,74	\$ 6.236,74	\$ 6.356,39	\$ 75.631,23
\$ (169,67)	\$ (163,37)	\$ (157,00)	\$ (150,58)	\$ (144,09)	\$ (137,54)	\$ (130,92)	\$ (124,24)	\$ (117,49)	\$ (110,67)	\$ (103,79)	\$ (96,84)	\$ (1.606,18)
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 9.627,62	\$ 5.315,86	\$ 5.371,14	\$ 5.655,78	\$ 5.586,09	\$ 5.893,86	\$ 5.891,67	\$ 6.001,67	\$ 6.162,78	\$ 6.126,07	\$ 6.132,95	\$ 6.259,55	\$ 74.025,05
\$ 1.444,14	\$ 797,38	\$ 805,67	\$ 848,37	\$ 837,91	\$ 884,08	\$ 883,75	\$ 900,25	\$ 924,42	\$ 918,91	\$ 919,94	\$ 938,93	\$ 11.103,76
\$ 8.183,48	\$ 4.518,49	\$ 4.565,47	\$ 4.807,41	\$ 4.748,18	\$ 5.009,78	\$ 5.007,92	\$ 5.101,42	\$ 5.238,37	\$ 5.207,16	\$ 5.213,01	\$ 5.320,61	\$ 62.921,29
\$ 2.045,87	\$ 1.129,62	\$ 1.141,37	\$ 1.201,85	\$ 1.187,05	\$ 1.252,44	\$ 1.251,98	\$ 1.275,36	\$ 1.309,59	\$ 1.301,79	\$ 1.303,25	\$ 1.330,15	\$ 15.730,32
\$ 6.137,61	\$ 3.388,86	\$ 3.424,10	\$ 3.605,56	\$ 3.561,14	\$ 3.757,33	\$ 3.755,94	\$ 3.826,07	\$ 3.928,77	\$ 3.905,37	\$ 3.909,76	\$ 3.990,46	\$ 47.190,97

**2019**

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
95	96	97	99	99	100	101	101	102	102	103	103	
126	128	128	130	130	131	132	132	133	134	134	136	
95	1	1	2	0	1	1	0	1	0	1	0	
126	2	0	2	0	1	1	0	1	1	0	2	
5%												
\$ 1.732,10	\$ 18,23	\$ 18,23	\$ 36,47	\$ -	\$ 18,23	\$ 18,23	\$ -	\$ 18,23	\$ -	\$ 18,23	\$ -	

\$ 3.828,84	\$ 60,78	\$ -	\$ 60,78	\$ -	\$ 30,39	\$ 30,39	\$ -	\$ 30,39	\$ 30,39	\$ -	\$ 60,78	
\$ 4.839,13	\$ 4.890,07	\$ 4.941,01	\$ 5.042,88	\$ 5.042,88	\$ 5.093,82	\$ 5.144,76	\$ 5.144,76	\$ 5.195,70	\$ 5.195,70	\$ 5.246,64	\$ 5.246,64	
\$ 13.010,26	\$ 13.216,77	\$ 13.216,77	\$ 13.423,29	\$ 13.423,29	\$ 13.526,54	\$ 13.629,80	\$ 13.629,80	\$ 13.733,06	\$ 13.836,31	\$ 13.836,31	\$ 14.042,82	
<b>\$ 23.410,33</b>	<b>\$ 18.185,85</b>	<b>\$ 18.176,01</b>	<b>\$ 18.563,41</b>	<b>\$ 18.466,17</b>	<b>\$ 18.668,98</b>	<b>\$ 18.823,18</b>	<b>\$ 18.774,56</b>	<b>\$ 18.977,37</b>	<b>\$ 19.062,40</b>	<b>\$ 19.101,18</b>	<b>\$ 19.350,23</b>	<b>\$ 229.559,68</b>
\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 45.701,78
<b>\$ 19.601,85</b>	<b>\$ 14.377,37</b>	<b>\$ 14.367,53</b>	<b>\$ 14.754,93</b>	<b>\$ 14.657,69</b>	<b>\$ 14.860,50</b>	<b>\$ 15.014,70</b>	<b>\$ 14.966,08</b>	<b>\$ 15.168,89</b>	<b>\$ 15.253,91</b>	<b>\$ 15.292,70</b>	<b>\$ 15.541,75</b>	<b>\$ 183.857,90</b>
\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 54.238,03
\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 17.169,70
\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 2.772,19
\$ 1.404,62	\$ 1.091,15	\$ 1.090,56	\$ 1.113,80	\$ 1.107,97	\$ 1.120,14	\$ 1.129,39	\$ 1.126,47	\$ 1.138,64	\$ 1.143,74	\$ 1.146,07	\$ 1.161,01	\$ 13.773,58
<b>\$ 12.015,57</b>	<b>\$ 7.104,56</b>	<b>\$ 7.095,31</b>	<b>\$ 7.459,46</b>	<b>\$ 7.368,06</b>	<b>\$ 7.558,70</b>	<b>\$ 7.703,65</b>	<b>\$ 7.657,94</b>	<b>\$ 7.848,59</b>	<b>\$ 7.928,51</b>	<b>\$ 7.964,97</b>	<b>\$ 8.199,08</b>	<b>\$ 95.904,40</b>
\$ (89,82)	\$ (82,73)	\$ (75,58)	\$ (68,35)	\$ (61,05)	\$ (53,68)	\$ (46,23)	\$ (38,71)	\$ (31,12)	\$ (23,46)	\$ (15,71)	\$ (7,90)	\$ (594,33)
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>\$ 11.925,75</b>	<b>\$ 7.021,83</b>	<b>\$ 7.019,74</b>	<b>\$ 7.391,12</b>	<b>\$ 7.307,01</b>	<b>\$ 7.505,03</b>	<b>\$ 7.657,41</b>	<b>\$ 7.619,23</b>	<b>\$ 7.817,47</b>	<b>\$ 7.905,05</b>	<b>\$ 7.949,25</b>	<b>\$ 8.191,18</b>	<b>\$ 95.310,07</b>
\$ 1.788,86	\$ 1.053,27	\$ 1.052,96	\$ 1.108,67	\$ 1.096,05	\$ 1.125,75	\$ 1.148,61	\$ 1.142,88	\$ 1.172,62	\$ 1.185,76	\$ 1.192,39	\$ 1.228,68	\$ 14.296,51
<b>\$ 10.136,89</b>	<b>\$ 5.968,55</b>	<b>\$ 5.966,78</b>	<b>\$ 6.282,45</b>	<b>\$ 6.210,96</b>	<b>\$ 6.379,27</b>	<b>\$ 6.508,80</b>	<b>\$ 6.476,34</b>	<b>\$ 6.644,85</b>	<b>\$ 6.719,30</b>	<b>\$ 6.756,86</b>	<b>\$ 6.962,51</b>	<b>\$ 81.013,56</b>
\$ 2.534,22	\$ 1.492,14	\$ 1.491,69	\$ 1.570,61	\$ 1.552,74	\$ 1.594,82	\$ 1.627,20	\$ 1.619,09	\$ 1.661,21	\$ 1.679,82	\$ 1.689,22	\$ 1.740,63	\$ 20.253,39
<b>\$ 7.602,67</b>	<b>\$ 4.476,41</b>	<b>\$ 4.475,08</b>	<b>\$ 4.711,84</b>	<b>\$ 4.658,22</b>	<b>\$ 4.784,46</b>	<b>\$ 4.881,60</b>	<b>\$ 4.857,26</b>	<b>\$ 4.983,63</b>	<b>\$ 5.039,47</b>	<b>\$ 5.067,65</b>	<b>\$ 5.221,88</b>	<b>\$ 60.760,17</b>













\$ 3.129,93	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 30,39	\$ -	\$ -	
\$ 3.973,18	\$ 3.973,18	\$ 4.024,12	\$ 4.024,12	\$ 4.024,12	\$ 4.024,12	\$ 4.024,12	\$ 4.024,12	\$ 4.024,12	\$ 4.024,12	\$ 4.024,12	\$ 4.024,12	
\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.738,63	\$ 10.738,63	\$ 10.738,63	
\$ 19.160,62	\$ 14.608,55	\$ 14.677,72	\$ 14.659,49	\$ 14.659,49	\$ 14.659,49	\$ 14.659,49	\$ 14.659,49	\$ 14.659,49	\$ 14.793,14	\$ 14.762,75	\$ 14.762,75	\$ 180.722,49
\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 45.701,78
\$ 15.352,14	\$ 10.800,07	\$ 10.869,24	\$ 10.851,01	\$ 10.851,01	\$ 10.851,01	\$ 10.851,01	\$ 10.851,01	\$ 10.851,01	\$ 10.984,65	\$ 10.954,27	\$ 10.954,27	\$ 135.020,71
\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 54.238,03
\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 17.169,70
\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 2.772,19
\$ 1.149,64	\$ 876,51	\$ 880,66	\$ 879,57	\$ 879,57	\$ 879,57	\$ 879,57	\$ 879,57	\$ 879,57	\$ 887,59	\$ 885,76	\$ 885,76	\$ 10.843,35
\$ 8.020,85	\$ 3.741,90	\$ 3.806,92	\$ 3.789,78	\$ 3.789,78	\$ 3.789,78	\$ 3.789,78	\$ 3.789,78	\$ 3.789,78	\$ 3.915,41	\$ 3.886,84	\$ 3.886,84	\$ 49.997,44
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 8.020,85	\$ 3.741,90	\$ 3.806,92	\$ 3.789,78	\$ 3.789,78	\$ 3.789,78	\$ 3.789,78	\$ 3.789,78	\$ 3.789,78	\$ 3.915,41	\$ 3.886,84	\$ 3.886,84	\$ 49.997,44
\$ 1.203,13	\$ 561,28	\$ 571,04	\$ 568,47	\$ 568,47	\$ 568,47	\$ 568,47	\$ 568,47	\$ 568,47	\$ 587,31	\$ 583,03	\$ 583,03	\$ 7.499,62
\$ 6.817,72	\$ 3.180,61	\$ 3.235,88	\$ 3.221,31	\$ 3.221,31	\$ 3.221,31	\$ 3.221,31	\$ 3.221,31	\$ 3.221,31	\$ 3.328,09	\$ 3.303,82	\$ 3.303,82	\$ 42.497,82
\$ 1.704,43	\$ 795,15	\$ 808,97	\$ 805,33	\$ 805,33	\$ 805,33	\$ 805,33	\$ 805,33	\$ 805,33	\$ 832,02	\$ 825,95	\$ 825,95	\$ 10.624,46
\$ 5.113,29	\$ 2.385,46	\$ 2.426,91	\$ 2.415,99	\$ 2.415,99	\$ 2.415,99	\$ 2.415,99	\$ 2.415,99	\$ 2.415,99	\$ 2.496,07	\$ 2.477,86	\$ 2.477,86	\$ 31.873,37





\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 1.289,98	\$ 15.479,72
\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 207,34	\$ 2.488,08
\$ 961,56	\$ 733,19	\$ 733,19	\$ 743,70	\$ 741,18	\$ 741,18	\$ 741,18	\$ 741,18	\$ 741,18	\$ 741,18	\$ 741,18	\$ 741,18	\$ 741,18	\$ 9.101,09
\$ 6.058,30	\$ 2.480,42	\$ 2.480,42	\$ 2.645,11	\$ 2.605,63	\$ 2.605,63	\$ 2.605,63	\$ 2.605,63	\$ 2.605,63	\$ 2.605,63	\$ 2.605,63	\$ 2.605,63	\$ 2.605,63	\$ 34.509,30
\$ (303,74)	\$ (298,76)	\$ (293,73)	\$ (288,66)	\$ (283,53)	\$ (278,35)	\$ (273,12)	\$ (267,84)	\$ (262,51)	\$ (257,12)	\$ (251,68)	\$ (246,19)	\$ (246,19)	\$ (3.305,23)
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 5.754,56	\$ 2.181,66	\$ 2.186,69	\$ 2.356,45	\$ 2.322,10	\$ 2.327,28	\$ 2.332,51	\$ 2.337,79	\$ 2.343,12	\$ 2.348,51	\$ 2.353,95	\$ 2.359,44	\$ 2.359,44	\$ 31.204,07
\$ 863,18	\$ 327,25	\$ 328,00	\$ 353,47	\$ 348,32	\$ 349,09	\$ 349,88	\$ 350,67	\$ 351,47	\$ 352,28	\$ 353,09	\$ 353,92	\$ 353,92	\$ 4.680,61
\$ 4.891,37	\$ 1.854,41	\$ 1.858,69	\$ 2.002,99	\$ 1.973,79	\$ 1.978,19	\$ 1.982,63	\$ 1.987,12	\$ 1.991,66	\$ 1.996,23	\$ 2.000,86	\$ 2.005,52	\$ 2.005,52	\$ 26.523,46

**2017**

ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL ANUAL
76	76	76	76	76	76	76	77	77	77	77	77	
101	101	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102	102
76	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
101	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
5%												
\$ 1.256,85	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 16,54	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 2.783,81	\$ -	\$ 27,56	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 3.511,39	\$ 3.511,39	\$ 3.511,39	\$ 3.511,39	\$ 3.511,39	\$ 3.511,39	\$ 3.511,39	\$ 3.557,59	\$ 3.557,59	\$ 3.557,59	\$ 3.557,59	\$ 3.557,59	\$ 3.557,59
\$ 9.459,28	\$ 9.459,28	\$ 9.552,94	\$ 9.552,94	\$ 9.552,94	\$ 9.552,94	\$ 9.552,94	\$ 9.552,94	\$ 9.552,94	\$ 9.552,94	\$ 9.552,94	\$ 9.552,94	\$ 9.552,94
\$ 17.011,33	\$ 12.970,67	\$ 13.091,89	\$ 13.064,33	\$ 13.064,33	\$ 13.064,33	\$ 13.064,33	\$ 13.127,07	\$ 13.110,53	\$ 13.110,53	\$ 13.110,53	\$ 13.110,53	\$ 160.900,40
\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 3.555,43	\$ 42.665,17
\$ 13.455,90	\$ 9.415,24	\$ 9.536,46	\$ 9.508,90	\$ 9.508,90	\$ 9.508,90	\$ 9.508,90	\$ 9.571,64	\$ 9.555,10	\$ 9.555,10	\$ 9.555,10	\$ 9.555,10	\$ 118.235,22
\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 4.216,82	\$ 50.601,83
\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 1.335,24	\$ 16.022,87
\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 214,95	\$ 2.579,39
\$ 1.020,68	\$ 778,24	\$ 785,51	\$ 783,86	\$ 783,86	\$ 783,86	\$ 783,86	\$ 787,62	\$ 786,63	\$ 786,63	\$ 786,63	\$ 786,63	\$ 9.654,02
\$ 6.668,22	\$ 2.869,99	\$ 2.983,94	\$ 2.958,03	\$ 2.958,03	\$ 2.958,03	\$ 2.958,03	\$	\$	\$	\$	\$	\$





\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.635,37	\$ 10.738,63	\$ 10.738,63	\$ 10.738,63	
<b>\$ 19.160,62</b>	<b>\$ 14.608,55</b>	<b>\$ 14.677,72</b>	<b>\$ 14.659,49</b>	<b>\$ 14.793,14</b>	<b>\$ 14.762,75</b>	<b>\$ 14.762,75</b>	<b>\$ 180.722,49</b>						
\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 3.808,48	\$ 45.701,78
<b>\$ 15.352,14</b>	<b>\$ 10.800,07</b>	<b>\$ 10.869,24</b>	<b>\$ 10.851,01</b>	<b>\$ 10.984,65</b>	<b>\$ 10.954,27</b>	<b>\$ 10.954,27</b>	<b>\$ 135.020,71</b>						
\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 4.519,84	\$ 54.238,03
\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 1.430,81	\$ 17.169,70
\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 231,02	\$ 2.772,19
\$ 1.149,64	\$ 876,51	\$ 880,66	\$ 879,57	\$ 879,57	\$ 879,57	\$ 879,57	\$ 879,57	\$ 879,57	\$ 879,57	\$ 887,59	\$ 885,76	\$ 885,76	\$ 10.843,35
<b>\$ 8.020,85</b>	<b>\$ 3.741,90</b>	<b>\$ 3.806,92</b>	<b>\$ 3.789,78</b>	<b>\$ 3.915,41</b>	<b>\$ 3.886,84</b>	<b>\$ 3.886,84</b>	<b>\$ 49.997,44</b>						
\$ (89,82)	\$ (82,73)	\$ (75,58)	\$ (68,35)	\$ (61,05)	\$ (53,68)	\$ (46,23)	\$ (38,71)	\$ (31,12)	\$ (23,46)	\$ (15,71)	\$ (7,90)	\$ (7,90)	\$ (594,33)
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>\$ 7.931,02</b>	<b>\$ 3.659,17</b>	<b>\$ 3.731,34</b>	<b>\$ 3.721,43</b>	<b>\$ 3.728,73</b>	<b>\$ 3.736,10</b>	<b>\$ 3.743,55</b>	<b>\$ 3.751,07</b>	<b>\$ 3.758,66</b>	<b>\$ 3.758,66</b>	<b>\$ 3.891,95</b>	<b>\$ 3.871,13</b>	<b>\$ 3.878,95</b>	<b>\$ 49.403,10</b>
\$ 1.189,65	\$ 548,87	\$ 559,70	\$ 558,22	\$ 559,31	\$ 560,42	\$ 561,53	\$ 562,66	\$ 563,80	\$ 563,80	\$ 583,79	\$ 580,67	\$ 581,84	\$ 7.410,47
<b>\$ 6.741,37</b>	<b>\$ 3.110,29</b>	<b>\$ 3.171,64</b>	<b>\$ 3.163,22</b>	<b>\$ 3.169,42</b>	<b>\$ 3.175,69</b>	<b>\$ 3.182,02</b>	<b>\$ 3.188,41</b>	<b>\$ 3.194,86</b>	<b>\$ 3.194,86</b>	<b>\$ 3.308,16</b>	<b>\$ 3.290,46</b>	<b>\$ 3.297,10</b>	<b>\$ 41.992,64</b>
\$ 1.685,34	\$ 777,57	\$ 792,91	\$ 790,80	\$ 792,36	\$ 793,92	\$ 795,50	\$ 797,10	\$ 798,71	\$ 798,71	\$ 827,04	\$ 822,61	\$ 824,28	\$ 10.498,16
<b>\$ 5.056,03</b>	<b>\$ 2.332,72</b>	<b>\$ 2.378,73</b>	<b>\$ 2.372,41</b>	<b>\$ 2.377,07</b>	<b>\$ 2.381,77</b>	<b>\$ 2.386,51</b>	<b>\$ 2.391,30</b>	<b>\$ 2.396,14</b>	<b>\$ 2.396,14</b>	<b>\$ 2.481,12</b>	<b>\$ 2.467,84</b>	<b>\$ 2.472,83</b>	<b>\$ 31.494,48</b>

## ANEXO 28: ESTADO DE RESULTADO ANUAL – ESPERADO NO APALANCADO

<b>ESTADO DE RESULTADOS ANUAL</b>					
<b>ESCENARIO ESPERADO NO APALANCADO</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$76.541,27</b>	<b>\$153.839,52</b>	<b>\$167.660,33</b>	<b>\$183.271,91</b>	<b>\$198.727,21</b>
(-) COSTO DE VENTA	\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$37.721,51</b>	<b>\$112.612,51</b>	<b>\$124.995,16</b>	<b>\$139.115,79</b>	<b>\$153.025,43</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS	\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
(-)GASTOS COMISIÓN COBRO	\$4.592,48	\$9.230,37	\$10.059,62	\$10.996,31	\$11.923,63
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$36.534,64</b>	<b>\$45.731,45</b>	<b>\$56.472,30</b>	<b>\$66.921,87</b>
<b>(-) GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
<b>(+) OTROS INGRESOS</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>	<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$36.534,64</b>	<b>\$45.731,45</b>	<b>\$56.472,30</b>	<b>\$66.921,87</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	-\$4.512,79	\$5.480,20	\$6.859,72	\$8.470,85	\$10.038,28
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-\$25.572,49</b>	<b>\$31.054,45</b>	<b>\$38.871,73</b>	<b>\$48.001,46</b>	<b>\$56.883,59</b>
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	-\$6.393,12	\$7.763,61	\$9.717,93	\$12.000,36	\$14.220,90
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>-\$19.179,37</b>	<b>\$23.290,84</b>	<b>\$29.153,80</b>	<b>\$36.001,09</b>	<b>\$42.662,69</b>

## ANEXO 29: ESTADO DE RESULTADO ANUAL – ESPERADO APALANCADO

<b>ESTADO DE RESULTADOS ANUAL</b>					
<b>ESCENARIO ESPERADO APALANCADO</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$76.541,27</b>	<b>\$153.839,52</b>	<b>\$167.660,33</b>	<b>\$183.271,91</b>	<b>\$198.727,21</b>
(-) COSTO DE VENTA	\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$37.721,51</b>	<b>\$112.612,51</b>	<b>\$124.995,16</b>	<b>\$139.115,79</b>	<b>\$153.025,43</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS	\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
(-)GASTOS COMISIÓN COBRO	\$4.592,48	\$9.230,37	\$10.059,62	\$10.996,31	\$11.923,63
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$36.534,64</b>	<b>\$45.731,45</b>	<b>\$56.472,30</b>	<b>\$66.921,87</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS	-\$4.016,02	-\$3.305,23	-\$2.505,65	-\$1.606,18	-\$594,33
(+) OTROS INGRESOS	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>	<b>-\$34.101,30</b>	<b>\$33.229,41</b>	<b>\$43.225,79</b>	<b>\$54.866,12</b>	<b>\$66.327,54</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	-\$4.414,65	\$4.984,41	\$6.483,87	\$8.229,92	\$9.949,13
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-\$29.686,65</b>	<b>\$28.245,00</b>	<b>\$36.741,93</b>	<b>\$46.636,20</b>	<b>\$56.378,41</b>
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	-\$6.863,25	\$7.061,25	\$9.185,48	\$11.659,05	\$14.094,60
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>-\$22.823,40</b>	<b>\$21.183,75</b>	<b>\$27.556,44</b>	<b>\$34.977,15</b>	<b>\$42.283,81</b>

### ANEXO 30: ESTADO DE RESULTADO ANUAL – OPTIMISTA NO APALANCADO

<b>ESTADO DE RESULTADOS ANUAL</b>					
<b>ESCENARIO OPTIMISTA - NO APALANCADO</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$76.541,27</b>	<b>\$157.504,90</b>	<b>\$177.778,08</b>	<b>\$203.653,75</b>	<b>\$229.559,68</b>
(-) COSTO DE VENTA	\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$37.721,51</b>	<b>\$116.277,89</b>	<b>\$135.112,90</b>	<b>\$159.497,63</b>	<b>\$183.857,90</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS	\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
(-)GASTOS COMISIÓN COBRO	\$4.592,48	\$9.450,29	\$10.666,68	\$12.219,22	\$13.773,58
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$39.980,10</b>	<b>\$55.242,13</b>	<b>\$75.631,23</b>	<b>\$95.904,40</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(+) OTROS INGRESOS</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>	<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$39.980,10</b>	<b>\$55.242,13</b>	<b>\$75.631,23</b>	<b>\$95.904,40</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	-\$4.512,79	\$5.997,02	\$8.286,32	\$11.344,68	\$14.385,66
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-\$25.572,49</b>	<b>\$33.983,09</b>	<b>\$46.955,81</b>	<b>\$64.286,54</b>	<b>\$81.518,74</b>
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	-\$6.393,12	\$8.495,77	\$11.738,95	\$16.071,64	\$20.379,68
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>-\$19.179,37</b>	<b>\$25.487,31</b>	<b>\$35.216,86</b>	<b>\$48.214,91</b>	<b>\$61.139,05</b>

## ANEXO 31: ESTADO DE RESULTADO ANUAL – OPTIMISTA APALANCADO

<b>ESTADO DE RESULTADOS ANUAL</b>					
<b>ESCENARIO OPTIMISTA - APALANCADO</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$76.541,27</b>	<b>\$157.504,90</b>	<b>\$177.778,08</b>	<b>\$203.653,75</b>	<b>\$229.559,68</b>
(-) COSTO DE VENTA	\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$37.721,51</b>	<b>\$116.277,89</b>	<b>\$135.112,90</b>	<b>\$159.497,63</b>	<b>\$183.857,90</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS	\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
(-)GASTOS COMISIÓN COBRO	\$4.592,48	\$9.450,29	\$10.666,68	\$12.219,22	\$13.773,58
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$39.980,10</b>	<b>\$55.242,13</b>	<b>\$75.631,23</b>	<b>\$95.904,40</b>
<b>(-) GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>-\$4.016,02</b>	<b>-\$3.305,23</b>	<b>-\$2.505,65</b>	<b>-\$1.606,18</b>	<b>-\$594,33</b>
(+) OTROS INGRESOS	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>	<b>-\$34.101,30</b>	<b>\$36.674,87</b>	<b>\$52.736,48</b>	<b>\$74.025,05</b>	<b>\$95.310,07</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	-\$4.414,65	\$5.501,23	\$7.910,47	\$11.103,76	\$14.296,51
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-\$29.686,65</b>	<b>\$31.173,64</b>	<b>\$44.826,00</b>	<b>\$62.921,29</b>	<b>\$81.013,56</b>
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	-\$6.863,25	\$7.793,41	\$11.206,50	\$15.730,32	\$20.253,39
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>-\$22.823,40</b>	<b>\$23.380,23</b>	<b>\$33.619,50</b>	<b>\$47.190,97</b>	<b>\$60.760,17</b>

## ANEXO 32: ESTADO DE RESULTADO ANUAL – PESIMISTA NO APALANCADO

<b>ESTADO DE RESULTADOS ANUAL</b>					
<b>ESCENARIO PESIMISTA NO APALANCADO</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$76.541,27</b>	<b>\$151.684,90</b>	<b>\$160.900,40</b>	<b>\$170.165,22</b>	<b>\$180.722,49</b>
(-) COSTO DE VENTA	\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$37.721,51</b>	<b>\$110.457,89</b>	<b>\$118.235,22</b>	<b>\$126.009,10</b>	<b>\$135.020,71</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS	\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
(-)GASTOS COMISIÓN COBRO	\$4.592,48	\$9.101,09	\$9.654,02	\$10.209,91	\$10.843,35
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$34.509,30</b>	<b>\$39.377,11</b>	<b>\$44.152,01</b>	<b>\$49.997,44</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(+) OTROS INGRESOS</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>	<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$34.509,30</b>	<b>\$39.377,11</b>	<b>\$44.152,01</b>	<b>\$49.997,44</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	-\$4.512,79	\$5.176,40	\$5.906,57	\$6.622,80	\$7.499,62
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-\$25.572,49</b>	<b>\$29.332,91</b>	<b>\$33.470,54</b>	<b>\$37.529,21</b>	<b>\$42.497,82</b>
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	-\$6.393,12	\$7.333,23	\$8.367,64	\$9.382,30	\$10.624,46
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>-\$19.179,37</b>	<b>\$21.999,68</b>	<b>\$25.102,91</b>	<b>\$28.146,91</b>	<b>\$31.873,37</b>

### ANEXO 33: ESTADO DE RESULTADO ANUAL – PESIMISTA APALANCADO

<b>ESTADO DE RESULTADOS ANUAL</b>					
<b>ESCENARIO PESIMISTA - APALANCADO</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>	<b>\$76.541,27</b>	<b>\$151.684,90</b>	<b>\$160.900,40</b>	<b>\$170.165,22</b>	<b>\$180.722,49</b>
(-) COSTO DE VENTA	\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$37.721,51</b>	<b>\$110.457,89</b>	<b>\$118.235,22</b>	<b>\$126.009,10</b>	<b>\$135.020,71</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS	\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES	\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
(-)GASTOS COMISIÓN COBRO	\$4.592,48	\$9.101,09	\$9.654,02	\$10.209,91	\$10.843,35
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$34.509,30</b>	<b>\$39.377,11</b>	<b>\$44.152,01</b>	<b>\$49.997,44</b>
<b>(-) GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>-\$4.016,02</b>	<b>-\$3.305,23</b>	<b>-\$2.505,65</b>	<b>-\$1.606,18</b>	<b>-\$594,33</b>
(+) OTROS INGRESOS	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>	<b>-\$34.101,30</b>	<b>\$31.204,07</b>	<b>\$36.871,46</b>	<b>\$42.545,84</b>	<b>\$49.403,10</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES	-\$4.414,65	\$4.680,61	\$5.530,72	\$6.381,88	\$7.410,47
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-\$29.686,65</b>	<b>\$26.523,46</b>	<b>\$31.340,74</b>	<b>\$36.163,96</b>	<b>\$41.992,64</b>
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA	-\$6.863,25	\$6.630,86	\$7.835,18	\$9.040,99	\$10.498,16
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>	<b>-\$22.823,40</b>	<b>\$19.892,59</b>	<b>\$23.505,55</b>	<b>\$27.122,97</b>	<b>\$31.494,48</b>

## ANEXO 34: FLUJO DE EFECTIVO NO APALANCADO – ESPERADO, OPTIMISTA, PESIMISTA

FLUJO DE EFECTIVO ANUAL						
NO APALANCADO ESCENARIO ESPERADO						
DETALLE	PREOPERACIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>\$76.541,27</b>	<b>\$153.839,52</b>	<b>\$167.660,33</b>	<b>\$183.271,91</b>	<b>\$198.727,21</b>
(-) COSTO DE VENTA		\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$37.721,51</b>	<b>\$112.612,51</b>	<b>\$124.995,16</b>	<b>\$139.115,79</b>	<b>\$153.025,43</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS		\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$36.534,64</b>	<b>\$45.731,45</b>	<b>\$56.472,30</b>	<b>\$66.921,87</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(+) OTROS INGRESOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$36.534,64</b>	<b>\$45.731,45</b>	<b>\$56.472,30</b>	<b>\$66.921,87</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES		-\$4.512,79	\$5.480,20	\$6.859,72	\$8.470,85	\$10.038,28
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>-\$25.572,49</b>	<b>\$31.054,45</b>	<b>\$38.871,73</b>	<b>\$48.001,46</b>	<b>\$56.883,59</b>
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		-\$6.393,12	\$7.763,61	\$9.717,93	\$12.000,36	\$14.220,90
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>-\$19.179,37</b>	<b>\$23.290,84</b>	<b>\$29.153,80</b>	<b>\$36.001,09</b>	<b>\$42.662,69</b>
<b>ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>	<b>-\$33.104,73</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>-\$10.862,67</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
(-)ADQUISICIÓN P.P.E. - INTANGIBLES	-\$33.104,73	\$0,00	\$0,00	-\$10.862,67	\$0,00	\$0,00
<b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$51.752,08</b>	<b>-\$1.861,41</b>	<b>\$7.324,29</b>	<b>\$17.656,33</b>	<b>\$6.329,90</b>	<b>\$6.456,42</b>
(+) DEUDA LARGO PLAZO						
(+)INVERSIÓN	\$51.752,08			\$10.862,67		
(+) AMORTIZACIÓN		\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20
(+) VARIACIÓN CUENTAS X COBRAR		-\$5.265,69	-\$1.088,62	-\$527,50	-\$662,71	-\$675,34
(+) VARIACIÓN SUELDOS Y SALARIOS		\$0,00	\$5.015,64	\$2.732,36	\$2.832,64	\$2.936,60
(+) VARIACIÓN IMPUESTOS		\$41,14	\$34,14	\$286,17	\$291,49	\$326,69
(+)DEPRECIACIÓN		\$2.977,94	\$2.977,94	\$3.917,43	\$3.483,27	\$3.483,27
(+)VALOR DE DESECHO						
<b>INCREMENTO NETO EN EFECTIVO</b>	<b>\$18.647,35</b>	<b>\$28.223,87</b>	<b>-\$29.210,35</b>	<b>-\$38.937,79</b>	<b>-\$50.142,40</b>	<b>-\$60.465,45</b>
EFECTIVO PRINCIPIOS DE PERIODO	0	\$18.647,35	-\$9.576,52	\$19.633,83	\$19.633,83	\$108.714,02
<b>TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERÍODO</b>	<b>\$18.647,35</b>	<b>-\$9.576,52</b>	<b>\$19.633,83</b>	<b>\$58.571,62</b>	<b>\$69.776,23</b>	<b>\$169.179,47</b>

FLUJO DE EFECTIVO ANUAL						
NO APALANCADO ESCENARIO OPTIMISTA						
DETALLE	PREOPERACIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>\$76.541,27</b>	<b>\$157.504,90</b>	<b>\$177.778,08</b>	<b>\$203.653,75</b>	<b>\$229.559,68</b>
(-) COSTO DE VENTA		\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$37.721,51</b>	<b>\$116.277,89</b>	<b>\$135.112,90</b>	<b>\$159.497,63</b>	<b>\$183.857,90</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS		\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$39.980,10</b>	<b>\$55.242,13</b>	<b>\$75.631,23</b>	<b>\$95.904,40</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(+) OTROS INGRESOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$39.980,10</b>	<b>\$55.242,13</b>	<b>\$75.631,23</b>	<b>\$95.904,40</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES		-\$4.512,79	\$5.997,02	\$8.286,32	\$11.344,68	\$14.385,66
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>-\$25.572,49</b>	<b>\$33.983,09</b>	<b>\$46.955,81</b>	<b>\$64.286,54</b>	<b>\$81.518,74</b>
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		-\$6.393,12	\$8.495,77	\$11.738,95	\$16.071,64	\$20.379,68
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>-\$19.179,37</b>	<b>\$25.487,31</b>	<b>\$35.216,86</b>	<b>\$48.214,91</b>	<b>\$61.139,05</b>
<b>ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>	<b>-\$33.104,73</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>-\$10.862,67</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
(-)ADQUISICIÓN P.P.E. - INTANGIBLES	-\$33.104,73	\$0,00	\$0,00	-\$10.862,67	\$0,00	\$0,00
<b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$51.752,08</b>	<b>-\$1.861,41</b>	<b>\$7.260,70</b>	<b>\$17.549,15</b>	<b>\$6.255,48</b>	<b>\$6.373,00</b>
(+) DEUDA LARGO PLAZO						
(+)INVERSIÓN	\$51.752,08			\$10.862,67		
(+) AMORTIZACIÓN		\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20
(+) VARIACIÓN CUENTAS X COBRAR		-\$5.265,69	-\$1.324,14	-\$865,83	-\$994,89	-\$1.100,05
(+) VARIACIÓN SUELDOS Y SALARIOS		\$0,00	\$5.015,64	\$2.732,36	\$2.832,64	\$2.936,60
(+) VARIACIÓN IMPUESTOS		\$41,14	\$206,06	\$517,30	\$549,25	\$667,98
(+)DEPRECIACIÓN		\$2.977,94	\$2.977,94	\$3.917,43	\$3.483,27	\$3.483,27
(+)VALOR DE DESECHO						
<b>INCREMENTO NETO EN EFECTIVO</b>	<b>\$18.647,35</b>	<b>\$28.223,87</b>	<b>-\$32.719,40</b>	<b>-\$48.555,65</b>	<b>-\$69.375,75</b>	<b>-\$89.531,40</b>
EFECTIVO PRINCIPIOS DE PERIODO	0	\$18.647,35	-\$9.576,52	\$23.142,89	\$23.142,89	\$141.074,29
<b>TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERÍODO</b>	<b>\$18.647,35</b>	<b>-\$9.576,52</b>	<b>\$23.142,89</b>	<b>\$71.698,54</b>	<b>\$92.518,63</b>	<b>\$230.605,68</b>

FLUJO DE EFECTIVO ANUAL						
NO APALANCADO ESCENARIO PESIMISTA						
DETALLE	PREOPERACIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>\$76.541,27</b>	<b>\$151.684,90</b>	<b>\$160.900,40</b>	<b>\$170.165,22</b>	<b>\$180.722,49</b>
(-) COSTO DE VENTA		\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$37.721,51</b>	<b>\$110.457,89</b>	<b>\$118.235,22</b>	<b>\$126.009,10</b>	<b>\$135.020,71</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS		\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$34.509,30</b>	<b>\$39.377,11</b>	<b>\$44.152,01</b>	<b>\$49.997,44</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(+) OTROS INGRESOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$34.509,30</b>	<b>\$39.377,11</b>	<b>\$44.152,01</b>	<b>\$49.997,44</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES		-\$4.512,79	\$5.176,40	\$5.906,57	\$6.622,80	\$7.499,62
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>-\$25.572,49</b>	<b>\$29.332,91</b>	<b>\$33.470,54</b>	<b>\$37.529,21</b>	<b>\$42.497,82</b>
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		-\$6.393,12	\$7.333,23	\$8.367,64	\$9.382,30	\$10.624,46
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>-\$19.179,37</b>	<b>\$21.999,68</b>	<b>\$25.102,91</b>	<b>\$28.146,91</b>	<b>\$31.873,37</b>
<b>ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>	<b>-\$33.104,73</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>-\$10.862,67</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
(-)ADQUISICIÓN P.P.E. - INTANGIBLES	-\$33.104,73	\$0,00	\$0,00	-\$10.862,67	\$0,00	\$0,00
<b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$51.752,08</b>	<b>-\$1.861,41</b>	<b>\$7.380,92</b>	<b>\$17.662,40</b>	<b>\$6.454,50</b>	<b>\$6.546,53</b>
(+) DEUDA LARGO PLAZO						
(+)INVERSIÓN	\$51.752,08			\$10.862,67		
(+) AMORTIZACIÓN		\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20
(+) VARIACIÓN CUENTAS X COBRAR		-\$5.265,69	-\$910,82	-\$378,75	-\$401,19	-\$424,92
(+) VARIACIÓN SUELDOS Y SALARIOS		\$0,00	\$5.015,64	\$2.732,36	\$2.832,64	\$2.936,60
(+) VARIACIÓN IMPUESTOS		\$41,14	-\$87,03	\$143,49	\$154,57	\$166,38
(+)DEPRECIACIÓN		\$2.977,94	\$2.977,94	\$3.917,43	\$3.483,27	\$3.483,27
(+)VALOR DE DESECHO						
<b>INCREMENTO NETO EN EFECTIVO</b>	<b>\$18.647,35</b>	<b>\$28.223,87</b>	<b>-\$27.128,38</b>	<b>-\$32.577,38</b>	<b>-\$37.697,52</b>	<b>-\$43.450,90</b>
EFECTIVO PRINCIPIOS DE PERIODO	0	\$18.647,35	-\$9.576,52	\$17.551,86	\$17.551,86	\$87.826,76
<b>TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERÍODO</b>	<b>\$18.647,35</b>	<b>-\$9.576,52</b>	<b>\$17.551,86</b>	<b>\$50.129,24</b>	<b>\$55.249,38</b>	<b>\$131.277,66</b>

## ANEXO 35: FLUJO DE EFECTIVO APALANCADO – ESPERADO, OPTIMISTA, PESIMISTA

FLUJO DE EFECTIVO ANUAL						
APALANCADO ESCENARIO ESPERADO						
DETALLE	PREOPERACIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>\$76.541,27</b>	<b>\$153.839,52</b>	<b>\$167.660,33</b>	<b>\$183.271,91</b>	<b>\$198.727,21</b>
(-) COSTO DE VENTA		\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$37.721,51</b>	<b>\$112.612,51</b>	<b>\$124.995,16</b>	<b>\$139.115,79</b>	<b>\$153.025,43</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS		\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$36.534,64</b>	<b>\$45.731,45</b>	<b>\$56.472,30</b>	<b>\$66.921,87</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS		-\$4.016,02	-\$3.305,23	-\$2.505,65	-\$1.606,18	-\$594,33
(+) OTROS INGRESOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		<b>-\$34.101,30</b>	<b>\$33.229,41</b>	<b>\$43.225,79</b>	<b>\$54.866,12</b>	<b>\$66.327,54</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES		-\$4.414,65	\$4.984,41	\$6.483,87	\$8.229,92	\$9.949,13
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>-\$29.686,65</b>	<b>\$28.245,00</b>	<b>\$36.741,93</b>	<b>\$46.636,20</b>	<b>\$56.378,41</b>
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		-\$6.863,25	\$7.061,25	\$9.185,48	\$11.659,05	\$14.094,60
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>-\$22.823,40</b>	<b>\$21.183,75</b>	<b>\$27.556,44</b>	<b>\$34.977,15</b>	<b>\$42.283,81</b>
<b>ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>	<b>-\$30.603,03</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>-\$10.862,67</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
(-)ADQUISICIÓN P.P.E. - INTANGIBLES	-\$30.603,03	\$0,00	\$0,00	-\$10.862,67	\$0,00	\$0,00
<b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$52.025,62</b>	<b>\$3.828,63</b>	<b>\$13.747,19</b>	<b>\$14.018,97</b>	<b>\$14.457,86</b>	<b>\$15.599,81</b>
(+) DEUDA LARGO PLAZO	\$36.500,00	\$5.689,46	\$6.400,25	\$7.199,83	\$8.099,30	\$9.111,15
(+)INVERSIÓN	\$15.525,62	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(+) AMORTIZACIÓN		\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20
(+) VARIACIÓN CUENTAS X COBRAR		-\$5.265,69	-\$1.088,62	-\$527,50	-\$662,71	-\$675,34
(+) VARIACIÓN SUELDOS Y SALARIOS		\$0,00	\$5.015,64	\$2.732,36	\$2.832,64	\$2.936,60
(+) VARIACIÓN IMPUESTOS		\$41,71	\$56,79	\$311,64	\$320,15	\$358,93
(+)DEPRECIACIÓN		\$2.977,94	\$2.977,94	\$3.917,43	\$3.483,27	\$3.483,27
(+)VALOR DE DESECHO		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>INCREMENTO NETO EN EFECTIVO</b>	<b>\$21.422,59</b>	<b>\$37.929,93</b>	<b>-\$19.482,22</b>	<b>-\$40.069,50</b>	<b>-\$40.408,26</b>	<b>-\$50.727,72</b>
EFECTIVO PRINCIPIOS DE PERIODO	0	\$21.422,59	-\$16.507,33	\$2.974,88	\$43.044,38	\$83.452,64
<b>TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERÍODO</b>	<b>\$21.422,59</b>	<b>-\$16.507,33</b>	<b>\$2.974,88</b>	<b>\$43.044,38</b>	<b>\$83.452,64</b>	<b>\$134.180,36</b>

FLUJO DE EFECTIVO ANUAL						
APALANCADO ESCENARIO OPTIMISTA						
DETALLE	PREOPERACIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>\$76.541,27</b>	<b>\$157.504,90</b>	<b>\$177.778,08</b>	<b>\$203.653,75</b>	<b>\$229.559,68</b>
(-) COSTO DE VENTA		\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$37.721,51</b>	<b>\$116.277,89</b>	<b>\$135.112,90</b>	<b>\$159.497,63</b>	<b>\$183.857,90</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS		\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$39.980,10</b>	<b>\$55.242,13</b>	<b>\$75.631,23</b>	<b>\$95.904,40</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS		-\$4.016,02	-\$3.305,23	-\$2.505,65	-\$1.606,18	-\$594,33
(+) OTROS INGRESOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		<b>-\$34.101,30</b>	<b>\$36.674,87</b>	<b>\$52.736,48</b>	<b>\$74.025,05</b>	<b>\$95.310,07</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES		-\$4.414,65	\$5.501,23	\$7.910,47	\$11.103,76	\$14.296,51
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>-\$29.686,65</b>	<b>\$31.173,64</b>	<b>\$44.826,00</b>	<b>\$62.921,29</b>	<b>\$81.013,56</b>
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		-\$6.863,25	\$7.793,41	\$11.206,50	\$15.730,32	\$20.253,39
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>-\$22.823,40</b>	<b>\$23.380,23</b>	<b>\$33.619,50</b>	<b>\$47.190,97</b>	<b>\$60.760,17</b>
<b>ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>	<b>-\$30.603,03</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>-\$10.862,67</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
(-)ADQUISICIÓN P.P.E. - INTANGIBLES	-\$30.603,03	\$0,00	\$0,00	-\$10.862,67	\$0,00	\$0,00
<b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$52.025,62</b>	<b>\$3.828,63</b>	<b>\$13.683,59</b>	<b>\$13.911,78</b>	<b>\$14.383,45</b>	<b>\$15.516,39</b>
(+) DEUDA LARGO PLAZO	\$36.500,00	\$5.689,46	\$6.400,25	\$7.199,83	\$8.099,30	\$9.111,15
(+)INVERSIÓN	\$15.525,62	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(+) AMORTIZACIÓN		\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20
(+) VARIACIÓN CUENTAS X COBRAR		-\$5.265,69	-\$1.324,14	-\$865,83	-\$994,89	-\$1.100,05
(+) VARIACIÓN SUELDOS Y SALARIOS		\$0,00	\$5.015,64	\$2.732,36	\$2.832,64	\$2.936,60
(+) VARIACIÓN IMPUESTOS		\$41,71	\$228,71	\$542,78	\$577,92	\$700,22
(+)DEPRECIACIÓN		\$2.977,94	\$2.977,94	\$3.917,43	\$3.483,27	\$3.483,27
(+)VALOR DE DESECHO		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>INCREMENTO NETO EN EFECTIVO</b>	<b>\$21.422,59</b>	<b>\$37.929,93</b>	<b>-\$22.991,27</b>	<b>-\$49.687,36</b>	<b>-\$59.641,60</b>	<b>-\$79.793,67</b>
EFECTIVO PRINCIPIOS DE PERIODO	0	\$21.422,59	-\$16.507,33	\$6.483,94	\$56.171,30	\$115.812,90
<b>TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERÍODO</b>	<b>\$21.422,59</b>	<b>-\$16.507,33</b>	<b>\$6.483,94</b>	<b>\$56.171,30</b>	<b>\$115.812,90</b>	<b>\$195.606,58</b>

FLUJO DE EFECTIVO ANUAL						
APALANCADO ESCENARIO PESIMISTA						
DETALLE	PREOPERACIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>\$76.541,27</b>	<b>\$151.684,90</b>	<b>\$160.900,40</b>	<b>\$170.165,22</b>	<b>\$180.722,49</b>
(-) COSTO DE VENTA		\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$37.721,51</b>	<b>\$110.457,89</b>	<b>\$118.235,22</b>	<b>\$126.009,10</b>	<b>\$135.020,71</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS		\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$34.509,30</b>	<b>\$39.377,11</b>	<b>\$44.152,01</b>	<b>\$49.997,44</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS		-\$4.016,02	-\$3.305,23	-\$2.505,65	-\$1.606,18	-\$594,33
(+) OTROS INGRESOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		<b>-\$34.101,30</b>	<b>\$31.204,07</b>	<b>\$36.871,46</b>	<b>\$42.545,84</b>	<b>\$49.403,10</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES		-\$4.414,65	\$4.680,61	\$5.530,72	\$6.381,88	\$7.410,47
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>-\$29.686,65</b>	<b>\$26.523,46</b>	<b>\$31.340,74</b>	<b>\$36.163,96</b>	<b>\$41.992,64</b>
(-) 22% IMPUESTO A LA RENTA		-\$6.863,25	\$6.630,86	\$7.835,18	\$9.040,99	\$10.498,16
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>-\$22.823,40</b>	<b>\$19.892,59</b>	<b>\$23.505,55</b>	<b>\$27.122,97</b>	<b>\$31.494,48</b>
<b>ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</b>	<b>-\$30.603,03</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>	<b>-\$10.862,67</b>	<b>\$0,00</b>	<b>\$0,00</b>
(-)ADQUISICIÓN P.P.E. - INTANGIBLES	-\$30.603,03	\$0,00	\$0,00	-\$10.862,67	\$0,00	\$0,00
<b>ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$52.025,62</b>	<b>\$3.828,63</b>	<b>\$13.803,82</b>	<b>\$14.025,04</b>	<b>\$14.582,46</b>	<b>\$15.689,93</b>
(+) DEUDA LARGO PLAZO	\$36.500,00	\$5.689,46	\$6.400,25	\$7.199,83	\$8.099,30	\$9.111,15
(+)INVERSIÓN	\$15.525,62	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(+) AMORTIZACIÓN		\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20
(+) VARIACIÓN CUENTAS X COBRAR		-\$5.265,69	-\$910,82	-\$378,75	-\$401,19	-\$424,92
(+) VARIACIÓN SUELDOS Y SALARIOS		\$0,00	\$5.015,64	\$2.732,36	\$2.832,64	\$2.936,60
(+) VARIACIÓN IMPUESTOS		\$41,71	-\$64,38	\$168,97	\$183,23	\$198,62
(+)DEPRECIACIÓN		\$2.977,94	\$2.977,94	\$3.917,43	\$3.483,27	\$3.483,27
(+)VALOR DE DESECHO		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>INCREMENTO NETO EN EFECTIVO</b>	<b>\$21.422,59</b>	<b>\$37.929,93</b>	<b>-\$17.400,25</b>	<b>-\$33.709,09</b>	<b>-\$27.963,37</b>	<b>-\$33.713,18</b>
EFFECTIVO PRINCIPIOS DE PERIODO	0	\$21.422,59	-\$16.507,33	\$892,91	\$34.602,00	\$62.565,37
<b>TOTAL EFECTIVO FINAL DE PERÍODO</b>	<b>\$21.422,59</b>	<b>-\$16.507,33</b>	<b>\$892,91</b>	<b>\$34.602,00</b>	<b>\$62.565,37</b>	<b>\$96.278,55</b>

## ANEXO 36: FLUJO DE CAJA NO APALANCADO – ESPERADO, OPTIMISTA, PESIMISTA

FLUJO DE CAJA						
NO APALANCADO ESCENARIO ESPERADO						
DETALLE	PREOPERACIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>\$76.541,27</b>	<b>\$153.839,52</b>	<b>\$167.660,33</b>	<b>\$183.271,91</b>	<b>\$198.727,21</b>
(-) COSTO DE VENTA		\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$37.721,51</b>	<b>\$112.612,51</b>	<b>\$124.995,16</b>	<b>\$139.115,79</b>	<b>\$153.025,43</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS		\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$36.534,64</b>	<b>\$45.731,45</b>	<b>\$56.472,30</b>	<b>\$66.921,87</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(+) OTROS INGRESOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$36.534,64</b>	<b>\$45.731,45</b>	<b>\$56.472,30</b>	<b>\$66.921,87</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES			\$5.480,20	\$6.859,72	\$8.470,85	\$10.038,28
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>-\$25.572,49</b>	<b>\$31.054,45</b>	<b>\$38.871,73</b>	<b>\$48.001,46</b>	<b>\$56.883,59</b>
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA			\$7.763,61	\$9.717,93	\$12.000,36	\$14.220,90
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>-\$19.179,37</b>	<b>\$23.290,84</b>	<b>\$29.153,80</b>	<b>\$36.001,09</b>	<b>\$42.662,69</b>
<b>GASTOS NO DESEMBOLSABLES</b>						
INVERSIÓN	\$ (51.752,08)			\$ (10.862,67)		
CAPITAL DE TRABAJO	\$ (32.650,77)					
DEPRECIACIÓN		\$2.977,94	\$2.977,94	\$3.917,43	\$3.483,27	\$3.483,27
AMORTIZACIÓN		\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20
VALOR DESECHO						\$30.344,38
RECUPERACIÓN CAPITAL DE TRABAJO						\$32.650,77
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>\$ (84.403,10)</b>	<b>\$ (15.816,23)</b>	<b>\$ 26.653,97</b>	<b>\$ 22.593,76</b>	<b>\$ 39.869,57</b>	<b>\$ 109.526,31</b>
		\$ (15.816,23)	\$ 10.837,74	\$ 33.431,51	\$ 73.301,07	\$ 182.827,39
PRESTAMO						
DEUDA						
<b>FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA</b>	<b>\$ (84.403,10)</b>	<b>\$ (15.816,23)</b>	<b>\$ 26.653,97</b>	<b>\$ 22.593,76</b>	<b>\$ 39.869,57</b>	<b>\$ 109.526,31</b>
		-\$15.816,23	\$10.837,74	\$33.431,51	\$73.301,07	\$182.827,39

CAPM	
Tasa libre de riesgo	2,69%
Rendimiento del Mercado	5,43%
Beta	0,97
Riesgo País	5,30%
Tasa de Impuestos	36,25%
<b>CAPM</b>	<b>10,65%</b>

Criterios de Inversión Proyecto		Criterios de Inversión Inversionista	
VAN	\$32.391,14	VAN	\$32.391,14
TIR	19,10%	TIR	19,10%
Periodo Rec.	4,10	Periodo Rec.	4,10

FLUJO DE CAJA						
NO APALANCADO ESCENARIO OPTIMISTA						
DETALLE	PREOPERACIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>\$76.541,27</b>	<b>\$157.504,90</b>	<b>\$177.778,08</b>	<b>\$203.653,75</b>	<b>\$229.559,68</b>
(-) COSTO DE VENTA		\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$37.721,51</b>	<b>\$116.277,89</b>	<b>\$135.112,90</b>	<b>\$159.497,63</b>	<b>\$183.857,90</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS		\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$39.980,10</b>	<b>\$55.242,13</b>	<b>\$75.631,23</b>	<b>\$95.904,40</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(+) OTROS INGRESOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$39.980,10</b>	<b>\$55.242,13</b>	<b>\$75.631,23</b>	<b>\$95.904,40</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES			\$5.997,02	\$8.286,32	\$11.344,68	\$14.385,66
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>-\$25.572,49</b>	<b>\$33.983,09</b>	<b>\$46.955,81</b>	<b>\$64.286,54</b>	<b>\$81.518,74</b>
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA			\$8.495,77	\$11.738,95	\$16.071,64	\$20.379,68

<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>-\$19.179,37</b>	<b>\$25.487,31</b>	<b>\$35.216,86</b>	<b>\$48.214,91</b>	<b>\$61.139,05</b>
<b>GASTOS NO DESEMBOLSABLES</b>						
INVERSIÓN	\$ (51.752,08)			\$ (10.862,67)		
CAPITAL DE TRABAJO	\$ (32.650,77)					
DEPRECIACIÓN		\$2.977,94	\$2.977,94	\$3.917,43	\$3.483,27	\$3.483,27
AMORTIZACIÓN		\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20
VALOR DESECHO						\$30.344,38
RECUPERACIÓN CAPITAL DE TRABAJO						\$32.650,77
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>\$ (84.403,10)</b>	<b>\$ (15.816,23)</b>	<b>\$ 28.850,45</b>	<b>\$ 28.656,82</b>	<b>\$ 52.083,38</b>	<b>\$ 128.002,68</b>
		\$ (15.816,23)	\$ 13.034,22	\$ 41.691,04	\$ 93.774,43	\$ 221.777,10
PRESTAMO						
DEUDA						
<b>FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA</b>	<b>\$ (84.403,10)</b>	<b>\$ (15.816,23)</b>	<b>\$ 28.850,45</b>	<b>\$ 28.656,82</b>	<b>\$ 52.083,38</b>	<b>\$ 128.002,68</b>
		-\$15.816,23	\$13.034,22	\$41.691,04	\$93.774,43	\$221.777,10

CAPM	
Tasa libre de riesgo	2,69%
Rendimiento del Mercado	5,43%
Beta	0,97
Riesgo País	5,30%
Tasa de Impuestos	36,25%
<b>CAPM</b>	<b>10,65%</b>

Criterios de Inversión Proyecto		Criterios de Inversión Inversionista	
<b>VAN</b>	\$57.949,94	<b>VAN</b>	\$57.949,94
<b>TIR</b>	24,78%	<b>TIR</b>	24,78%
<b>Periodo Rec.</b>	3,93	<b>Periodo Rec.</b>	3,93

FLUJO DE CAJA						
NO APALANCADO ESCENARIO PESIMISTA						
DETALLE	PREOPERACIÓN	2015	2016	2017	2018	2019
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>\$76.541,27</b>	<b>\$151.684,90</b>	<b>\$160.900,40</b>	<b>\$170.165,22</b>	<b>\$180.722,49</b>
(-) COSTO DE VENTA		\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$37.721,51</b>	<b>\$110.457,89</b>	<b>\$118.235,22</b>	<b>\$126.009,10</b>	<b>\$135.020,71</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS		\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$34.509,30</b>	<b>\$39.377,11</b>	<b>\$44.152,01</b>	<b>\$49.997,44</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
(+) OTROS INGRESOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$34.509,30</b>	<b>\$39.377,11</b>	<b>\$44.152,01</b>	<b>\$49.997,44</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES			\$5.176,40	\$5.906,57	\$6.622,80	\$7.499,62
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>-\$25.572,49</b>	<b>\$29.332,91</b>	<b>\$33.470,54</b>	<b>\$37.529,21</b>	<b>\$42.497,82</b>
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA			\$7.333,23	\$8.367,64	\$9.382,30	\$10.624,46
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>-\$19.179,37</b>	<b>\$21.999,68</b>	<b>\$25.102,91</b>	<b>\$28.146,91</b>	<b>\$31.873,37</b>
<b>GASTOS NO DESEMBOLSABLES</b>						
INVERSIÓN	\$ (51.752,08)			\$ (10.862,67)		
CAPITAL DE TRABAJO	\$ (32.650,77)					
DEPRECIACIÓN		\$2.977,94	\$2.977,94	\$3.917,43	\$3.483,27	\$3.483,27
AMORTIZACIÓN		\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20
VALOR DESECHO						\$30.344,38
RECUPERACIÓN CAPITAL DE TRABAJO						\$32.650,77
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>\$ (84.403,10)</b>	<b>\$ (15.816,23)</b>	<b>\$ 25.362,82</b>	<b>\$ 18.542,87</b>	<b>\$ 32.015,38</b>	<b>\$ 98.736,99</b>
		\$ (15.816,23)	\$ 9.546,59	\$ 28.089,46	\$ 60.104,84	\$ 158.841,83
PRESTAMO						
DEUDA						
<b>FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA</b>	<b>\$ (84.403,10)</b>	<b>\$ (15.816,23)</b>	<b>\$ 25.362,82</b>	<b>\$ 18.542,87</b>	<b>\$ 32.015,38</b>	<b>\$ 98.736,99</b>
		-\$15.816,23	\$9.546,59	\$28.089,46	\$60.104,84	\$158.841,83

CAPM	
Tasa libre de riesgo	2,69%
Rendimiento del Mercado	5,43%
Beta	0,97
Riesgo País	5,30%
Tasa de Impuestos	36,25%
<b>CAPM</b>	<b>10,65%</b>

Criterios de Inversión Proyecto		Criterios de Inversión Inversionista	
<b>VAN</b>	\$16.600,70	<b>VAN</b>	\$16.600,70
<b>TIR</b>	15,19%	<b>TIR</b>	15,19%
<b>Periodo Rec.</b>	4,25	<b>Periodo Rec.</b>	4,25

## ANEXO 37: FLUJO DE CAJA APALANCADO – ESPERADO, OPTIMISTA, PESIMISTA

FLUJO DE CAJA						
APALANCADO ESCENARIO ESPERADO						
DETALLE		2015	2016	2017	2018	2019
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>\$76.541,27</b>	<b>\$153.839,52</b>	<b>\$167.660,33</b>	<b>\$183.271,91</b>	<b>\$198.727,21</b>
(-) COSTO DE VENTA		\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$37.721,51</b>	<b>\$112.612,51</b>	<b>\$124.995,16</b>	<b>\$139.115,79</b>	<b>\$153.025,43</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS		\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
(-)GASTOS COMISIÓN COBRO		\$4.592,48	\$9.230,37	\$10.059,62	\$10.996,31	\$11.923,63
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$36.534,64</b>	<b>\$45.731,45</b>	<b>\$56.472,30</b>	<b>\$66.921,87</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS		-\$4.016,02	-\$3.305,23	-\$2.505,65	-\$1.606,18	-\$594,33
(+) OTROS INGRESOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		<b>-\$34.101,30</b>	<b>\$33.229,41</b>	<b>\$43.225,79</b>	<b>\$54.866,12</b>	<b>\$66.327,54</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES		-\$4.414,65	\$4.984,41	\$6.483,87	\$8.229,92	\$9.949,13
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>-\$29.686,65</b>	<b>\$28.245,00</b>	<b>\$36.741,93</b>	<b>\$46.636,20</b>	<b>\$56.378,41</b>
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		-\$6.863,25	\$7.061,25	\$9.185,48	\$11.659,05	\$14.094,60
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>-\$22.823,40</b>	<b>\$21.183,75</b>	<b>\$27.556,44</b>	<b>\$34.977,15</b>	<b>\$42.283,81</b>
GASTOS NO DESEMBOLSABLES						
INVERSIÓN	\$ (51.752,08)			\$ (10.862,67)		
CAPITAL DE TRABAJO	\$ (32.650,77)					
DEPRECIACIÓN		\$2.977,94	\$2.977,94	\$3.917,43	\$3.483,27	\$3.483,27
AMORTIZACIÓN		\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20
VALOR DESECHO						\$30.344,38
RECUPERACIÓN CAPITAL DE TRABAJO						\$32.650,77
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>\$ (84.403,15)</b>	<b>\$ (19.460,26)</b>	<b>\$ 24.546,89</b>	<b>\$ 20.996,41</b>	<b>\$ 38.845,63</b>	<b>\$ 109.147,43</b>
		\$ (19.460,26)	\$ 5.086,63	\$ 26.083,04	\$ 64.928,66	\$ 174.076,09

PRESTAMO	\$ 36.500,00					
DEUDA		\$ 5.689,46	\$ 6.400,25	\$ 7.199,83	\$ 8.099,30	\$ 9.111,15
<b>FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA</b>	<b>\$ (47.903,15)</b>	<b>\$ (25.149,72)</b>	<b>\$ 18.146,64</b>	<b>\$ 13.796,58</b>	<b>\$ 30.746,32</b>	<b>\$ 100.036,28</b>
		-\$25.149,72	-\$7.003,09	\$6.793,49	\$37.539,81	\$137.576,09

CAPM	
Tasa libre de riesgo	2,69%
Rendimiento del Mercado	5,43%
Beta	0,97
Riesgo País	5,30%
Tasa de Impuestos	36,25%
<b>CAPM</b>	<b>10,65%</b>

WACC	
<b>Año 1</b>	8,38%
<b>Año 2</b>	9,07%
<b>Año 3</b>	9,15%
<b>Año 4</b>	9,15%
<b>Año 5</b>	9,15%

Criterios de Inversión Proyecto		Criterios de Inversión Inversionista	
<b>VAN</b>	\$25.285,93	<b>VAN</b>	\$41.001,98
<b>TIR</b>	17,16%	<b>TIR</b>	23,01%
<b>Periodo Rec.</b>	4,18	<b>Periodo Rec.</b>	4,10

FLUJO DE CAJA						
APALANCADO ESCENARIO OPTIMISTA						
DETALLE		2015	2016	2017	2018	2019
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>\$76.541,27</b>	<b>\$157.504,90</b>	<b>\$177.778,08</b>	<b>\$203.653,75</b>	<b>\$229.559,68</b>
(-) COSTO DE VENTA		\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$37.721,51</b>	<b>\$116.277,89</b>	<b>\$135.112,90</b>	<b>\$159.497,63</b>	<b>\$183.857,90</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS		\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
(-)GASTOS COMISIÓN COBRO		\$4.592,48	\$9.450,29	\$10.666,68	\$12.219,22	\$13.773,58
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$39.980,10</b>	<b>\$55.242,13</b>	<b>\$75.631,23</b>	<b>\$95.904,40</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS		-\$4.016,02	-\$3.305,23	-\$2.505,65	-\$1.606,18	-\$594,33

(+) OTROS INGRESOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		<b>-\$34.101,30</b>	<b>\$36.674,87</b>	<b>\$52.736,48</b>	<b>\$74.025,05</b>	<b>\$95.310,07</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES		-\$4.414,65	\$5.501,23	\$7.910,47	\$11.103,76	\$14.296,51
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>-\$29.686,65</b>	<b>\$31.173,64</b>	<b>\$44.826,00</b>	<b>\$62.921,29</b>	<b>\$81.013,56</b>
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		-\$6.863,25	\$7.793,41	\$11.206,50	\$15.730,32	\$20.253,39
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>-\$22.823,40</b>	<b>\$23.380,23</b>	<b>\$33.619,50</b>	<b>\$47.190,97</b>	<b>\$60.760,17</b>
<b>GASTOS NO DESEMBOLSABLES</b>						
INVERSIÓN	\$ (51.752,08)			\$ (10.862,67)		
CAPITAL DE TRABAJO	\$ (32.650,77)					
DEPRECIACIÓN		\$2.977,94	\$2.977,94	\$3.917,43	\$3.483,27	\$3.483,27
AMORTIZACIÓN		\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20
VALOR DESECHO						\$30.344,38
RECUPERACIÓN CAPITAL DE TRABAJO						\$32.650,77
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>\$ (84.403,15)</b>	<b>\$ (19.460,26)</b>	<b>\$ 26.743,37</b>	<b>\$ 27.059,47</b>	<b>\$ 51.059,45</b>	<b>\$ 127.623,79</b>
		\$ (19.460,26)	\$ 7.283,11	\$ 34.342,57	\$ 85.402,02	\$ 213.025,81
PRESTAMO	\$ 36.500,00					
DEUDA		\$ 5.689,46	\$ 6.400,25	\$ 7.199,83	\$ 8.099,30	\$ 9.111,15
<b>FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA</b>	<b>\$ (47.903,15)</b>	<b>\$ (25.149,72)</b>	<b>\$ 20.343,12</b>	<b>\$ 19.859,64</b>	<b>\$ 42.960,14</b>	<b>\$ 118.512,64</b>
		-\$25.149,72	-\$4.806,61	\$15.053,03	\$58.013,17	\$176.525,81

CAPM	
Tasa libre de riesgo	2,69%
Rendimiento del Mercado	5,43%
Beta	0,97
Riesgo País	5,30%
Tasa de Impuestos	36,25%
<b>CAPM</b>	<b>10,65%</b>

WACC	
<b>Año 1</b>	8,38%
<b>Año 2</b>	9,08%
<b>Año 3</b>	9,17%
<b>Año 4</b>	8,69%
<b>Año 5</b>	9,20%

Criterios de Inversión Proyecto		Criterios de Inversión Inversionista	
<b>VAN</b>	\$50.844,73	<b>VAN</b>	\$68.363,97
<b>TIR</b>	22,88%	<b>TIR</b>	30,41%
<b>Periodo Rec.</b>	3,99	<b>Periodo Rec.</b>	3,91

FLUJO DE CAJA						
APALANCADO ESCENARIO PESIMISTA						
DETALLE		2015	2016	2017	2018	2019
<b>(+) INGRESOS POR VENTAS</b>		<b>\$76.541,27</b>	<b>\$151.684,90</b>	<b>\$160.900,40</b>	<b>\$170.165,22</b>	<b>\$180.722,49</b>
(-) COSTO DE VENTA		\$38.819,76	\$41.227,01	\$42.665,17	\$44.156,12	\$45.701,78
<b>(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>		<b>\$37.721,51</b>	<b>\$110.457,89</b>	<b>\$118.235,22</b>	<b>\$126.009,10</b>	<b>\$135.020,71</b>
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$46.198,52	\$48.879,69	\$50.601,83	\$52.387,17	\$54.238,03
(-) GASTOS DE VENTAS		\$14.615,80	\$15.479,72	\$16.022,87	\$16.585,96	\$17.169,70
(-) GASTOS OPERACIONALES		\$2.400,00	\$2.488,08	\$2.579,39	\$2.674,06	\$2.772,19
(-) GASTOS COMISIÓN COBRO		\$4.592,48	\$9.101,09	\$9.654,02	\$10.209,91	\$10.843,35
<b>(=) UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>-\$30.085,28</b>	<b>\$34.509,30</b>	<b>\$39.377,11</b>	<b>\$44.152,01</b>	<b>\$49.997,44</b>
(-) GASTOS FINANCIEROS		-\$4.016,02	-\$3.305,23	-\$2.505,65	-\$1.606,18	-\$594,33
(+) OTROS INGRESOS		\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		<b>-\$34.101,30</b>	<b>\$31.204,07</b>	<b>\$36.871,46</b>	<b>\$42.545,84</b>	<b>\$49.403,10</b>
(-) 15% PARTICIPACION TRABAJADORES		-\$4.414,65	\$4.680,61	\$5.530,72	\$6.381,88	\$7.410,47
<b>(=) UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>-\$29.686,65</b>	<b>\$26.523,46</b>	<b>\$31.340,74</b>	<b>\$36.163,96</b>	<b>\$41.992,64</b>
(-) 25% IMPUESTO A LA RENTA		-\$6.863,25	\$6.630,86	\$7.835,18	\$9.040,99	\$10.498,16
<b>(=) UTILIDAD NETA</b>		<b>-\$22.823,40</b>	<b>\$19.892,59</b>	<b>\$23.505,55</b>	<b>\$27.122,97</b>	<b>\$31.494,48</b>
<b>GASTOS NO DESEMBOLSABLES</b>						
INVERSIÓN	\$ (51.752,08)			\$ (10.862,67)		
CAPITAL DE TRABAJO	\$ (32.650,77)					
DEPRECIACIÓN		\$2.977,94	\$2.977,94	\$3.917,43	\$3.483,27	\$3.483,27
AMORTIZACIÓN		\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20	\$385,20
VALOR DESECHO						\$30.344,38
RECUPERACIÓN CAPITAL DE TRABAJO						\$32.650,77
<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>	<b>\$ (84.403,15)</b>	<b>\$ (19.460,26)</b>	<b>\$ 23.255,73</b>	<b>\$ 16.945,52</b>	<b>\$ 30.991,44</b>	<b>\$ 98.358,10</b>
		\$ (19.460,26)	\$ 3.795,47	\$ 20.740,99	\$ 51.732,43	\$ 150.090,53
PRESTAMO	\$ 36.500,00					
DEUDA		\$ 5.689,46	\$ 6.400,25	\$ 7.199,83	\$ 8.099,30	\$ 9.111,15
<b>FLUJO DE CAJA INVERSIONISTA</b>	<b>\$ (47.903,15)</b>	<b>\$ (25.149,72)</b>	<b>\$ 16.855,48</b>	<b>\$ 9.745,69</b>	<b>\$ 22.892,14</b>	<b>\$ 89.246,95</b>
		-\$25.149,72	-\$8.294,24	\$1.451,44	\$24.343,58	\$113.590,53

CAPM	
Tasa libre de riesgo	2,69%
Rendimiento del Mercado	5,43%
Beta	0,97
Riesgo País	5,30%
Tasa de Impuestos	36,25%
<b>CAPM</b>	<b>10,65%</b>

WACC	
<b>Año 1</b>	<b>8,38%</b>
<b>Año 2</b>	<b>9,07%</b>
<b>Año 3</b>	<b>9,14%</b>
<b>Año 4</b>	<b>9,12%</b>
<b>Año 5</b>	<b>9,11%</b>

Criterios de Inversión Proyecto		Criterios de Inversión Inversionista	
<b>VAN</b>	\$9.495,49	<b>VAN</b>	\$24.425,56
<b>TIR</b>	13,21%	<b>TIR</b>	17,84%
<b>Periodo Rec.</b>	4,33	<b>Periodo Rec.</b>	4,26

## ANEXO 38: BALANCE GENERAL NO APALANCADO – ESPERADO, OPTIMISTA, PESIMISTA

BALANCE GENERAL (ESPERADO) NO APALANCADO						
Centro Integral Deportivo “Iron Women – Iron Kids”						
ANUAL						
	0	1	2	3	4	5
ACTIVOS						
<b>CORRIENTES</b>	\$ 448	\$ 75.770	\$ 159.876	\$ 173.954	\$ 190.214	\$ 206.287
EFFECTIVO	\$ 448	\$ 70.505	\$ 153.522	\$ 167.072	\$ 182.670	\$ 198.067
CUENTAS POR COBRAR	\$ -	\$ 5.266	\$ 6.354	\$ 6.882	\$ 7.545	\$ 8.220
<b>NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 49.378</b>	<b>\$ 28.201</b>	<b>\$ 27.240</b>	<b>\$ 38.103</b>	<b>\$ 37.597</b>	<b>\$ 37.597</b>
ADECUACIONES	\$ 18.199					
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 27.688	\$ 27.688	\$ 26.728	\$ 37.590	\$ 37.590	\$ 37.590
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ -	\$ (2.978)	\$ (2.978)	\$ (2.978)	\$ (3.483)	\$ (3.483)
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.926</b>	<b>\$ 5.220</b>	<b>\$ 5.355</b>	<b>\$ 5.495</b>	<b>\$ 5.640</b>	<b>\$ 5.791</b>
DERECHO DE LLAVES	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926
AMORTIZACIÓN DERECHO DE LLAVES		\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)
GASTOS PREOPERACIONALES		\$ 4.599	\$ 4.768	\$ 4.943	\$ 5.124	\$ 5.312
AMORTIZACIÓN GASTOS OPERACIONALES	\$ -	\$ (920)	\$ (954)	\$ (989)	\$ (1.025)	\$ (1.062)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 51.752</b>	<b>\$ 109.191</b>	<b>\$ 192.471</b>	<b>\$ 217.552</b>	<b>\$ 233.452</b>	<b>\$ 249.675</b>
PASIVOS						
<b>CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 74.111</b>	<b>\$ 92.370</b>	<b>\$ 98.436</b>	<b>\$ 105.163</b>	<b>\$ 111.887</b>
SUELDOS POR PAGAR	\$ -	\$ 74.111	\$ 79.126	\$ 81.859	\$ 84.691	\$ 87.628
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ -		\$ 7.764	\$ 9.718	\$ 12.000	\$ 14.221

PARTICIPACION EMPLEADOS POR PAGAR			\$ 5.480	\$ 6.860	\$ 8.471	\$ 10.038
<b>NO CORRIENTES</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DEUDA A LARGO PLAZO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ -	\$ 74.111	\$ 92.370	\$ 98.436	\$ 105.163	\$ 111.887
<b>PATRIMONIO</b>						
CAPITAL SOCIAL	\$ 51.752	\$ 54.260	\$ 76.810	\$ 89.961	\$ 92.288	\$ 95.125
UTILIDADES RETENIDAS	\$ -	\$ (19.179)	\$ 23.291	\$ 29.154	\$ 36.001	\$ 42.663
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 51.752	\$ 35.081	\$ 100.101	\$ 119.115	\$ 128.289	\$ 137.788
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	\$ 51.752	\$ 109.191	\$ 192.471	\$ 217.551	\$ 233.452	\$ 249.675

<b>BALANCE GENERAL (OPTIMISTA) NO APALANCADO</b>						
<b>Centro Integral Deportivo "Iron Women – Iron Kids"</b>						
<b>ANUAL</b>						
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>ACTIVOS</b>						
<b>CORRIENTES</b>	\$ 448	\$ 75.770	\$ 163.541	\$ 184.306	\$ 211.124	\$ 237.949
EFFECTIVO	\$ 448	\$ 70.505	\$ 156.935	\$ 176.851	\$ 202.673	\$ 228.399
CUENTAS POR COBRAR	\$ -	\$ 5.266	\$ 6.607	\$ 7.456	\$ 8.451	\$ 9.551
<b>NO CORRIENTES</b>	\$ 49.378	\$ 28.201	\$ 27.240	\$ 38.103	\$ 37.597	\$ 37.597
ADECUACIONES	\$ 18.199					
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 27.688	\$ 27.688	\$ 26.728	\$ 37.590	\$ 37.590	\$ 37.590
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ -	\$ (2.978)	\$ (2.978)	\$ (2.978)	\$ (3.483)	\$ (3.483)
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	\$ 1.926	\$ 5.220	\$ 5.355	\$ 5.495	\$ 5.640	\$ 5.791

DERECHO DE LLAVES	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926
AMORTIZACIÓN DERECHO DE LLAVES		\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)
GASTOS PREOPERACIONALES		\$ 4.599	\$ 4.768	\$ 4.943	\$ 5.124	\$ 5.312
AMORTIZACIÓN GASTOS OPERACIONALES	\$ -	\$ (920)	\$ (954)	\$ (989)	\$ (1.025)	\$ (1.062)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 51.752</b>	<b>\$ 109.191</b>	<b>\$ 196.136</b>	<b>\$ 227.904</b>	<b>\$ 254.361</b>	<b>\$ 281.337</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>CORRIENTES</b>	\$ -	\$ 74.111	\$ 93.619	\$ 101.884	\$ 112.108	\$ 122.393
SUELDOS POR PAGAR	\$ -	\$ 74.111	\$ 79.126	\$ 81.859	\$ 84.691	\$ 87.628
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ -		\$ 8.496	\$ 11.739	\$ 16.072	\$ 20.380
PARTICIPACION EMPLEADOS POR PAGAR			\$ 5.997	\$ 8.286	\$ 11.345	\$ 14.386
<b>NO CORRIENTES</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
DEUDA A LARGO PLAZO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 74.111</b>	<b>\$ 93.619</b>	<b>\$ 101.884</b>	<b>\$ 112.108</b>	<b>\$ 122.393</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
CAPITAL SOCIAL	\$ 51.752	\$ 54.260	\$ 77.030	\$ 90.803	\$ 94.039	\$ 97.805
UTILIDADES RETENIDAS	\$ -	\$ (19.179)	\$ 25.487	\$ 35.217	\$ 48.215	\$ 61.139
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 51.752</b>	<b>\$ 35.081</b>	<b>\$ 102.517</b>	<b>\$ 126.020</b>	<b>\$ 142.254</b>	<b>\$ 158.944</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 51.752</b>	<b>\$ 109.191</b>	<b>\$ 196.136</b>	<b>\$ 227.904</b>	<b>\$ 254.362</b>	<b>\$ 281.337</b>

<b>BALANCE GENERAL (PESIMISTA) NO APALANCADO</b>						
<b>Centro Integral Deportivo "Iron Women – Iron Kids"</b>						
<b>ANUAL</b>						
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>ACTIVOS</b>						
<b>CORRIENTES</b>	\$ 448	\$ 75.770	\$ 157.721	\$ 167.077	\$ 176.720	\$ 187.679
EFFECTIVO	\$ 448	\$ 70.505	\$ 151.545	\$ 160.522	\$ 169.764	\$ 180.298

CUENTAS POR COBRAR	\$ -	\$ 5.266	\$ 6.177	\$ 6.555	\$ 6.956	\$ 7.381
<b>NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 49.378</b>	<b>\$ 28.201</b>	<b>\$ 27.240</b>	<b>\$ 38.103</b>	<b>\$ 37.597</b>	<b>\$ 37.597</b>
ADECUACIONES	\$ 18.199					
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 27.688	\$ 27.688	\$ 26.728	\$ 37.590	\$ 37.590	\$ 37.590
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ -	\$ (2.978)	\$ (2.978)	\$ (2.978)	\$ (3.483)	\$ (3.483)
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.926</b>	<b>\$ 5.220</b>	<b>\$ 5.355</b>	<b>\$ 5.495</b>	<b>\$ 5.640</b>	<b>\$ 5.791</b>
DERECHO DE LLAVES	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926
AMORTIZACIÓN DERECHO DE LLAVES		\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)
GASTOS PREOPERACIONALES		\$ 4.599	\$ 4.768	\$ 4.943	\$ 5.124	\$ 5.312
AMORTIZACIÓN GASTOS OPERACIONALES	\$ -	\$ (920)	\$ (954)	\$ (989)	\$ (1.025)	\$ (1.062)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 51.752</b>	<b>\$ 109.191</b>	<b>\$ 190.316</b>	<b>\$ 210.674</b>	<b>\$ 219.958</b>	<b>\$ 231.067</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 74.111</b>	<b>\$ 91.636</b>	<b>\$ 96.133</b>	<b>\$ 100.696</b>	<b>\$ 105.752</b>
SUELDOS POR PAGAR	\$ -	\$ 74.111	\$ 79.126	\$ 81.859	\$ 84.691	\$ 87.628
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ -		\$ 7.333	\$ 8.368	\$ 9.382	\$ 10.624
PARTICIPACION EMPLEADOS POR PAGAR			\$ 5.176	\$ 5.907	\$ 6.623	\$ 7.500
<b>NO CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
DEUDA A LARGO PLAZO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 74.111</b>	<b>\$ 91.636</b>	<b>\$ 96.133</b>	<b>\$ 100.696</b>	<b>\$ 105.752</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
CAPITAL SOCIAL	\$ 51.752	\$ 54.260	\$ 76.681	\$ 89.439	\$ 91.114	\$ 93.441
UTILIDADES RETENIDAS	\$ -	\$ (19.179)	\$ 22.000	\$ 25.103	\$ 28.147	\$ 31.873
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 51.752</b>	<b>\$ 35.081</b>	<b>\$ 98.681</b>	<b>\$ 114.542</b>	<b>\$ 119.261</b>	<b>\$ 125.314</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 51.752</b>	<b>\$ 109.191</b>	<b>\$ 190.317</b>	<b>\$ 210.675</b>	<b>\$ 219.957</b>	<b>\$ 231.066</b>

## ANEXO 39: BALANCE GENERAL APALANCADO – ESPERADO, OPTIMISTA, PESIMISTA

BALANCE GENERAL ANUAL (ESPERADO CON APALANCAMIENTO)						
Centro Integral Deportivo "Iron Women – Iron Kids"						
	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>CORRIENTES</b>	\$ 448	\$ 75.770	\$ 159.876	\$ 173.954	\$ 190.214	\$ 206.287
EFFECTIVO	\$ 448	\$ 70.505	\$ 153.522	\$ 167.072	\$ 182.670	\$ 198.067
CUENTAS POR COBRAR	\$ -	\$ 5.266	\$ 6.354	\$ 6.882	\$ 7.545	\$ 8.220
<b>NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 49.378</b>	<b>\$ 28.201</b>	<b>\$ 27.240</b>	<b>\$ 38.103</b>	<b>\$ 37.597</b>	<b>\$ 37.597</b>
ADECUACIONES	\$ 18.199					
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 27.688	\$ 27.688	\$ 26.728	\$ 37.590	\$ 37.590	\$ 37.590
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ -	\$ (2.978)	\$ (2.978)	\$ (2.978)	\$ (3.483)	\$ (3.483)
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.926</b>	<b>\$ 5.220</b>	<b>\$ 5.355</b>	<b>\$ 5.495</b>	<b>\$ 5.640</b>	<b>\$ 5.791</b>
DERECHO DE LLAVES	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926
AMORTIZACIÓN DERECHO DE LLAVES		\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)
GASTOS PREOPERACIONALES		\$ 4.599	\$ 4.768	\$ 4.943	\$ 5.124	\$ 5.312
AMORTIZACIÓN GASTOS PREOPERACIONALES	\$ -	\$ (920)	\$ (954)	\$ (989)	\$ (1.025)	\$ (1.062)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 51.752</b>	<b>\$ 109.191</b>	<b>\$ 192.471</b>	<b>\$ 217.552</b>	<b>\$ 233.452</b>	<b>\$ 249.675</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>CORRIENTES</b>	\$ -	\$ 74.111	\$ 91.172	\$ 97.528	\$ 104.580	\$ 111.672
SUELDOS POR PAGAR	\$ -	\$ 74.111	\$ 79.126	\$ 81.859	\$ 84.691	\$ 87.628
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ -		\$ 7.061	\$ 9.185	\$ 11.659	\$ 14.095
PARTICIPACION EMPLEADOS POR PAGAR			\$ 4.984	\$ 6.484	\$ 8.230	\$ 9.949
<b>NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 36.226</b>	<b>\$ 5.689</b>	<b>\$ 6.400</b>	<b>\$ 7.200</b>	<b>\$ 8.099</b>	<b>\$ 9.111</b>
DEUDA A LARGO PLAZO	\$ 36.226	\$ 5.689	\$ 6.400	\$ 7.200	\$ 8.099	\$ 9.111

<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 36.226</b>	<b>\$ 79.800</b>	<b>\$ 97.572</b>	<b>\$ 104.728</b>	<b>\$ 112.680</b>	<b>\$ 120.783</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
CAPITAL SOCIAL	\$ 15.526	\$ 52.215	\$ 73.715	\$ 85.268	\$ 85.795	\$ 86.608
UTILIDADES RETENIDAS	\$ -	\$ (22.823)	\$ 21.184	\$ 27.556	\$ 34.977	\$ 42.284
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.526</b>	<b>\$ 29.391</b>	<b>\$ 94.898</b>	<b>\$ 112.824</b>	<b>\$ 120.772</b>	<b>\$ 128.891</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 51.752</b>	<b>\$ 109.191</b>	<b>\$ 192.471</b>	<b>\$ 217.552</b>	<b>\$ 233.451</b>	<b>\$ 249.674</b>

<b>BALANCE GENERAL (OPTIMISTA - APALANCADO)</b>						
<b>Centro Integral Deportivo "Iron Women – Iron Kids"</b>						
<b>ANUAL</b>						
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>ACTIVOS</b>						
<b>CORRIENTES</b>	<b>\$ 448</b>	<b>\$ 75.770</b>	<b>\$ 163.541</b>	<b>\$ 184.306</b>	<b>\$ 211.124</b>	<b>\$ 237.949</b>
EFFECTIVO	\$ 448	\$ 70.505	\$ 156.935	\$ 176.851	\$ 202.673	\$ 228.399
CUENTAS POR COBRAR	\$ -	\$ 5.266	\$ 6.607	\$ 7.456	\$ 8.451	\$ 9.551
<b>NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 49.378</b>	<b>\$ 28.201</b>	<b>\$ 27.240</b>	<b>\$ 38.103</b>	<b>\$ 37.597</b>	<b>\$ 37.597</b>
ADECUACIONES	\$ 18.199					
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 27.688	\$ 27.688	\$ 26.728	\$ 37.590	\$ 37.590	\$ 37.590
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537	\$ 1.537
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954	\$ 1.954
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ -	\$ (2.978)	\$ (2.978)	\$ (2.978)	\$ (3.483)	\$ (3.483)
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.926</b>	<b>\$ 5.220</b>	<b>\$ 5.355</b>	<b>\$ 5.495</b>	<b>\$ 5.640</b>	<b>\$ 5.791</b>
DERECHO DE LLAVES	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926
AMORTIZACIÓN DERECHO DE LLAVES		\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)
GASTOS PREOPERACIONALES		\$ 4.599	\$ 4.768	\$ 4.943	\$ 5.124	\$ 5.312
AMORTIZACIÓN GASTOS OPERACIONALES	\$ -	\$ (920)	\$ (954)	\$ (989)	\$ (1.025)	\$ (1.062)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 51.752</b>	<b>\$ 109.191</b>	<b>\$ 196.136</b>	<b>\$ 227.904</b>	<b>\$ 254.361</b>	<b>\$ 281.337</b>
<b>PASIVOS</b>						



DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ -	\$ (2.978)	\$ (2.978)	\$ (2.978)	\$ (3.483)	\$ (3.483)
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.926</b>	<b>\$ 5.220</b>	<b>\$ 5.355</b>	<b>\$ 5.495</b>	<b>\$ 5.640</b>	<b>\$ 5.791</b>
DERECHO DE LLAVES	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926	\$ 1.926
AMORTIZACIÓN DERECHO DE LLAVES		\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)	\$ (385)
GASTOS PREOPERACIONALES		\$ 4.599	\$ 4.768	\$ 4.943	\$ 5.124	\$ 5.312
AMORTIZACIÓN GASTOS OPERACIONALES	\$ -	\$ (920)	\$ (954)	\$ (989)	\$ (1.025)	\$ (1.062)
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 51.752</b>	<b>\$ 109.191</b>	<b>\$ 190.316</b>	<b>\$ 210.674</b>	<b>\$ 219.958</b>	<b>\$ 231.067</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>CORRIENTES</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 74.111</b>	<b>\$ 90.438</b>	<b>\$ 95.225</b>	<b>\$ 100.114</b>	<b>\$ 105.537</b>
SUELDOS POR PAGAR	\$ -	\$ 74.111	\$ 79.126	\$ 81.859	\$ 84.691	\$ 87.628
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ -		\$ 6.631	\$ 7.835	\$ 9.041	\$ 10.498
PARTICIPACION EMPLEADOS POR PAGAR			\$ 4.681	\$ 5.531	\$ 6.382	\$ 7.410
<b>NO CORRIENTES</b>	<b>\$ 36.226</b>	<b>\$ 5.689</b>	<b>\$ 6.400</b>	<b>\$ 7.200</b>	<b>\$ 8.099</b>	<b>\$ 9.111</b>
DEUDA A LARGO PLAZO	\$ 36.226	\$ 5.689	\$ 6.400	\$ 7.200	\$ 8.099	\$ 9.111
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 36.226</b>	<b>\$ 79.800</b>	<b>\$ 96.838</b>	<b>\$ 102.424</b>	<b>\$ 108.213</b>	<b>\$ 114.648</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
CAPITAL SOCIAL	\$ 15.526	\$ 52.215	\$ 73.586	\$ 84.745	\$ 84.622	\$ 84.925
UTILIDADES RETENIDAS	\$ -	\$ (22.823)	\$ 19.893	\$ 23.506	\$ 27.123	\$ 31.494
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 15.526</b>	<b>\$ 29.391</b>	<b>\$ 93.478</b>	<b>\$ 108.250</b>	<b>\$ 111.745</b>	<b>\$ 116.419</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 51.752</b>	<b>\$ 109.191</b>	<b>\$ 190.316</b>	<b>\$ 210.675</b>	<b>\$ 219.958</b>	<b>\$ 231.067</b>

## ANEXO 40: INDICES FINANCIEROS - LIQUIDEZ

LIQUIDEZ				
APALANCADO				
Razón Corriente =	Activo Corriente		Pasivo Corriente	
ESPERADO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1,02	1,75	1,78	1,82	1,85
OPTIMISTA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1,02	1,77	1,83	1,89	1,95
PESIMISTA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1,02	1,74	1,75	1,77	1,78

## ANEXO 41: INDICES FINANCIEROS – RENTABILIDAD

RENTABILIDAD				
APALANCADO				
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVOS =	UTILIDAD NETA		ACTIVOS TOTALES	
ESPERADO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-21%	11%	13%	15%	17%
OPTIMISTA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-21%	12%	15%	19%	22%
PESIMISTA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-21%	10%	11%	12%	14%

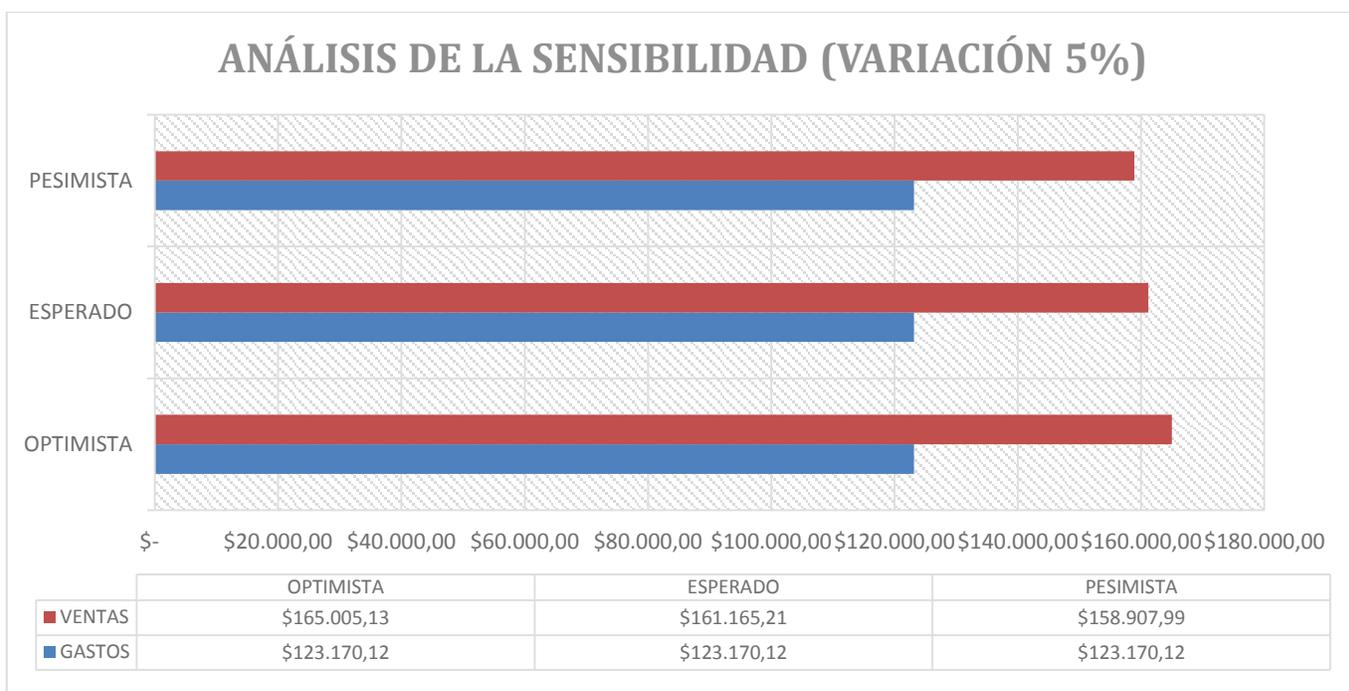
RENTABILIDAD				
APALANCADO				
ROE =	UTILIDAD NETA			
	PATRIMONIO			
ESPERADO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-78%	22%	24%	29%	33%
OPTIMISTA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-78%	24%	28%	35%	40%
PESIMISTA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
-78%	21%	22%	24%	27%

## ANEXO 42: INDICES FINANCIEROS – DESEMPEÑO

DESEMPEÑO				
APALANCADO				
ROTACIÓN DE CXC =	VENTAS			
	CUENTAS X COBRAR			
ESPERADO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
14,5	24,2	24,4	24,3	24,2
OPTIMISTA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
29,9	26,9	27,3	27,2	24,0
PESIMISTA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
28,8	26,1	26,0	26,0	24,5

DESEMPEÑO				
APALANCADO				
DÍAS DE CXC =	365			
	ROTACIÓN CXC			
ESPERADO				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
25,1	15,1	15,0	15,0	15,1
OPTIMISTA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
12,2	13,6	13,4	13,4	15,2
PESIMISTA				
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
12,7	14,0	14,1	14,0	14,9

## ANEXO 43: SENSIBILIDAD



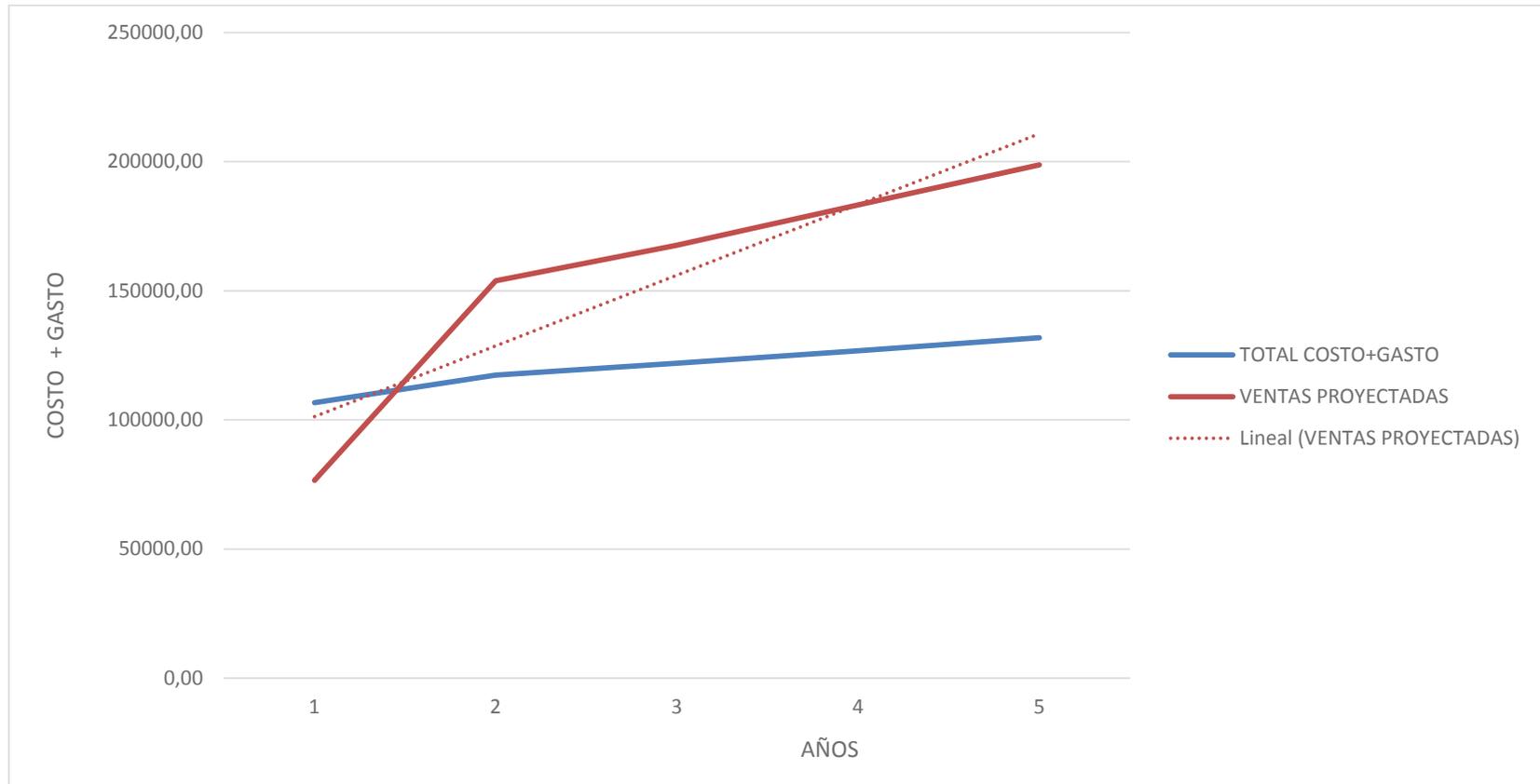
## ANEXO 44: PUNTO DE EQUILIBRIO

ESPERADO					
PUNTO DE EQUILIBRIO					
	2015	2016	2017	2018	2019
COSTOS FIJOS ANUALES	37515,36	39874,74	41263,27	42702,77	44195,09
COSTOS VARIABLE ANUAL	1304,40	1352,27	1401,90	1453,35	1506,69
<b>COSTOS TOTALES ANUALES</b>	<b>38819,76</b>	<b>41227,01</b>	<b>42665,17</b>	<b>44156,12</b>	<b>45701,78</b>
GASTO ANUAL	67806,80	76077,86	79263,71	82643,49	86103,56
<b>TOTAL COSTO+GASTO</b>	<b>106626,56</b>	<b>117304,88</b>	<b>121928,89</b>	<b>126799,61</b>	<b>131805,34</b>
PRECIO PRODUCTO 1	42	44	45	47	49
PRECIO PRODUCTO 2	85	88	91	95	98
NUMERO DE PARTICIPANTES PRODUCTO 1	688	743	802	866	936
NUMERO DE PARTICIPANTES PRODUCTO 2	915	964	938	911	880
<b>TOTAL DE PARTICIPANTES</b>	<b>1602</b>	<b>1707</b>	<b>1740</b>	<b>1777</b>	<b>1816</b>
<b>VENTAS A EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 106.626,56</b>	<b>\$ 117.304,88</b>	<b>\$ 121.928,89</b>	<b>\$ 126.799,61</b>	<b>\$ 131.805,34</b>
VENTAS PROYECTADAS	76541,27	153839,52	167660,33	183271,91	198727,21
PARTICIPACIONES PROYECTADOS	1.097	2.147	2.231	2.318	2.398

\* Producto 1: servicio para mujeres.

\* Producto 2: servicio para madres e hijos.

\* Participaciones: número de veces que un cliente compra el servicio durante el año.

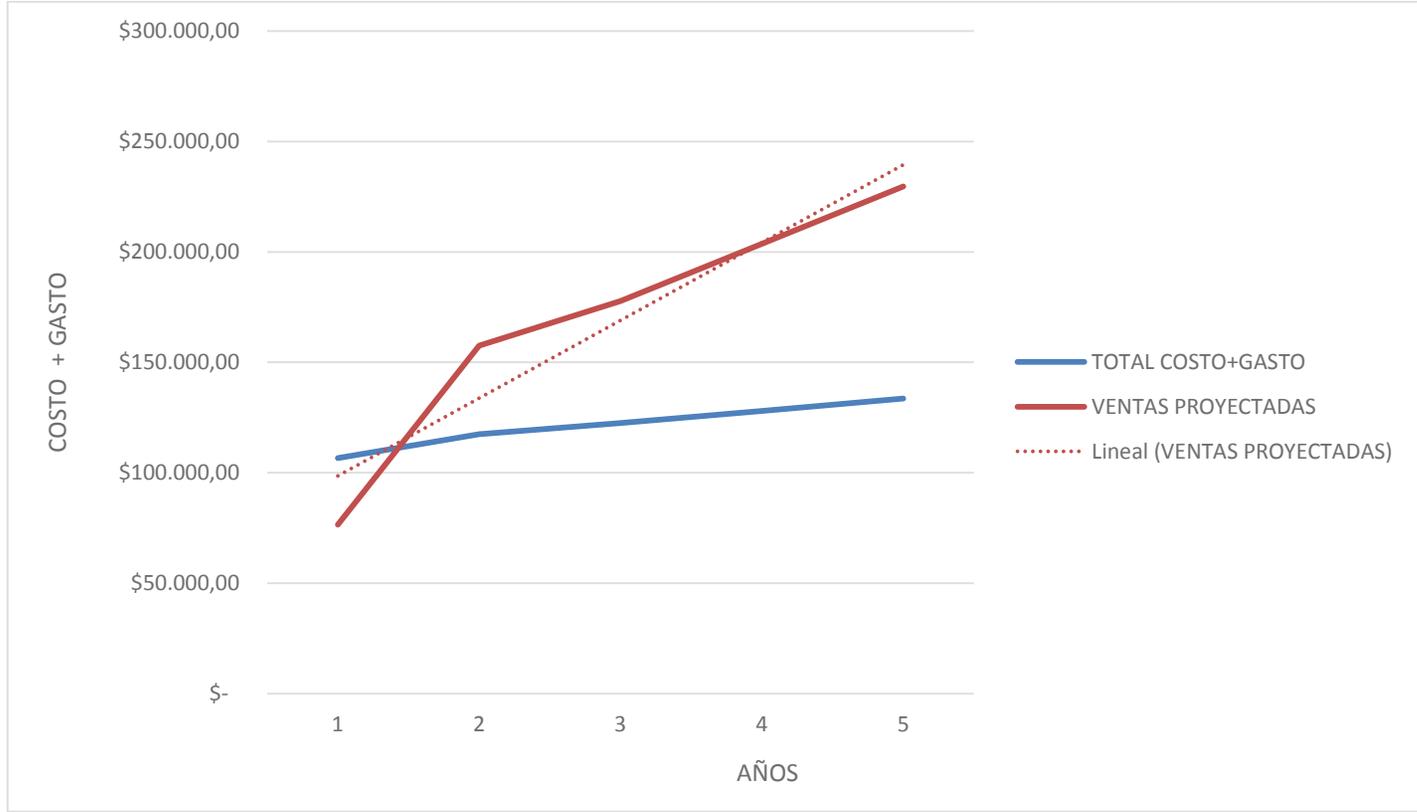


<b>PUNTO DE EQUILIBRIO - OPTIMISTA</b>					
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
COSTOS FIJOS ANUALES	\$ 37.515,36	\$ 39.874,74	\$ 41.263,27	\$ 42.702,77	\$ 44.195,09
COSTOS VARIABLE ANUAL	\$ 1.304,40	\$ 1.352,27	\$ 1.401,90	\$ 1.453,35	\$ 1.506,69
<b>COSTOS TOTALES ANUALES</b>	<b>\$ 38.819,76</b>	<b>\$ 41.227,01</b>	<b>\$ 42.665,17</b>	<b>\$ 44.156,12</b>	<b>\$ 45.701,78</b>
GASTO ANUAL	\$ 67.806,80	\$ 76.297,79	\$ 79.870,78	\$ 83.866,40	\$ 87.953,51
<b>TOTAL COSTO+GASTO</b>	<b>\$ 106.626,56</b>	<b>\$ 117.524,80</b>	<b>\$ 122.535,95</b>	<b>\$ 128.022,52</b>	<b>\$ 133.655,29</b>
PRECIO PRODUCTO 1	\$ 42,00	\$ 43,54	\$ 45,14	\$ 46,80	\$ 48,51
PRECIO PRODUCTO 2	\$ 85,00	\$ 88,12	\$ 91,35	\$ 94,71	\$ 98,18
NUMERO DE PARTICIPANTES PRODUCTO 1	688	743	802	866	936
NUMERO DE PARTICIPANTES PRODUCTO 2	915	967	945	924	899
<b>TOTAL DE PARTICIPACIONES</b>	<b>1602</b>	<b>1709</b>	<b>1747</b>	<b>1790</b>	<b>1835</b>
<b>VENTAS A EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 106.626,56</b>	<b>\$ 117.524,80</b>	<b>\$ 122.535,95</b>	<b>\$ 128.022,52</b>	<b>\$ 133.655,29</b>
VENTAS PROYECTADAS	\$ 76.541,27	\$ 157.504,90	\$ 177.778,08	\$ 203.653,75	\$ 229.559,68
PARTICIACIONES PROYECTADOS	1.097	2.195	2.362	2.580	2.772

\* Producto 1: servicio para mujeres.

\* Producto 2: servicio para madres e hijos.

\* Participaciones: número de veces que un cliente compra el servicio durante el año.

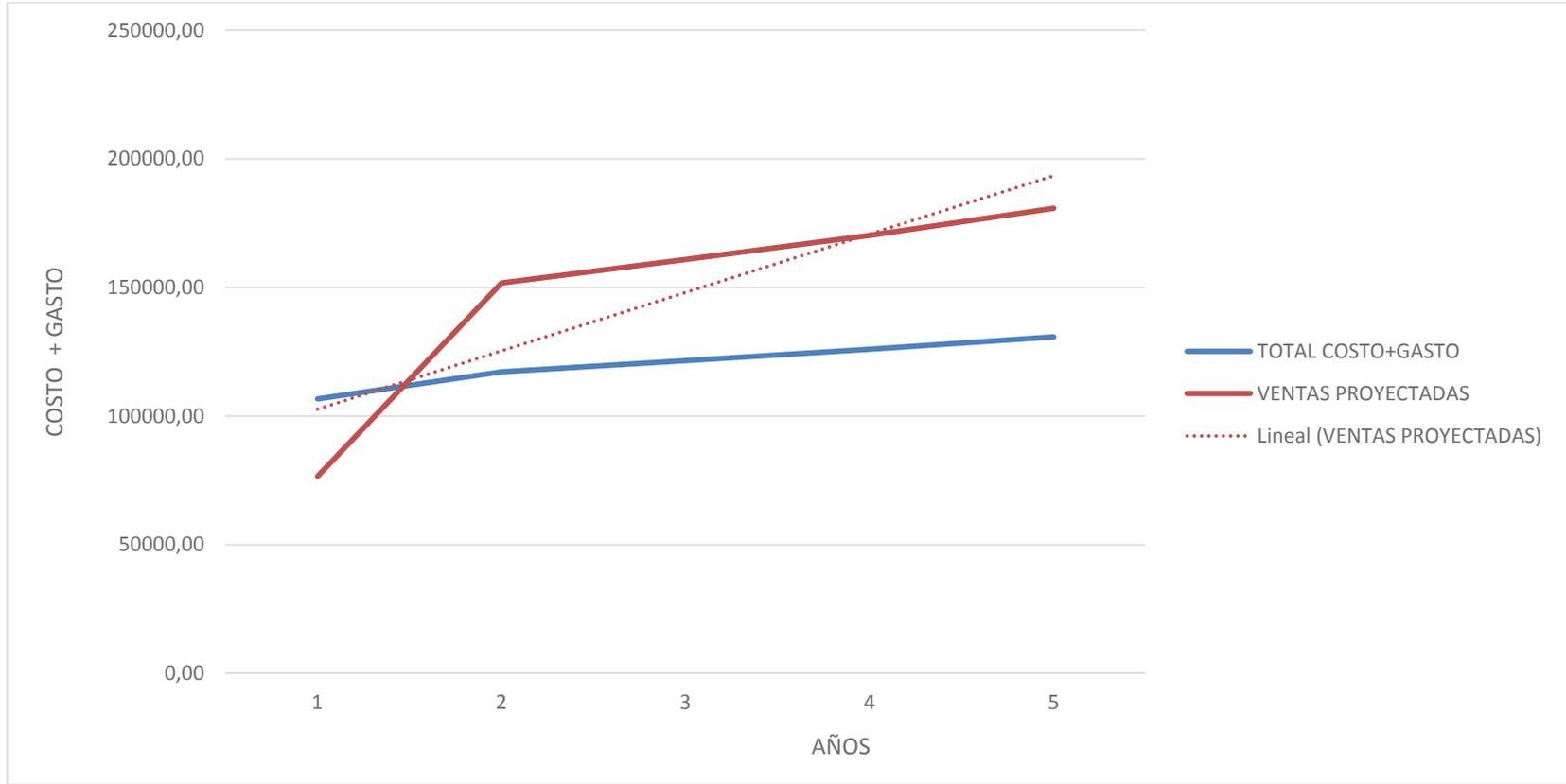


<b>PESIMISTA</b>					
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>					
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
COSTOS FIJOS ANUALES	37515,36	39874,74	41263,27	42702,77	44195,09
COSTOS VARIABLE ANUAL	1304,40	1352,27	1401,90	1453,35	1506,69
<b>COSTOS TOTALES ANUALES</b>	<b>38819,76</b>	<b>41227,01</b>	<b>42665,17</b>	<b>44156,12</b>	<b>45701,78</b>
GASTO ANUAL	67806,80	75948,59	78858,12	81857,09	85023,27
<b>TOTAL COSTO+GASTO</b>	<b>106626,56</b>	<b>117175,60</b>	<b>121523,29</b>	<b>126013,21</b>	<b>130725,05</b>
PRECIO PRODUCTO 1	42	44	45	47	49
PRECIO PRODUCTO 2	85	88	91	95	98
NUMERO DE PARTICIPACIONES PRODUCTO 1	688	743	802	866	936
NUMERO DE PARTICIPACIONES PRODUCTO 2	915	963	934	903	869
<b>TOTAL DE PARTICIPACIONES</b>	<b>1602</b>	<b>1705</b>	<b>1736</b>	<b>1769</b>	<b>1805</b>
<b>VENTAS A EQUILIBRIO</b>	<b>\$ 106.626,56</b>	<b>\$ 117.175,60</b>	<b>\$ 121.523,29</b>	<b>\$ 126.013,21</b>	<b>\$ 130.725,05</b>
VENTAS PROYECTADAS	76541,27	151684,90	160900,40	170165,22	180722,49
PARTICIPACIONES PROYECTADOS	1.097	2.118	2.139	2.156	2.185

\* Producto 1: servicio para mujeres.

\* Producto 2: servicio para madres e hijos.

\* Participaciones: número de veces que un cliente compra el servicio durante el año.



## ANEXO 45: COTIZACIONES



**NOVICOMPU**  
LO MISMO PERO MAS BARATO

Centrales telefónicas internas

Comparar

Ordenar por: Precio: más baratos primero



**Central Telefónica Uniden...**  
Disfrute de una conversación manos libres con este Uniden DECT1480-4A 5,0 Interference-Free Digital Expandible Teléfono Inalámbrico

**\$69.99**  
Disponible

 **Añadir a la cesta**

[Ver >](#)

Comparar

Ordenar por: Precio: más baratos primero



### HP Deskjet 2510 + Imprime,...

HP Deskjet 2510 AIO Printer, Print, Copy, Scan HP Thermal Inkjet, USB 2.0

**\$86.99**

Disponible

 **Añadir a la cesta**

[Ver >](#)



### Impresora, copiadora Epson L110

La L110 es la impresora que redefine la economía en las familias activas de hoy. Única con el sistema original de Tanque de Tinta para imprimir cientos de proyectos escolares, páginas Web, fotos y todo lo que quieras sin la molestia de tener que cambiar o recargar un cartucho.

**\$185.00**

Disponible

 **Añadir a la cesta**

[Ver >](#)



### Impresora L210 Epson + Sistema...

La L210 es la multifuncional que redefine la economía en las familias activas de hoy. Única con el sistema original de Tanque de Tinta para imprimir cientos de proyectos escolares, páginas Web, fotos y todo lo que quieras sin la molestia de tener que cambiar o recargar un cartucho.

**\$233.99**

Disponible

 **Añadir a la cesta**

[Ver >](#)

PRODUCTOS DESTACADOS



**PORTAL Sony Vaio E14135CX/B Core...**

Sony Vaio E14135CX/B Core i5-3230M 2.6GHz 1TB 6GB DDR3 14"...

[Ver ▶](#)

**\$891.07**



**PORTATIL HP Pavilion Touch Smart...**

1.8GHz 3rd generation Intel Core i5-3337U Processor with...

[Ver ▶](#)

**\$892.86**



**PORTATIL TOSHIBA C855-S5115 CORE...**

Intel® Core™ i3-3120M Processor Windows 8 4GB DDR3 1800MHz...

[Ver ▶](#)

**\$592.86**



**PORTATIL HP ENVY SPECTRE XXT...**

PORTATIL HP ENVY SPECTRE XXT 13T-BTO CORE I7 - 3517U 1,9 GHZ

[Ver ▶](#)

**\$965.18**



**PORTATIL HP ENVY DV6T-BTO CORE...**

PORTATIL HP ENVY DV6T-BTO CORE I7 - 3630 QM 2,4 GHZ - 1 TB

[Ver ▶](#)

**\$965.18**



**PORTATIL Dell Inspiron 13z...**

Del Inspiron i13Z-3637SLV Intel Core i3-3227U 1.9GHz 4GB...

[Ver ▶](#)

**\$612.50**



**Dell i115RV-3812BLK 3rd Gen i3 ...**

NEW Dell Inspiron i115RV-3812BLK Dual Core i3 4GB RAM 500GB HD...

[Ver ▶](#)

**\$573.21**



**PORTATIL HP ENVY M4-1115 CORE...**

Notebook HP Envy M4-1115, con procesador Intel core Á...

[Ver ▶](#)

**\$808.93**



### TV Samsung 32" LED F4005

Serie 4. 32 pulgadas F4005 LED TV Imágenes de alta definición todo el mundo pueda disfrutar de • Alta definición • Soporte de LAN inalámbrica Adator • 2x HDMI • 1x USB

**\$496.99**

Disponible



Añadir a la cesta

[Ver >](#)



### TV Samsung LED, 39" FH5005, Full HD

Marca/modelo: SAMSUNG LED TV 39" FULL HD UN39FH5005 Pantalla: LED Resolución: 1920x1080 Tecnología: STANDARD FULL HD Refresh de pantalla: CMR 120 Conexiones: HDMI, USB Mxvlex 1 Sintonizador: Sintonizador digital Otros: Modo Fútbol Básico Medidas con pie: (An x al x prof) 895,9 x 589,3 x 227,6 mm Medidas sin pie: (An x al x prof) 885,9 x 532,5 x 93,2 mm

**\$773.99**

Disponible



Añadir a la cesta

[Ver >](#)



### TV LED LG 3D Smart TV, 42",...

Cuenta con un panel LCD con Full HD 1920 x 1080p de resolución nativa, la retroiluminación LED, la tecnología Cinema 3D, un Triple XD Engine y la tecnología TruMotion 120 Hz que promueve la nitidez en los detalles y el contraste. TV Picture Wizard II lo permite auto-calibrar los elementos clave de calidad de imagen, incluyendo el nivel de negro, color,...

**\$1,043.99**

Disponible



Añadir a la cesta

[Ver >](#)



### Kit Dvr Jovision De 8 Canales...

Vigile su hogar u oficina con este sistema de vigilancia de 8 canales dvr red! Dos puertos USB traseros permiten conectar un ratón o las unidades de copia de seguridad para guardar los datos críticos para dispositivos externos. El SM-DVCN11 acepta una de 3,5 pulgadas SATA disco duro de hasta 2 TB, sólo tiene que instalar uno y empezar a grabar!

**\$133.00**  
Disponible

 **Anadir a la cesta**

[Ver >](#)

Créditos Económicos

[Inicio](#) | [Registrar](#) | [Mis facturas](#) | [Ver items](#) | [Total: \\$47.66](#)



**Catálogo**

- Acondicionadores de Ambiente**
- Acondicionadores de Aire**
  - De Ventana y Portátiles
  - Split
  - Split piso techo
  - Centrales Aire
  - Humidificadores
- Extractores de aire**
  - Domestico
- Ventiladores**
  - Mesa
  - Pared
  - Tubo
  - Piso
- Enfriadores**
- Purificadores**

Usted está en: Inicio > Acondicionadores de Ambiente > Ventiladores > Mesa



**VENTILADOR**

**Ventilador De Mesa Decorativo De 16 Pulgadas**

Modelo: SBCVME16P  
Marca: SBC



[Twitter](#) | [Facebook](#)

Precio anterior: \$60.08  
 Ahora: \$20.45

**Precio: \$47.66**

Cantidad:

**Comprar**

Descripción
Especificaciones



### Camara Ip Wireless-G de...

La cámara de red APM-J012-W/S hace que sea fácil de mantener un ojo en su hogar o negocio. Esta cámara de alta calidad dispone de un sensor CMOS 1/4-inch color con una resolución de 640 x 480 y una velocidad de fotogramas de vídeo de hasta 30 fps.

**\$59.99**

Disponible



[Ver >](#)



### Camara Ip Inalambrica Wifi, Dia...

Camara de video vigilancia con conexion IP (Se conecta directamente a su red interna, permitiendo la visualizacion remotamente) o WIFI. Dispone de leds infrarojos para una mejor vision en condiciones de poca luminosidad.

**\$72.99**

Disponible



[Ver >](#)



### CAMARA DE SEGURIDAD SAMSUNG, SET...

• (2 -Pack ) Cámara Samsung SDC- 5440BCD mal tiempo del IR del CCD del color • Características generales : • Instalación sencilla • IP66 resistente al clima • Visión nocturna de hasta 50 pies • 600 líneas de TV de alta resolución • Activado -Auto LED infrarrojo • Modo Día y Noche con ICR para una reproducción perfecta del color

**\$92.00**

Disponible



[Ver >](#)



PAGUE SEGURO con

MasterCard Verified by VISA

Google Pay

Unico Boliviano

BANCO PICHINCHA

PRECIOS INCLUYEN IVA



Inicio PHONIC AM440DP

Zoom



Coloque el puntero sobre la imagen.

## PHONIC AM440DP

AM440DP  
12 canales (4 mono + 4 estereo), 4XLR, 8fx 32bit, penla,USB player

Enviar correo electrónico a un amigo  
Sea el primero en opinar sobre este producto

Disponibilidad: En existencia

\$172.23

Cantidad: 0

AÑADIR AL CARRO

AÑADIR A LISTA DE DESEOS | AÑADIR A COMPARAR



Facebook 1 people like this



PAGUE SEGURO con

MasterCard SecureCode

Verified by VISA

Order SupplyCard

Banco Bichwinia

BANCO PICHINCHA

PRECIOS INCLUYEN IVA



Inicio > FBT AUDIO CONTRACTOR PROJECT320WT

Zoom



## FBT AUDIO CONTRACTOR PROJECT320WT

PROJECT320WT

3.5" woofer - 0.5" tweeter, 30W RMS/60W PR, 2 vna, 100Hz-15kHz, 8 Ohm, soporta para montaje, color blanco

Enviar correo electrónico a un amigo

Sea el primero en opinar sobre este producto

Disponibilidad: En existencia

\$82.80

Cantidad: 0

AÑADIR AL CARRO

AÑADIR A LISTA DE DESEOS | AÑADIR A COMPARAR



viviana rodas

[viviandrea17@hotmail.com](mailto:viviandrea17@hotmail.com)

Telf: 0980129476-5136257

CODIGO	CANTIDAD	DETALLE	V.UNITARIO	V.TOTAL
GL-600	13	Bicicleta SPINING	650,00	8.450,00
	13	TRX	140,00	1.820,00
	13	Colchonetas o Mat	24,00	312,00
	13	Balón mediano softgym-15 cm	11,40	148,20
	13	Balón gymnic grande-65 cm	20,60	267,80
	13	Esferas con peso heavymed	28,46	369,98
	13	Bandas Elásticas	14,00	182,00
	13	Pilates circle o aro mágico	48,00	624,00
	13	Mantas o Almohadas	18,00	234,00
	13	Foam Soller	50,00	650,00
			<b>TOTAL</b>	<b>13.057,98</b>

VALOR INCLUYE IVA  
ENTREGA INMEDIATA

## Presupuesto GIMNASIO

N°	DESCRIPCION	UNIDAD	CANTIDAD	PRECIO UNITARIO	PRECIO TOTAL
100	Instalacion ceramica	m2	180	\$ 4,00	\$ 720,00
101	Ceramica	m2	180	\$ 11,00	\$ 1.980,00
102	Bondex	m2	48	\$ 9,00	\$ 432,00
103	Paredes de gypsum	m2	169	\$ 21,00	\$ 3.549,00
104	Pintura y estucado	m2	288	\$ 5,00	\$ 1.440,00
105	Ventanas de vidrio 4mm	m2	54	\$ 48,00	\$ 2.592,00
106	Puertas	u	12	\$ 98,00	\$ 1.176,00
107	Baños	u	4	\$ 85,00	\$ 340,00
108	Lavamanos	u	3	\$ 35,00	\$ 105,00
109	Duchas	u	3	\$ 33,00	\$ 99,00
110	Instalacion de agua potable	pto	22	\$ 26,00	\$ 572,00
111	Instalacion de desagues	pto	15	\$ 18,00	\$ 270,00
112	Instalaciones electricas	pto	19	\$ 23,00	\$ 437,00
113	Tablero	u	1	\$ 80,00	\$ 80,00
114	Zona de niños	gbl	1	\$ 800,00	\$ 800,00
115	Limpieza de obra	gbl	1	\$ 180,00	\$ 180,00

TOTAL \$ 14.772,00

Honorarios profesionales

\$ 1.477,20

TOTAL NETO \$ 16.249,20

12% IVA \$ 1.949,90

TOTAL	\$ 18.199,10
-------	--------------

Arquitecto Fernando Torres

Contacto: 0984378593

email: ferarq\_77@hotmail.com



Ricardo Riera  
 Gamma Grafic  
 Contacto 0987663057  
 gammagrafic@hotmail.com

Sra. Daniela Salazar  
 Contacto: 0984158928  
 E-mail: danielacsg19@gmail.com

<b>COTIZACIÓN</b>			
<b>UNIDAD</b>	<b>DETALLE</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
700	Tarjetas presentación papel couche de 300 gr	0,09	63,00
2000	Volantes Tamaño A5 papel couche de 150 gr	0,04	80,00
2000	Trípticos papel couche de 300 gr.	0,08	160,00
		<b>TOTAL</b>	<b>303,00</b>

# MUEBLECOM

## Muebles de Oficina

Av. America N16-51 y Río de Janeiro

2239-147 / Telefax: 2525-313

Quito, 07 de Agosto del 2014.

Srta. Daniela Salazar

Contacto: 0984158928

### SOLICITUD DE COTIZACIÓN

CANTIDAD	CONCEPTO	V. UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Counter Frontal	291,20	291,20
2	Escritorios Secretaria Melaminico	162,40	324,80
1	Tripersonal Plástico Atlanta	221,76	221,76
3	Sillas Secretaria Malla	109,76	329,28
4	Sillas Grafos	43,68	174,72
2	Mesa Auxiliar	53,76	107,52
1	Mesa de Centro metalica	87,36	87,36
		<b>VALOR TOTAL</b>	<b>1.536,64</b>

PRECIOS INCLUYEN IVA

Incluye transporte dentro de la ciudad.