



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE ACONDICIONAMIENTO  
FÍSICO Y EJERCICIOS FUNCIONALES

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

Profesor Guía  
Ing. Milton Gallardo Herrera

Autor  
David Ricardo Flores Larrea

Año  
2015

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

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

.....  
Milton Gallardo  
**Ingeniero**  
C.I. 50126992-2

### **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.”

.....  
David Ricardo Flores Larrea  
C.I. 1714232715

## **AGRADECIMIENTOS**

Agradezco a Dios por darme una familia hermosa y permitirme ser el chico que soy, a mi padre y madre por confiar en mí y educarme de la mejor forma; a mi hermana por estar siempre ahí y ayudarme en los más mínimos detalles; a mi novia por aportarme su granito de arena y darme ánimos; a mi tutor Milton por su valiosa enseñanza y aportación; a mis jefes y amigos por las sabias palabras y ayuda constante que han hecho de este trabajo y el tiempo invertido en algo maravilloso.



## **DEDICATORIA**

Este trabajo realizado para finalizar mi carrera, está dedicado a mis padres Fabián y Myriam que desde pequeño me han guiado por el camino correcto. También está dedicado para mi hermana Ana Paula, mi tío Armando, mi tía Margarita, mi primo José, mi prima Clara y mi novia Irma que siempre han estado a mi lado y nunca me han dejado caer. Sin todos ellos, no hubiera llegado donde estoy.

## RESUMEN

El realizar deporte y ejercitación física en el país, se ha convertido en un estilo de vida. Hoy en día, debido al alto índice de aumento de enfermedades por diferentes causas como el sedentarismo, la alimentación, posturas inadecuadas y el estrés que se vive a diario, los usuarios buscan realizar técnicas alternativas que permitan crear un equilibrio entre cuerpo y mente mucho más saludable y beneficiosa para ellos. De allí, nace la idea de implementar un centro de acondicionamiento físico y ejercicios funcionales en la ciudad de Quito.

La investigación de mercados se basó en el método cualitativo donde se realizó entrevistas a expertos en el tema de técnicas alternativas y a centros relacionados con la industria con el propósito de conocer el mercado; y el método cuantitativo se usó la técnica de encuestas usando el modelo descriptivo no probabilístico por conveniencia. De la investigación, se recabo información vital sobre lo que desea el cliente y cómo se puede adaptar sus necesidades al modelo de negocio en cuanto a precio, horarios, servicios, técnicas a impartir, entre otras.

El modelo de negocio se basa en ofrecer un servicio de enseñanza de técnicas alternativas de ejercitación física y mental. Estas técnicas alternativas son impartidas por entrenadores certificados y capacitados como: Chi Kung, Fusion Fitness, Budokan y Meditación Nataraj. Este tipo de técnicas tiene varios beneficios para la persona: a) Ayuda a mantener una salud adecuada; b) Ayuda a tener una buena respiración y flexibilidad; c) Previene el nerviosismo y evita el cansancio físico y mental; e) Mejora completamente la calidad de vida de la persona.

El mercado objetivo de Dharana son personas de nivel socioeconómico medio, medio alto y alto que viven el Norte de Quito que gustan realizar ejercicio físico-mental. Los principales motivadores para los usuarios son características

psicográfica y comportamental: mantener una salud adecuada, sentirse bien consigo mismo y mejorar su rendimiento físico y mental.

La estrategia general de marketing es la de diferenciación debido a que Dharana se distinguirá por la enseñanza de técnicas alternativas apoyadas por entrenadores capacitados para evitar lesiones dispuestas en un ambiente acogedor de paz y tranquilidad con horarios flexibles. En cuanto al marketing mix, el producto son las distintas técnicas alternativas a impartirse. El precio de la membresía mensual es de USD 42 dólares e inscripción de USD 60 dólares. La estrategia de publicidad y promoción es la de jalar, es decir, dirigir las actividades de marketing hacia los usuarios incentivándolos a asistir a Dharana; a través de redes sociales, mailing directo y publicaciones en revistas. El gasto de promoción y publicidad para antes del inicio de operaciones es de USD 11.149.60 dólares.

La inversión inicial para Dharana es de USD 68.401,47 dólares. El 80% (USD 54.721,17 dólares) será cubierto por los socios y el 20% (USD 13.680,29 dólares) será cubierto por préstamo bancario. Se realizó los estados financieros en los tres escenarios posibles para determinar la viabilidad del Centro y en cada uno de ellos el VAN y la TIR dieron positivos. El VAN en el escenario inversionista esperado dio USD 44.426,04 dólares y la TIR 32.91%. Para lograr el punto de equilibrio se necesitan 86 personas paguen la inscripción y la membresía mensual por 1 año.

## ABSTRACT

Performing physical exercise and sport in the country, has become a lifestyle. Today, due to the high rate of increase of diseases for various reasons such as sedentary lifestyle, diet, poor posture and stress people live daily; they search alternative techniques that create a balance between body and mind more healthy and beneficial for them. From there, the idea to implement a fitness center and functional exercises in the city of Quito is viable.

Market research is based on qualitative method where the expert interviews talked about the topic of alternative techniques and related industries in order to know the market; the quantitative method used were surveys using the non-probability convenience descriptive model. With this research, valuable information was obtained about what customers wants and how Dharana can adapt their needs to the business model in terms of price, schedules, services, techniques taught, among others.

The business model is based on offering a service of teaching alternative techniques of physical and mental exercise. These alternative techniques are taught by certified trainers such as: Chi Kung, Fusion Fitness, Budokan and Meditation Nataraj. Such techniques have several benefits for the individual: a) It helps to maintain a proper health; b) It helps to have a good breathing and flexibility; c) Prevents nervousness and physical and mental fatigue; e) Improves the quality of life completely on the person.

The target market of Dharana are people of middle, high and higher socioeconomic level that lives in the North of Quito and love to perform physical-mental exercise. The main motivators for users are psychographic and behavioral characteristics such as: to maintain adequate health, feeling good about themselves and to improve their physical and mental performance.

The overall marketing strategy is the differentiation because Dharana is distinguished by teaching alternative techniques supported by qualified coaches

willing to avoid injury in a warm atmosphere of peace and calm with flexible hours. In the marketing mix, the product is the alternatives techniques to be taught. The price of the monthly membership is \$42 dollars and \$60 dollars the registration. The advertising and promotion strategy is to pull, that is that the all the marketing activities towards people to encourage them to attend Dharana. Social networks, direct mail and magazine publications are some of the activities that Dharana will do. The promotional and advertising spend before the start of operations is \$11.149.60 dollars.

The initial investment is \$68.401,47 dollars, 80% (\$54,721.17 dollars) will be covered by the shareholders and 20% (\$13,680.29 dollars) will be covered by bank loans. The financial statements were conducted in three possible scenarios to determine the viability of the Center. In all the scenarios the VAN and TIR were positive. The VAN in the expected scenario investor gave \$44.426,04 dollars and TIR 32.91%. To achieve the balance point, 86 people are required to pay registration and monthly membership for 1 year.

## ÍNDICE

1	INTRODUCCIÓN .....	1
1.1	Aspectos Generales.....	1
1.1.1	Antecedentes .....	1
1.1.2	Objetivo General .....	3
1.1.3	Objetivos Específicos.....	3
1.1.4	Hipótesis .....	4
2	LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y EL SERVICIO .....	5
2.1	La industria .....	5
2.1.1	Tendencias.....	5
2.1.2	Estructura de la industria .....	6
2.2	Factores económicos y regulatorios.....	10
2.2.1	Producto Interno Bruto .....	10
2.2.2	Contribuciones al crecimiento por sector económico .....	12
2.2.3	Ingreso per cápita .....	13
2.2.4	Tasas de interés.....	14
2.2.5	Inflación.....	15
2.3	Factores regulatorios .....	16
2.3.1	Constitución de una compañía.....	17
2.3.2	Tributaciones.....	17
2.3.3	Permisos sanitarios y del Municipio .....	18
2.3.4	Permiso de bomberos .....	19
2.3.5	Registro de patente.....	19
2.3.6	Registro de marca (IEPI).....	20
2.3.7	Reglamento de salud y seguridad laboral .....	20
2.4	Factores políticos .....	21
2.4.1	Estabilidad política .....	21
2.4.2	Gobierno .....	22
2.5	Factores tecnológicos .....	24
2.6	Factores Ecológicos.....	25

2.7 Factores Sociales.....	25
2.7.1 Factores demográficos.....	25
2.7.2 Clasificación de la población.....	27
2.7.3 Estratos sociales.....	28
2.7.4 Cambios en el estilo de vida.....	28
2.7.5 Distribución del tiempo.....	29
2.8 Canales de distribución.....	30
2.9 Cadena de valor.....	31
2.10 Las 5 fuerzas de Porter.....	33
2.10.1 Rivalidad de empresas competidoras (media).....	34
2.10.2 Amenazas de nuevos competidores (alta).....	35
2.10.3 Poder de negociación de clientes (alto).....	35
2.10.4 Amenaza productos sustitutos (alta).....	35
2.10.5 Poder de negociación proveedores (bajo).....	36
2.11 La compañía y el concepto de negocio.....	37
2.11.1 La idea y el modelo de negocio.....	37
2.11.2 Estructura legal de la empresa.....	38
2.12 Misión, Visión, Valores y Objetivos.....	39
2.12.1 Misión.....	39
2.12.2 Visión.....	39
2.12.3 Valores.....	39
2.12.4 Objetivos.....	40
2.13 El producto y/o servicio.....	41
2.14 Estrategia de ingreso al mercado y crecimiento.....	44
2.14.1 Estrategia de ingreso al mercado.....	44
2.14.2 Estrategia de crecimiento.....	45
2.15 Análisis FODA.....	45
<b>3. INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y SU ANÁLISIS.....</b>	<b>51</b>
3.1 Determinación de la oportunidad de negocio.....	51
3.2 Problema de la investigación.....	51

3.3 Objetivo General .....	52
3.4 Objetivos específicos .....	52
3.5 Necesidad de información.....	52
3.5.1 Preguntas, objetivos e hipótesis.....	52
3.6 Segmentación de mercado .....	53
3.6.1 Segmentación geográfica .....	54
3.6.2 Segmentación demográfica .....	54
3.6.3 Segmentación psicográfica .....	54
3.6.4 Segmentación comportamental.....	54
3.7 Tamaño de mercado y tendencias .....	54
3.7.1 Mercado potencial.....	55
3.7.2 Mercado disponible .....	55
3.7.3 Mercado objetivo.....	55
3.8 Necesidad de información.....	56
3.9 Diseño de la investigación.....	57
3.9.1 Definición de la información necesaria.....	57
3.9.2 Análisis de datos secundarios.....	58
3.9.3 Investigación cualitativa .....	58
3.9.4 Investigación cuantitativa .....	61
3.9.5 Procedimiento de medición de escalamiento .....	61
3.9.6 Diseño cuestionario.....	61
3.9.7 Proceso de muestreo y tamaño de la muestra.....	61
3.9.8 Análisis de datos .....	63
3.10 Nivel de aceptación del servicio .....	69
3.11 Posicionamiento .....	69
3.12 La competencia y sus ventajas.....	70
3.13 Participación de mercados .....	72
3.14 Evaluación del mercado durante la implementación.....	73
4. PLAN DE MARKETING .....	74
4.1 Estrategias de marketing.....	74



4.1.1 Estrategia general de marketing (Diferenciación) .....	74
4.1.2 Estrategia de crecimiento (Desarrollo de mercados) .....	75
4.2 Ciclo de vida de Dharana .....	76
4.3 Producto/Servicio .....	77
4.3.1 Nivel de producto/servicio .....	80
4.3.2 Mezcla del producto/servicio .....	81
4.3.3 Horario .....	82
4.3.4 Branding.....	83
4.4 Política de precios.....	86
4.4.1 Estrategia de ingreso al mercado.....	86
4.4.2 Estrategia general (basado en el buen valor) .....	87
4.4.3 Proyección de ventas.....	88
4.4.4 Táctica de ventas .....	89
4.4.5 Política de servicio al cliente y garantías .....	90
4.5 Plaza/Distribución .....	91
4.6 Promoción y Publicidad.....	92
<b>5. PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN .....</b>	<b>105</b>
5.1 Estrategia de operaciones.....	105
5.2 Ciclo de operaciones.....	106
5.3 Requerimientos de equipos y herramientas .....	109
5.4 Instalaciones y mejoras.....	111
5.5 Localización geográfica y requerimientos de espacio físico .....	112
5.6 Capacidad de almacenamiento y manejo de inventarios.....	113
5.7 Aspectos regulatorios y legales.....	114
<b>6. EQUIPO GERENCIAL .....</b>	<b>117</b>
6.1 Estructura organizacional.....	117
6.1.1 Organigrama .....	117
6.2 Personal Administrativo clave y sus responsabilidades.....	118
6.2.1 Perfil de puestos .....	119
6.3 Compensación a administradores y accionistas.....	122

6.4 Políticas de empleo y beneficios .....	124
6.5 Derechos y restricciones de accionistas e inversores .....	125
6.6 Equipo de asesores y servicios .....	125
<b>7. CRONOGRAMA GENERAL .....</b>	<b>126</b>
7.1 Actividades necesarias para poner el negocio en marcha.....	126
7.2 Diagrama de Gantt.....	127
7.3 Riesgos e imprevistos .....	128
<b>8. RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS .....</b>	<b>130</b>
8.1 Supuestos y criterios utilizados .....	130
8.2 Riesgos y problemas principales.....	131
<b>9. PLAN FINANCIERO .....</b>	<b>133</b>
9.1 Inversión inicial.....	133
9.2 Fuentes de ingresos.....	134
9.3 Egresos .....	134
9.4 Margen bruto y margen operativo .....	135
9.5 Estado de resultados proyectado .....	135
9.6 Estado de situación financiera proyectado .....	136
9.7 Flujo de efectivo proyectado .....	137
9.8 Punto de equilibrio .....	141
9.9 Control de costos importantes.....	142
9.9.1 Indices financieros.....	142
9.10 Valuación .....	145
<b>10. PROPUESTA DE NEGOCIO.....</b>	<b>146</b>
10.1 Financiamiento deseado .....	146
10.2 Estructura de capital y deuda buscada.....	146
10.3 Capitalización .....	146
10.4 Uso de fondos .....	146
10.5 Retorno para el inversionista.....	147

11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	148
11.1 Conclusiones.....	148
11.2 Recomendaciones.....	149
REFERENCIAS.....	151
ANEXOS .....	155

# 1 INTRODUCCIÓN

## 1.1 Aspectos Generales

### 1.1.1 Antecedentes

La actividad y el ejercicio físico han estado asociados a las personas desde el inicio de los tiempos, desde que los seres humanos eran nómadas y realizaban ejercicio físico al realizar sus actividades diarias como la caza, pesca, recolección de alimentos, entre otras.

La práctica deportiva se puede evidenciar al hablar de la antigua civilización griega y su práctica del ejercicio físico para la guerra y de sus primeros Juegos Olímpicos Antiguos o también los Chasquis del Imperio Inca en Latinoamérica con su preparación física para las carreras maratónicas haciendo de mensajeros. Según Gabriel Flores Allende, el ejercicio físico es una actividad planificada y estructurada cuya finalidad es hacer trabajar el organismo con la prioridad de lograr una buena salud. (Efdeportes, 2010)

Realizar una actividad física de forma regular y sistemática se ha consolidado como un hábito entre las personas y es relacionado como una acción muy beneficiosa en cuanto al desarrollo de estilos de vida saludables, prevención de enfermedades, rehabilitación de lesiones y mejoramiento del rendimiento del cuerpo y la mente.

Por otro lado, el ejercicio aumenta los niveles de energía y ayuda a sentirse mejor emocionalmente porque el cuerpo produce una endorfina, una sustancia química, que hace que el cuerpo se sienta emocionalmente contento y aliviado, proporciona a su vez una verdadera sensación de logro y orgullo por alcanzar metas propuestas.

Últimamente, se ha incrementado el número de personas que realiza ejercicios y deporte en el Ecuador debido al alto porcentaje de estadísticas que hacen que las personas incurran en la práctica deportiva. El 26% de adolescentes, el 30% de hombres en edad adulta y el 40% de mujeres no practican deporte. Aproximadamente el 50% de personas entre 10 a 59 años sufren de pre-hipertensión y obesidad abdominal, el 20% de hipertensión y un 26% de jóvenes sufre de sobrepeso. (INEC, 2013) Además, el 10% de los ecuatorianos sufre de estrés y el 14% tiene el colesterol alto según un estudio realizado por la empresa GFK (compañía alemana ubicada entre las mejores compañías del mundo en investigación de mercados) en el año 2012. Datos actualizados para el presente año no se pueden evidenciar.

Es por eso, que el realizar deporte y ejercitación física en el país se ha convertido en una tendencia dentro de la sociedad. Poco a poco se han venido creando centros donde la gente asiste a practicar técnicas alternativas a los gimnasios como lo es el yoga y técnicas meditativas, de estos centros existen muy pocos en el país y en la ciudad de Quito. Cada vez más la gente prefiere y demanda nuevos métodos que no sólo les ayude a tener una buena ejercitación física sino que se complemente con la ejercitación mental creando una combinación entre cuerpo y mente mucho más saludable y beneficiosa.

Entonces, ya no es solo buscar ejercitar el cuerpo en gimnasios, ir a competencias atléticas o jugar los diversos deportes como el fútbol, básquet, vóley entre otros, ahora las personas necesitan de un lugar dónde poder combinar la ejercitación mental y física debido al alto índice de aumento de enfermedades por causa del sedentarismo, la contaminación, la alimentación inadecuada, posturas inadecuadas y el estrés que se vive a diario. Este último, es un factor clave para la búsqueda de alternativas que mejoren en todo sentido su estado corporal mental porque influye mucho en el estado emocional de las personas. Este tipo de alternativas como el Yoga, Chi Kung, Fusion Fitness, Acroyoga, Reiki, Taichí, Píloga, Budokan, Sistema de Amplificación de Movimientos Funcionales. Dichas técnicas benefician a tener una salud adecuada; mantener el cuerpo joven y bello; tener una buena respiración y

flexibilidad, una correcta circulación y digestión, previene el nerviosismo y evita el cansancio físico y mental mejorando completamente la calidad de vida de la persona.

Basado en el análisis hecho, nace la idea de crear un Centro de Acondicionamiento Físico y Ejercicios Funcionales dónde las personas tendrán una alternativa diferente a la de gimnasios convencionales donde se elimina las máquinas y se incrementan las técnicas de ejercitación física que combinan el cuerpo y la mente ayudando así también a prevenir problemas antes mencionados.

En conclusión, en dicho Centro se prevé contar con varias técnicas que serán desarrolladas por expertos como: Fusion Fitness, Chi kung, Paleotraining y Meditación Nataraj como actividades principales; Doga y sesiones de estiramiento como actividades complementarias que en la investigación de mercados que se realizará se podrán determinar las que formarán parte de los servicios del mismo.

Se desarrollará un horario con las diferentes técnicas para que no todos los días se practiquen las mismas sino existe variedad para un mejor gusto del cliente, además de implementar constantemente nuevas técnicas en el Centro.

### **1.1.2 Objetivo General**

Determinar la viabilidad de un plan de negocio de un Centro de Acondicionamiento Físico y Ejercicios Funcionales en la Ciudad de Quito.

### **1.1.3 Objetivos Específicos**

- Realizar un análisis de la industria usando PESTEL y PORTER para determinar la existencia de barreras de entrada para la implementación del Centro.

- Analizar mediante una investigación de mercado los gustos, preferencias e intención de compra del mercado objetivo para identificar el nivel de aceptación del Centro.
- Diseñar un plan de marketing para el Centro utilizando estrategias de marketing.
- Elaborar un plan de operaciones sobre las actividades que el Centro desarrollará.
- Desarrollar una adecuada estructura organizacional del Centro mediante la selección del mejor personal posible para el cumplimiento de los objetivos planteados y así generar un mayor valor agregado al cliente.
- Determinar un cronograma de actividades para la puesta en marcha del Centro.
- Identificar los riesgos críticos y problemas que pueden afectar el funcionamiento del Centro para determinar medidas correctivas.
- Diseñar un plan financiero para determinar la viabilidad y factibilidad del Centro usando proyección de estados e índices financieros.

#### **1.1.4 Hipótesis**

- La implementación de un Centro de Acondicionamiento Físico y Ejercicios Funcionales en la ciudad de Quito es viable.

## 2 LA INDUSTRIA, LA COMPAÑÍA Y EL SERVICIO

### 2.1 La industria

El Centro de Acondicionamiento Físico y Ejercicios Funcionales, es un proyecto que promueve ejercitación física combinada la ejercitación mental. El Centro, se encuentra dentro de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas en la letra P que es de Enseñanza y dentro de esta está ubicada en la P8541.02 que es Enseñanza de gimnasia, yoga y otras técnicas alternativas al yoga. (INEC, 2012)

Tabla 1. Clasificación de la industria

<b>Clasificación Industrial Internacional Uniforme</b>	
<b>Código</b>	<b>Descripción</b>
P85	Enseñanza
P854	Otros tipos de enseñanza
P8541	Enseñanza Deportiva y Recreativa
P8541.02	Enseñanza de gimnasia, yoga

Tomado de INEC, 2012.

Se le considera al Centro dentro de esta clasificación porque está completamente relacionada a la categoría que es la enseñanza deportiva y recreativa de gimnasia, yoga y demás técnicas alternativas en las cuales la persona puede combinar al mismo tiempo un desarrollo integral que comprende las facetas físicas y mentales.

#### 2.1.1 Tendencias

Hoy en día, en un mundo globalizado como el que vivimos, las personas disponen de menos tiempo para entrenarse y necesitan de un entrenamiento más efectivo y completo. Es muy frecuente ver a las personas salir a correr al parque, realizar ejercicios, ir al gimnasio o buscar nuevas alternativas para la práctica deportiva y ejercitación física. Las personas han generado un gusto por hacer deporte, por buscar una salida a todo lo demás y tener un tiempo para ellos mismos buscando así una felicidad interior y el sentirse a gusto.



Es muy común escuchar hablar de los problemas que las personas tienen debido a la falta de ejercitación. El sedentarismo, el estrés, los problemas de salud como la presión alta, hipertensión u obesidad; entre otros factores son los más comunes debido a la falta de actividad física. Todos estos factores hacen que el hacer deporte sea considerado parte de sus vidas y del tiempo personal que destinan. Se ha generado una conciencia de ejercitación dentro de la sociedad que nace como una solución a todos estos problemas.

A través del Plan Nacional del Buen Vivir, el Ministerio del Deporte y el Gobierno Nacional, han impulsado diversas campañas deportivas fomentando la práctica deportiva de niños, jóvenes y adultos. “Haz tu vida con el deporte” es el nombre de la campaña que incentiva la practicar deportiva en el Ecuador. (Suramérica, 2013) Entre otras campañas, “Quito Activo y Saludable”, tiene el objetivo de mejorar la alimentación en niños y jóvenes mediante la práctica deportiva en escuelas y colegios. “Ecuador Activo has 30 minutos de actividad física”, es otra campaña lanzada por el Ministerio del Deporte para evitar el sedentarismo en el país. Además, en la ciudad existen varios lugares públicos donde las personas van a realizar actividad deportiva en parques como bailoterapia y gimnasia.

Este apoyo del gobierno hacia la práctica y ejercitación deportiva se convierte en una oportunidad para la creación de nuevos centros destinados brindar este servicio, fomentando aún más la tendencia de las personas con la aparición de la ejercitación funcional que quiere decir estimular el cuerpo y la mente con diversas técnicas que permite este complemento integral.

### **2.1.2 Estructura de la industria**

Datos encontrados del 2014 permite comparar al Ecuador con sus países vecinos en la industria P8541. En Perú existen 1.150 gimnasios y centros y la industria genera USD 1.120 millones de dólares en el año 2014. En Argentina existen 6.632 centros y genera USD 919 millones de dólares. Brasil tiene 23.398 centros y genera USD 2.358 millones de dólares. Chile tiene 1.687

centros y genera USD 152 millones de dólares. (International Health, Racquet & Sportsclub Association, 2014)

En el Ecuador el fitness y centros de ejercitación generaban USD 64 millones de dólares y tenía una penetración de participación de 1.5%, es decir, que el 1.5% de los ecuatorianos asistía a un gimnasio o centro físico. (International Health, Racquet & Sportsclub Association, 2011) Según la herramienta de SI Emprende del INEC, en Quito existían 83 empresas dentro de la industria en el 2011. (INEC, 2011) Estos datos más los datos encontrados en la Superintendencia de Compañías, Instituto de Estadística y Censos y el Servicio de Rentas Internas sobre el número de empresas existentes en los años 2012-2014 servirán como base para hacer una estimación más certera sobre cuantos negocios existen en la industria analizada en la ciudad de Quito.

Tabla 2. Número de empresas e ingreso total de la industria de Enseñanza Deportiva y Recreativa

Año	N° Empresas	Ingreso Promedio por centro \$	Inflación	Ingreso Total
2011	83	\$119,130	5.41%	\$9,887,790
2012	265	\$119,130	4.16%	\$32,882,739
2013	475	\$119,130	2.70%	\$58,114,592
2014	659	\$119,130	3.67%	\$81,387,865
2015*	1030	\$119,130	3.48%	\$165,404,857
2016*	1401	\$119,130	3.48%	\$224,982,723

Tomado de Directorio de empresas de la Superintendencia de Compañías, INEC y SRI, 2012-2014

El año 2015 y 2016 están proyectados en base al crecimiento promedio desde el año 2011 al 2014 tanto del número de empresas como la inflación anual.

Los principales competidores directos que se encuentran en el mercado son centros de yoga, boxes y centros de ejercitación física convencionales; cada uno con sus características diferenciales. Se deja de lado los gimnasios convencionales porque son centros donde la gente acude para tonificar el cuerpo y ejercitarse en base a máquinas cardiovasculares y físicas.

Centros de yoga.- Son centros independientes que ofrecen diversos estilos de yoga. Se concentran solo en la práctica del cuerpo y la mente donde no existen máquinas de ejercitación. Cuentan con varios expertos en el tema pero no es muy común que hay clases seguidas, sino se enfocan más en brindar cursos que tienen cierto tiempo de duración.

Boxes.- Más conocido como Crossfit, es un gimnasio donde se realizan entrenamientos constantemente variados y ejecutados a una alta intensidad. Su diferencia con un gimnasio convencional es que existen entrenadores especializados corrigiendo los movimientos de las personas en todo momento. (Crossfit Singular Box, 2015)

Centros de ejercitación física convencionales.- Son centros donde se imparten diferentes técnicas que involucran diferentes modalidades. Puede haber máquinas o solo implementos deportivos donde se pueden realizar diferentes técnicas con entrenadores especializados.

Otro dato interesante que se puede mencionar es la creación de parques activos que consiste en implementar máquinas de ejercitación física hechas en el país en parques de las principales ciudades. Al año 2013 se han implementado 300 máquinas y genera ingresos de USD 200 mil dólares para los proveedores de equipos. (Revista Líderes, 2013)

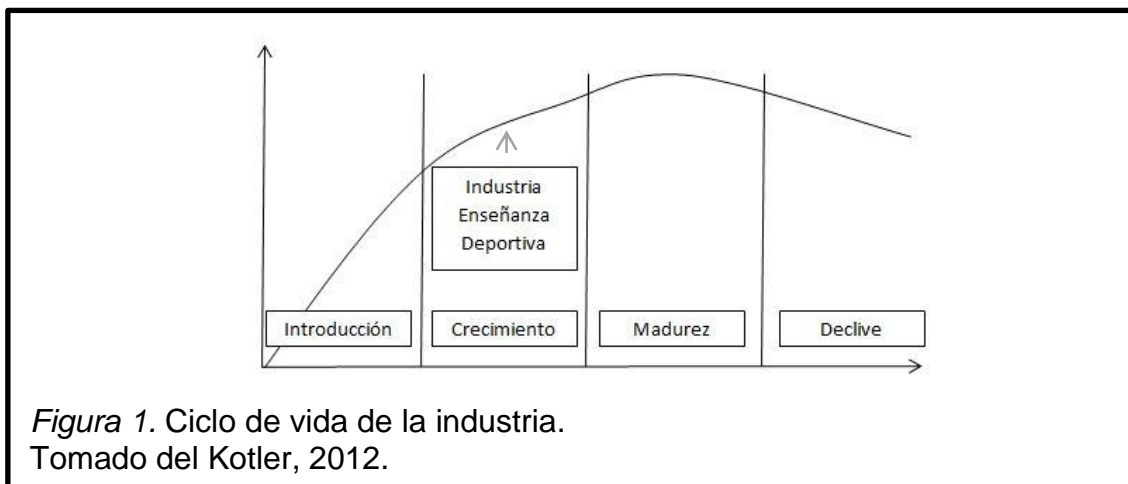
Es importante mencionar el movimiento de la industria analizada (P8541) en las ciudades de Guayaquil y Cuenca, la apertura de nuevos centros de ejercitación física con diversas técnicas funcionales se ha incrementado. (Diario Hoy, 2013) En Guayaquil existen más de 700 centros de ejercitación física, en Cuenca unos 400. A los centros asisten en promedio entre 1.500 personas por mes. El promedio que los clientes pagan se encuentra entre los USD 40 a USD 80 dólares mensuales por las clases y USD 70 a USD 100 dólares por las membresías.

La industria no requiere una inversión alta en cuanto a la infraestructura debido a que no se usan máquinas para su práctica y se aprovecha también el aire libre para poder desarrollar las clases. Por otro lado, en cuanto a la inversión de entrenadores, se debe considerar un rubro específico debido a que son personas capacitadas y especializadas en las técnicas alternativas.

Según la Revista Líderes (Revista Líderes, 2014) en los últimos 5 años el crecimiento de entrenadores ha sido exponencial y ese crecimiento se debe al alza del incremento de personas que buscan realizar ejercitación física. El ser entrenador se ha convertido en una profesión más y hay que estar actualizándose constantemente, la competencia en el mercado es igual que todas las demás profesiones. Las funciones de ser entrenador deportivo va más allá de solo dar órdenes, involucran temas de nutrición, anatomía, primeros auxilios, biología, entre otros que ayudan a complementar el trabajo que realiza.

En el mercado existen muchos entrenadores que se autodenominan como profesionales, sin embargo, son personas que no tienen un título o certificado que lo avale e incursionan en el mundo deportivo por la experiencia que han obtenido a lo largo de sus años. Por otro lado, hay quienes si se involucran en el deporte en carreras relacionadas y luego buscan especializaciones en el extranjero. En el Ministerio del Deporte no hay datos certeros de cuantos entrenadores certificados hay en el país. (Revista Líderes, 2014).

Según los datos antes mencionados, se demuestra que la industria está teniendo un crecimiento y desarrollo en el país y en la ciudad de Quito. La industria se encuentra en una etapa de CRECIMIENTO. Esto genera una oportunidad atractiva para ingresar al mercado y que más competidores ingresen por lo que hay que saber diferenciarse e implementar estrategias que permitan generar un valor único hacia los clientes y éste será el valor diferencial para el Centro "Dharana".

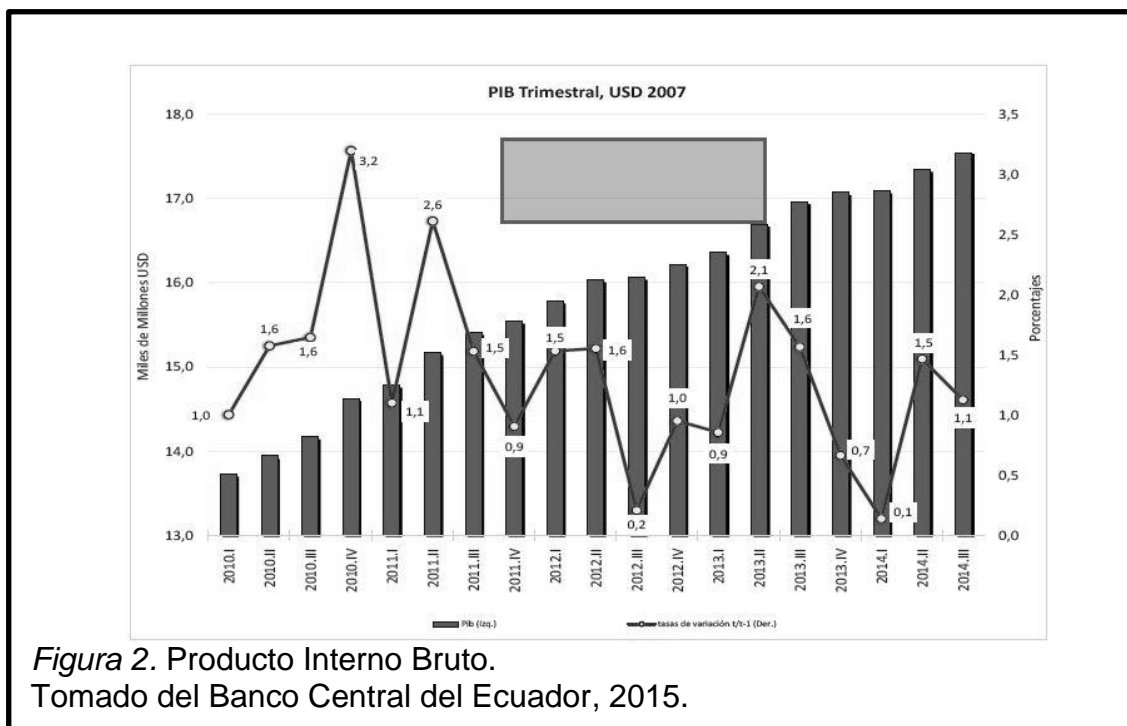


## 2.2 Factores económicos y regulatorios

En las figuras que se van a explicar en el documento, se hace un análisis de las estadísticas macroeconómicas del Banco Central del Ecuador de abril de 2015. Cabe mencionar que hay algunas cifras de los años 2013, 2014 y 2015 que servirán para dicho análisis.

### 2.2.1 Producto Interno Bruto

A partir de enero de 2010 hasta el tercer trimestre de 2014, el PIB ha venido teniendo un constante crecimiento económico de un 3.4%, ubicando al PIB en USD 17,542 millones. La proyección para el 2015 de la economía tiene muchas variaciones de acuerdo a diversos entes debido a la baja del petróleo. El Banco Central del Ecuador sostiene que el crecimiento será de un 3.4%; mientras que organismos nacionales e internacionales como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sostiene un 3,8%; la Unidad de Investigación Económica EKOS de un 3,7%; y la Corporación de Estudios para el desarrollo (CORDES) del 1,7%. (Banco Central del Ecuador, 2015)



*Figura 2. Producto Interno Bruto.*  
Tomado del Banco Central del Ecuador, 2015.

La economía ecuatoriana tiene un crecimiento constante anual beneficiando al país y a los ciudadanos por generar empleo y producción generando así confianza en las familias, empresas y mercados ecuatorianos brindando un mayor poder adquisitivo y mayores inversiones.

Sin embargo, para este 2015, la economía ecuatoriana está estancada debido a las constantes bajas del precio del petróleo lo que ha motivado al Gobierno a realizar varios ajustes en la economía como son las restricciones a las importaciones de 23 sub partidas arancelarias lo que ha provocado el alza de precios de varios productos y servicios que podrían afectar a la industria P85.

A continuación, se presenta datos importantes para el giro del negocio en relación a la contribución que tiene el sector de enseñanza al crecimiento del PIB.

## 2.2.2 Contribuciones al crecimiento por sector económico



El sector de enseñanza y servicios sociales y de salud tiene una contribución positiva del 0.19 al crecimiento del PIB. Esto indica que este sector está aportando al crecimiento del económico del país beneficiando la aparición y desarrollo de nuevas empresas relacionadas a este sector.

Tabla 3. Crecimiento anual industria Enseñanza

<b>Año</b>	<b>Miles de dólares</b>	<b>Tasa Variación Anual</b>
2003	2.186.482	2,6
2004	2.680.823	3,6
2005	3.099.350	4,8
2006	3.525.031	4,2
2007	3.932.127	4,5
2008	4.726.952	5,7
2009	5.184.997	7,8
2010	5.750.070	7,2
2011	5.995.846	4,6
2012	6.943.301	6,8
2013	7.453.974	1,6

Tomado de Banco Central, 2015.

La industria de enseñanza (P85), desde el año 2003 al 2013 ha tenido un crecimiento variado y sostenido. Se considera este factor como un beneficio para emprender en nuevos negocios relacionados a la industria. El Gobierno, mediante su política de nuevos sectores estratégicos y el Código de la Producción, permiten el crecimiento de emprendimientos brindando facilidades y beneficios fiscales y tributarios para la creación de nuevos negocios en el país como se los menciona la Tabla 7 del presente documento.

### 2.2.3 Ingreso per cápita

Tabla 4. Ingreso per cápita

<b>País</b>	<b>Año</b>			
	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>
Ecuador	\$ 4.636,70	\$ 5.199,70	\$ 5.655,90	\$ 6.002,90

Tomado de Banco Mundial, 2015.

Según el Banco Mundial (2015) para el año 2013, el ingreso per cápita por persona fue de \$ 6.002,90 dólares. Teniendo un ingreso relativamente medio, se puede deducir que los ecuatorianos disponen de un margen aceptable para destinar cierta cantidad de dinero en empresas de enseñanza y ejercitación física.



## 2.2.4 Tasas de interés

### 2.2.4.1 Tasa activa

Según la tendencia, la tasa activa al mes de abril del 2015, es de 8.09% Al tener un interés relativamente alto, limitará la posibilidad de solicitar préstamos a los bancos lo que dificultaría el poder tener un capital para la inversión del negocio.

Tabla 5. Variaciones de la tasa de interés activa.

FECHA	VALOR
abr-15	8.09 %
mar-15	7.31 %
feb-15	7.41 %
ene-15	7.84 %
dic-14	8.19 %
nov-14	8.13 %
oct-14	8.34 %
sep-14	7.86 %
ago-14	8.16 %
jul-14	8.21 %
jun-14	8.19 %
may-14	7.64 %
abr-14	8.17 %

Tomado de Banco Central Ecuador, 2015.

Se detalla en la Tabla 6, la tasa activa referencial y la tasa activa máxima según el Banco Central para los distintos sectores que se pueden solicitar préstamo.

Tabla 6. Tasas de interés activa referencial y máxima.

Tasas Referenciales		Tasas Máximas	
Tasa Activa Efectiva Referencial	% anual	Tasa Activa Efectiva Máxima	% anual
Microcrédito Acumulación Ampliada	22.18	Microcrédito Acumulación Ampliada	25.50
Microcrédito Acumulación Simple	24.86	Microcrédito Acumulación Simple	27.50
Microcrédito Minorista	28.02	Microcrédito Minorista	30.50
Productivo Corporativo	8.09	Productivo Corporativo	9.33
Productivo Empresarial	9.54	Productivo Empresarial	10.21
Productivo PYMES	11.16	Productivo PYMES	11.83

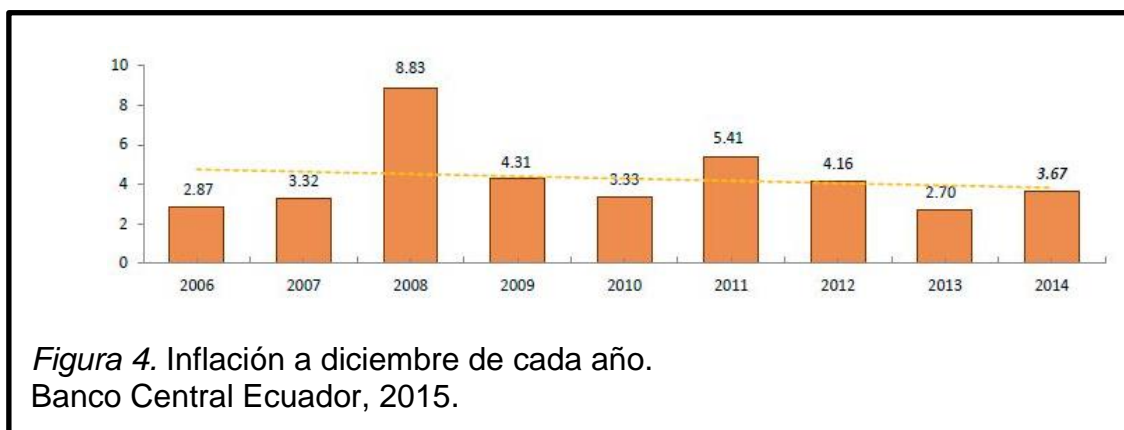
Tomado de Banco Central Ecuador, 2015.

La opción de solicitar un crédito se podría tomar en cuenta en caso de que el Centro de Acondicionamiento Físico y Ejercicios Funcionales necesite inversión o fondos para su correcto funcionamiento. Las tasas de los microcréditos son altas, debido a que los préstamos de menos de USD 100.000 dólares tienen un riesgo muy elevado a la hora de solicitar préstamos.

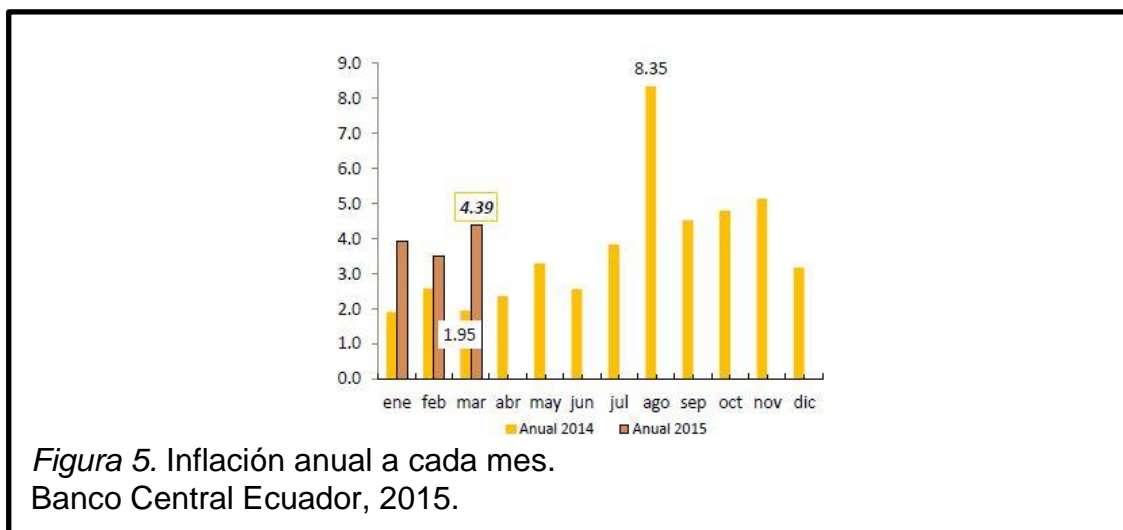
### 2.2.5 Inflación

La tasa de inflación ha venido variando durante los últimos años. En el año 2008 hubo un porcentaje de 8.83% siendo este muy alto en relación a los últimos años. Posteriormente, ha venido decreciendo el porcentaje hasta diciembre de 2014 en un 3.67%, representando una estabilidad razonable y permitiendo un desarrollo productivo del mercado y del país.

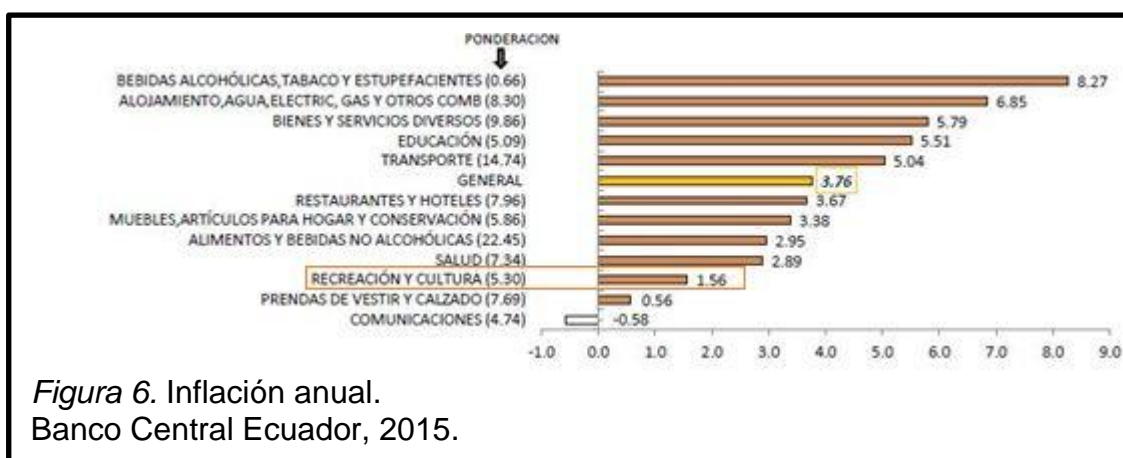
Según el INEC, Quito se encuentra dentro de las ciudades que menos inflación tiene en relación a las demás ciudades del país. (INEC, 2015)



Como se muestra en la Figura 4, la inflación a marzo de 2015 se encuentra en 4.39% muy superior al porcentaje en relación al mismo mes del año pasado de 1.95%. Esta alza se da debido a las restricciones que han existido en las agrupaciones de Bebidas Alcohólicas; Bienes y Servicios Diversos; Alimentos y Bebidas No Alcohólicas y Educación. Dicha inflación puede causar incremento en los precios de los materiales, equipamientos, accesorios e inmuebles que se usarán en el Centro.



El sector de recreación y cultura, en el que se encuentra ubicado el Centro de Acondicionamiento, tiene un inflación anual de 1.56%. Es un porcentaje baja en relación a otros sectores, lo que se convierte en una oportunidad para emprender en negocios relacionados a la industria. (Banco Central del Ecuador, 2015)



### 2.3 Factores regulatorios

Dentro de las normativas y leyes que una empresa establecida en el país debe registrarse está: permisos para la constitución de una compañía, tributaciones y permisos sanitarios y del Municipio (LUAE), permiso de bomberos, registro de patente, registro de marca (IEPI) y las regulaciones del reglamento de salud y seguridad laboral. Toda esta reglamentación será indispensable para la implementación del Centro en la ciudad de Quito.

### 2.3.1 Constitución de una compañía

Para constituir la empresa se debe regir a los parámetros de la Superintendencia de Compañías y Valores siguiendo el proceso reglamentario que se muestra en la Tabla 7.

Tabla 7. Proceso para crear una empresa en el Ecuador

PASO	DESCRIPCIÓN
Nombre de la empresa	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dirigirse a la Superintendencia para reservarlo.</li> <li>• En caso de que no esté registrado hay un plazo de 30 días de reserva.</li> <li>• Abrir la “Cuenta de Integración de Capital”, monto mínimo de USD 400 dólares.</li> </ul>
Escritura de la Constitución	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debe ser elaborado por un abogado y notariado.</li> </ul>
Registro Mercantil	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una vez aprobada, ingresarla a la Superintendencia y al Registro Mercantil.</li> <li>• En caso de errores, será devuelta para su corrección.</li> </ul>
Registro en la Superintendencia de Compañías	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuando haya sido inscrita en el Registro Mercantil, inscribir en el libro de registro en la Superintendencia.</li> </ul>
Creación del RUC	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Crear el RUC en el SRI.</li> </ul>

Tomado de Superintendencia de Compañías y Valores, 2014.

### 2.3.2 Tribuciones

Las empresas en el Ecuador, deben estar sujetas a las tribuciones. Debido a las transacciones y actividades económicas. (Lataxnet, 2015) Los principales impuestos son:

Impuesto a la renta.- Es del 22% sobre la totalidad de los ingresos gravables. Si una empresa reinvierte sus utilidades, tiene una reducción del 10% del

impuesto. Las compañías actúan como agente de retención en pagos o créditos que brindan el servicio a personas y/u organizaciones.

Impuesto al Valor Agregado.- Más conocido como el IVA, su porcentaje es del 12% sobre todos los bienes y servicios prestados. Sin embargo, en sectores como la salud y educación la tarifa es del 0%.

Impuesto a los consumos especiales.- En cuanto al Centro, está exento del ICE que es un impuesto a bienes especiales como el tabaco, bebidas alcohólicas, vehículos, entre otros.

Impuesto del municipio sobre los activos totales.- Tarifa del 0.15% aplicada por el Municipio correspondiente sobre los activos totales de la empresa.

Pago de utilidades a trabajadores.- este valor se paga cada 15 de abril de cada año y corresponde al 15% de utilidades generadas por la empresa.

Todas estas tributaciones deben ser tomadas en cuenta a la hora de constituir el Centro y estar dentro de las responsabilidades legales a cumplirse.

### **2.3.3 Permisos sanitarios y del Municipio**

En la Constitución de la República del Ecuador en el artículo 361, menciona que el Estado es quien debe ejercer rectoría en el sistema de salud nacional a través de un ente que regule, norme y controle todas las actividades relacionadas a la salud. (Ministerio de Salud Pública, 2014)

Las empresas también deben regirse al LUAE, documento habilitante del Municipio Metropolitano de Quito, que autoriza el ejercicio de actividades económicas de cualquier establecimiento ubicado en la ciudad. Para lograr este documento se lo puede hacer mediante la página web del Municipio o con el formulario impreso. (Servicios Ciudadanos Quito, 2015)

Se debe seguir el siguiente proceso:

- Informe de compatibilidad y uso de suelo.
- Permiso sanitario y de bomberos.
- Rotulación del negocio y permiso ambiental.
- Licencia y permiso de funcionamiento anual de la intendencia de Policía.

#### **2.3.4 Permiso de bomberos**

Permiso que el Cuerpo de Bomberos emite a los locales para su funcionamiento. Existen 3 tipos de permisos, para la industria de Enseñanza se usará el permiso de Tipo A que son empresas, industrias, fábricas, centros, entre otros; en el cual se encuentra la actividad del Centro de Acondicionamiento. (Cuerpo de Bomberos, 2015)

Los requisitos son:

- Inspección del local por parte del Cuerpo de Bomberos.
- Informe de la inspección.
- Copia de RUC y de la calificación.

#### **2.3.5 Registro de patente**

La patente es un registro obligatorio aplicado a personas naturales, jurídicas, sociedades que se encuentren dentro de Quito que realicen actividades comerciales, financieras, industriales y profesionales. Dicho proceso se puede hacer a través de la página web de Servicios Ciudadanos de Quito. (Trámites Ecuador, 2013) Los requisitos son:

- Formulario de inscripción de patente.
- Copia de cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal.

El nombre del Centro será: Dharana Centro Deportivo. La palabra Dharana proviene del sánscrito “concentración completa o concentración correcta”. Su

nombre se basa en la combinación de ejercicio físico y mental que se desarrollará en el Centro.

### **2.3.6 Registro de marca (IEPI)**

Al abrir un nuevo negocio en el país, es necesario protegerlo de alguna forma para evitar un mal uso de terceros. El Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, es el ente regulador de las marcas en el país. Al registrar la marca, se están registrando y protegiendo, nombre; logotipo y demás caracteres asociados a la empresa. (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, 2015)

Para registrar una marca es necesario:

- Depositar USD 208 dólares en el Banco del Pacífico.
- Ingresar al portal web del IEPI a la sección formularios.
- Llenar el formulario a computadora, imprimirla y firmarla.
- Adjuntar 3 copias de la solicitud a blanco y negro y 2 copias el comprobante de pago.
- Persona natural, se debe adjuntar la copia de cédula.
- Persona jurídica, se debe adjuntar una copia notariada de ser el representante legal de la empresa.
- Se debe adjuntar seis (6) imágenes a color de la marca de 5cm por 5cm.
- Juntar y entregar todos los documentos al IEPI.

### **2.3.7 Reglamento de salud y seguridad laboral**

Todas las organizaciones y empresas dentro del país deben cumplir la normativa de Seguridad y Salud laboral. Hoy en día, el Ministerio de Trabajo y el IESS, se encargan de controlar el cumplimiento de dicha normativa e implementación dentro el lugar de trabajo. (Ministerio de Relaciones Laborales, 2013) Dentro de las principales obligaciones que se debe cumplir está:

- Cumplir el Reglamento de Seguridad y Salud laboral.
- Adoptar medidas de prevención en el lugar de trabajo.

- Mantener un adecuado espacio de trabajo.
- Instruir sobre los riesgos de trabajo en las distintas áreas.
- Dar un ejemplar del reglamento a los trabajadores.

En el artículo 434 del Código de trabajo, menciona que una empresa que cuente con más de 10 trabajadores, debe tener un Reglamento de Higiene y Seguridad. (Ministerio de Relaciones Laborales, 2013) El proceso para obtener la aprobación es el siguiente:

1.- Ingreso de documentación de la empresa en el Ministerio.

- Solicitud de aprobación por parte del representante legal dirigido al Director regional de Trabajo.
- CD con el Reglamento en formato Word.
- Formulario RHS-001 disponible en la página web del Ministerio.
- Resultado examen de riesgos de la empresa.
- Copia certificada del nombramiento del representante legal.
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.
- RUC.
- Certificado de Cumplimiento de Obligaciones del IESS.
- Declaración Juramentada del representante legal.

2.- El Ministerio revisa la documentación.

3.- En caso de existir observaciones el representante legal deberá subsanar la documentación. Si no existen observaciones, el Ministerio entrega el Reglamento aprobado y su resolución emitida.

## **2.4 Factores políticos**

### **2.4.1 Estabilidad política**

Desde el año 2007, el Presidente Constitucional del Ecuador ha sido el Eco. Rafael Correa. Desde su elección hasta el día de hoy el Presidente sigue en su



cargo dando así una estabilidad política que permite reactivar en el país la economía para que la industria sea más atractiva para inversionistas. En los últimos años, se han manejado varias restricciones sobre las importaciones que han ayudado al empresario ecuatoriano a desarrollar nuevas ideas de negocio locales. A su vez, dichas medidas también han incrementado el costo de vida de cada habitante en el Ecuador.

Existiendo una estabilidad política, es una oportunidad para las empresas y a su vez para la industria de enseñanza de yoga y otras técnicas, generando así una confianza para invertir en el desarrollo de nuevos emprendimientos.

#### **2.4.2 Gobierno**

Debido a la estabilidad política en el país, ha existido un incremento en el gasto público en temas de educación creando nuevos colegios y universidades; centros de salud y hospitales públicos; y, campañas deportivas para fomentar la práctica deportiva.

El gobierno actual ha empezado a reestructurar los múltiples procesos ineficientes del entorno político, social y deportivo. Como se mencionó antes en el apartado de tendencias, el gobierno ha venido fomentando mucho el entorno social complementado con el deporte y es así como se han creado 4 centros de alto rendimiento en las distintas ciudades del país para la competición élite y se ha fomentado diversas campañas deportivas y sociales. Además, también se han creado algunos planes, leyes, programas y proyectos para mejorar la reestructuración de los procesos internos del gobierno.

Planes y leyes.- Se encuentra el Plan del Buen Vivir que involucra a la sociedad con el deporte, el plan de desarrollo, el plan de descentralización y la ley orgánica de regulación y control del poder del mercado como se muestra en la Tabla 8.

Tabla 8. Planes y leyes nacionales

Plan / Leyes	Descripción
Plan Nacional del Buen Vivir 2013 - 2017	Articulación de políticas públicas con la gestión e inversión pública. Los objetivos son: Construir el poder popular; enfocar los derechos del Buen Vivir y transformar el sector económico productivo.
Plan Nacional de Desarrollo 2007- 2010	Proyecto político de cambio que termina con la improvisación de las políticas públicas.
Plan Nacional de Descentralización	Para procurar el Buen Vivir en el país, se establece una política de recuperación de los sectores del gobierno.
Ley Orgánica de Regulación y Control del Poder de Mercado	Ley que ampara y protege a consumidores, empresarios y pequeños productores de abusos monopólicos.

Tomado de SENPLADES, 2015.

Dentro del Plan del Buen Vivir, se mencionan dos objetivos claros para el desarrollo de la parte social y deportiva de los ecuatorianos que tiene relación con el objeto del negocio como se muestra en la Tabla 9.

Tabla 9. Objetivos del Buen Vivir vinculados al deporte

Objetivo	Apartado	Descripción
Objetivo 3 Mejorar la calidad de vida de las personas.	3.7 Fomentar el tiempo dedicado al ocio y uso del tiempo libre en actividades deportivas, físicas e intelectuales.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masificar las actividades deportivas y recreativas.</li> <li>• Impulsar la práctica deportiva.</li> <li>• Proponer y diseñar mecanismos de activación deportiva.</li> <li>• Impulsar a organizaciones y empresas para involucrarse en el deporte.</li> </ul>
Objetivo 4 Fortalecer las capacidad de la ciudadanía.	4.1 Fortalecer la formación profesional de deportistas de élite.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover la práctica deportiva.</li> <li>• Crear espacios para a práctica deportiva.</li> <li>• Diseñar nuevos programas.</li> <li>• Fomentar la formación deportiva.</li> <li>• Generar mecanismos de apoyo al deportista.</li> </ul>

Tomado de Buen Vivir, 2015.

Programas y proyectos.- En la búsqueda de aumentar la competitividad y la productividad de la Micro, Pequeña y Mediana empresa, se han desarrollado algunos programas que se detalla en la Tabla 10.

Tabla 10. Programas y proyectos

<b>PROGRAMA / PROYECTO</b>	<b>OBJETIVOS</b>
Programa global y sectorial para el desarrollo de las pymes	Contribuye al mejoramiento de la competitividad del sector de la pymes.
Proyecto de formación de clústeres y redes productivas	Fomento del crecimiento de productividad y competitividad de pequeñas y medianas empresas.
Programa de desarrollo de emprendedores	Fomentar la creación de empresas mediante herramientas no financieras.
Observatorio de empresas	Almacenamiento de datos sobre empresas.
Proyecto de capacitación para empresas para la mejora de su competitividad	Mediante cursos de capacitación continua se fomenta la modernización empresarial.
Proyecto de ferias y promoción de las mipymes artesanías	Fomenta el crecimiento de las empresas mediante la participación en ferias.

Tomado de SENPLADES, 2015.

Estos proyectos y programas son una gran iniciativa para las MIPYMES debido a que ayudan a fomentar el desarrollo integral, mejorar los aspectos financieros y el deseo de incursionar en nuevos negocios y emprendimientos.

Este apoyo del gobierno hacia la práctica y ejercitación deportiva se convierte en una oportunidad para la creación de nuevos centros destinados brindar este servicio.

## **2.5 Factores tecnológicos**

Hoy en día el uso de la tecnología es imprescindible para el buen funcionamiento de una compañía. Además de saber usar todos los medios digitales para hacerse conocer en el mercado, se debe crear relaciones con los clientes y brindar toda la información necesaria a los mismos. Estar a la

vanguardia es esencial para las empresas hoy en día y gestionen de manera correcta las tecnologías de la información.

El uso de Internet, permite generar nuevas maneras de conseguir clientes y comodidades para los mismos. En el país, según un estudio realizado por El Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información, 66 de cada 100 personas usa internet, en porcentaje alrededor del 44% de la población. (Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación, 2015)

El 32% de las personas que usa internet, lo hace como fuente de información; el 16.9% de las personas posee un teléfono inteligente; y el 51.3% de la población de 5 años en adelante, posee por lo menos un celular. Adicionalmente, en Ecuador existe un promedio de más de 8.000.000 millones de usuarios en redes sociales. (ARCOTEL, 2014)

Estas estadísticas se convierten en una ventaja porque se puede usar estas herramientas para comunicar de mejor forma a los clientes brindándoles así una mayor comodidad al realizar pagos directos por la página web e innovación de procesos y generación de ideas.

## **2.6 Factores Ecológicos**

Es importante mencionar que cualquier empresa o industria en el Ecuador, sea esta nueva o ya establecida, debe registrarse a la Ley de Gestión Ambiental. La Ley permite que cada ciudadano en el territorio ecuatoriano, tenga el derecho y la potestad de vivir y tener un ambiente sano y libre de toda contaminación. Esta medida se debe tomar en cuenta a la hora de establecer el Centro.

## **2.7 Factores Sociales**

### **2.7.1 Factores demográficos**

La población femenina representa el 50.5% del total mientras que la masculina es del 49.5%. Además, según el INEC, en los próximos seis años la población femenina se incrementará en un 9.36% y la masculina en 9.14%.

Según el INEC, el rango de edad promedio se encuentra entre los 20 y 35 años. Este rango de edad es prácticamente la población productiva del país. La distribución de las edades se encuentra en la Tabla 11.

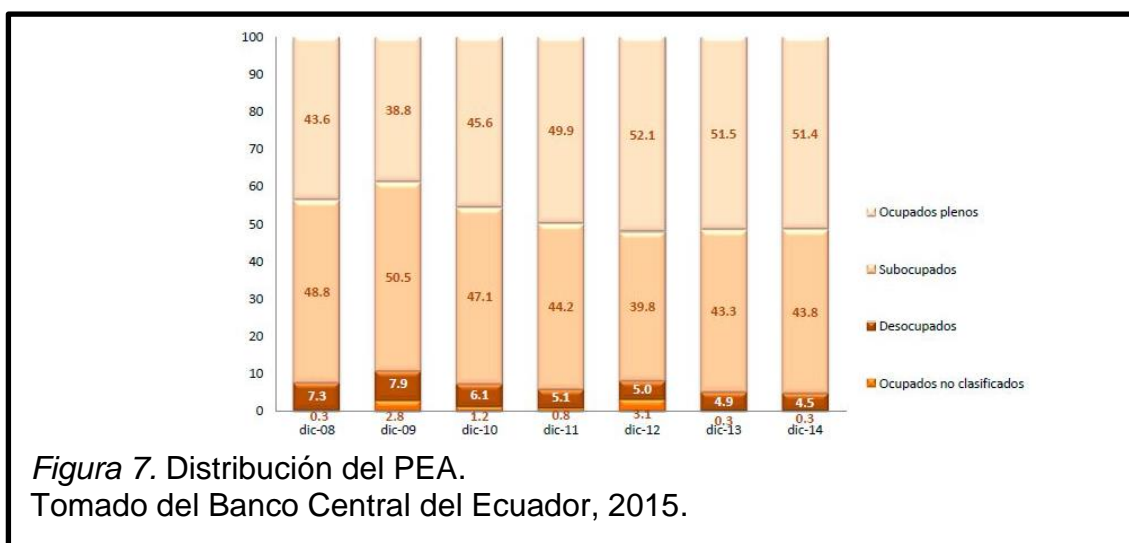
Tabla 11. Población del Ecuador por edades en porcentaje

<b>Total</b>	<b>16.101.389</b>
< 1 año	336.328
1 - 4	1.350.471
5 - 9	1.679.973
10 - 14	1.615.587
15 - 19	1.514.164
20 - 24	1.390.316
25 - 29	1.275.550
30 - 34	1.172.832
35 - 39	1.057.356
40 - 44	935.873
45 - 49	825.984
50 - 54	717.270
55 - 59	598.561
60 - 64	479.614
65 - 69	373.082
70 - 74	279.507
75 - 79	196.452
80 y Más	228.546

Tomado de INEC, 2014.

Estas variables ayudarán para determinar el público objetivo al que el Centro se va a dirigir, servirá para determinar cuál será la muestra representativa específica que se deberá tomar para el plan de investigación e mercados.

## 2.7.2 Clasificación de la población



A diciembre de 2014, la población considerada ocupada plena se encuentra en un 51.4%, los subocupados en un 43.8%, los desocupados en un 4.5% y los ocupados no clasificados en un 0.03%. Más de la mitad de la población tiene un trabajo e ingresos lo cual permite que puedan destinar tiempo y dinero para

CLASIFICACIÓN DE LA POBLACIÓN	2010	2011	2011	2011	2011	2012	2012	2012	2012	2013	2013	2013	2013	2014	2014	2014	2014
	Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.	Mar.	Jun.	Sep.	Dic.
Población en Edad de Trabajar (PET)	84,0	84,5	84,6	83,5	83,7	83,9	83,9	84,3	84,9	84,7	84,7	83,2	82,4	82,2	81,3	81,6	70,5
Población Económicamente Activa (PEA)	54,6	55,5	54,6	55,2	55,4	57,2	56,6	55,1	54,7	54,9	55,6	55,2	53,5	54,0	54,6	54,9	63,0
Ocupados	93,9	93,0	93,6	94,5	94,9	95,1	94,8	95,4	95,0	95,4	95,1	95,4	95,1	94,4	94,3	95,3	95,5
Ocupados No clasificados	1,2	1,8	1,3	0,9	0,8	1,3	2,0	2,0	3,1	1,9	193,5	2,2	0,3	0,4	0,3	0,4	0,3
Ocupados Plenos	45,6	41,2	45,6	47,9	49,9	49,9	49,9	51,1	52,1	48,4	46,7	50,4	51,5	49,7	52,7	53,9	51,4
Subocupados	47,1	50,0	46,7	45,7	44,2	43,9	43,0	42,3	39,8	45,0	46,4	42,9	43,3	44,4	41,3	41,1	43,8
Desocupados/Desempleados	6,1	7,0	6,4	5,5	5,1	4,9	5,2	4,6	5,0	4,6	4,9	4,6	4,9	5,6	5,7	4,7	4,5
Cesantes	4,2	5,2	4,4	4,7	3,3	4,0	3,8	3,5	3,1	3,5	3,4	3,7	3,0	4,1	3,7	3,4	3,3
Trabajadores Nuevos	1,9	1,8	1,9	0,8	1,8	0,9	1,4	1,1	1,9	1,2	1,5	0,8	1,8	1,5	2,0	1,2	1,3
Desempleo Abierto	4,5	5,7	5,1	4,8	3,9	4,2	4,3	4,1	4,0	4,2	4,1	4,0	3,7	4,7	4,7	3,9	3,7
Desempleo Oculto	1,6	1,3	1,2	0,7	1,2	0,6	0,8	0,5	1,0	0,5	0,8	0,6	1,2	0,9	1,0	0,7	0,8
Población Económicamente Inactiva (PEI)	45,4	44,5	45,4	44,8	44,6	42,8	43,4	44,9	45,3	45,1	44,4	44,8	46,5	46,0	45,4	45,1	37,0

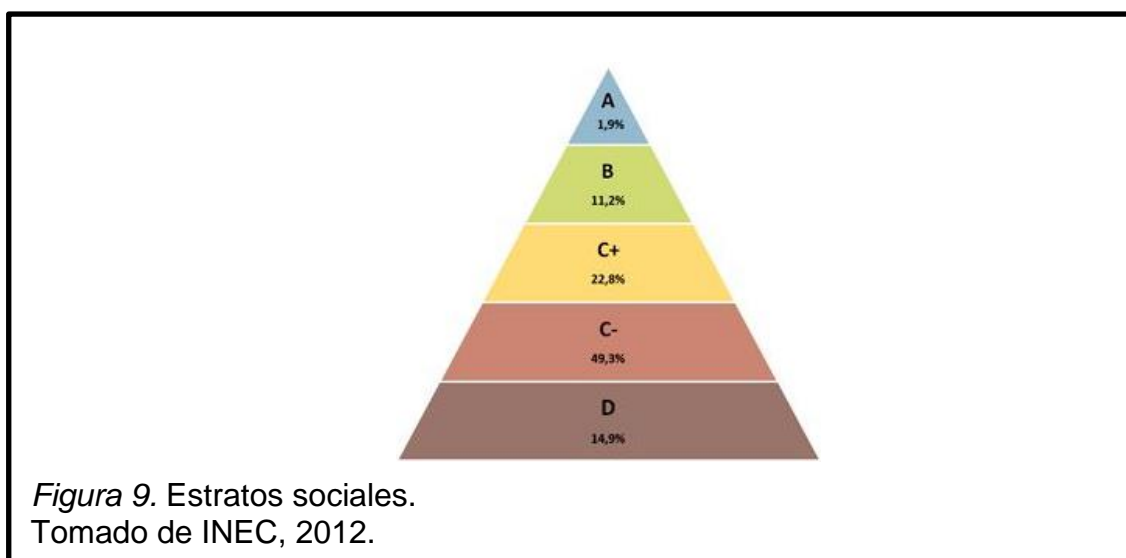
**Figura 8.** Clasificación de la Población.  
Tomado del Banco Central del Ecuador, 2015.

A diciembre de 2014, la población en edad de trabajar representan el 70.5% del total de la población ecuatoriana. El porcentaje de la población económicamente activa es del 63% de los cuales el 95.5% está en ocupación plena y un 4.5% son desocupados o desempleados. La población

económicamente inactiva representa el 37%. Este análisis, ayudará en la investigación de mercados para segmentar el mercado objetivo y conocer detalladamente qué características tendrá el usuario del Centro.

### 2.7.3 Estratos sociales

El último dato que se encuentra en sobre los estratos sociales del Ecuador, data del año 2012. Los estratos sociales en el Ecuador se dividen en cinco: el A que es la clase alta representa el 1,9% de los hogares, el B clase media-alta representa el 11,2%, el C+ clase media representa el 22,8%, el C- clase media-baja representa el 49,3% y D clase baja representa el 14,9%.



Estos datos permitirán conocer junto a la clasificación de la población, el mercado objetivo del Centro a determinarse en la investigación de mercado.

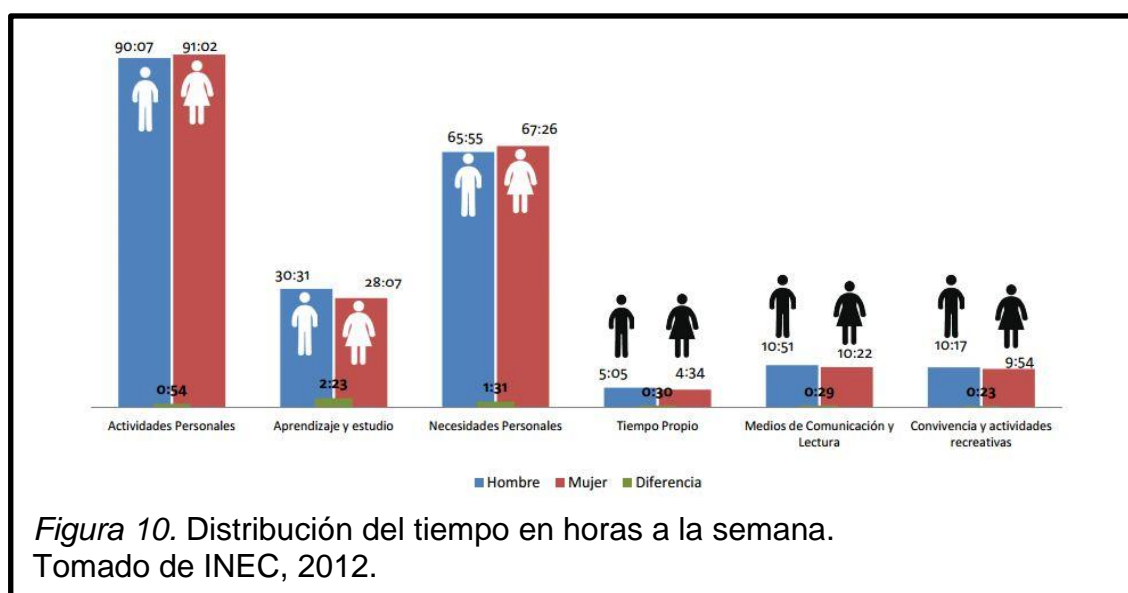
### 2.7.4 Cambios en el estilo de vida

En los últimos años ha dominado el comportamiento de las personas por realizar práctica deportiva y que los niños a su vez combinen su aprendizaje académico con el deportivo. La actividad deportiva no solo cuida el cuerpo sino también abre la mente y estimula su comportamiento. Cuando un deporte está bien aplicado es innegable que presta una alta función social.

Es así, como se mencionó anteriormente, el gobierno mediante sus programas y leyes está invirtiendo en el desarrollo deportivo de la población fomentando un estilo de vida saludable y deportivo. La población ecuatoriana está mucho más preocupada por mantener un adecuado cuidado de su cuerpo y de su salud. Buscan realizar ejercitación física, sea en casa, en los parques, en gimnasios o centros que les permitan poder hacer del deporte parte de su vida diaria generando así una gran oportunidad para implementar un Centro de Acondicionamiento Físico en la ciudad de Quito.

### 2.7.5 Distribución del tiempo

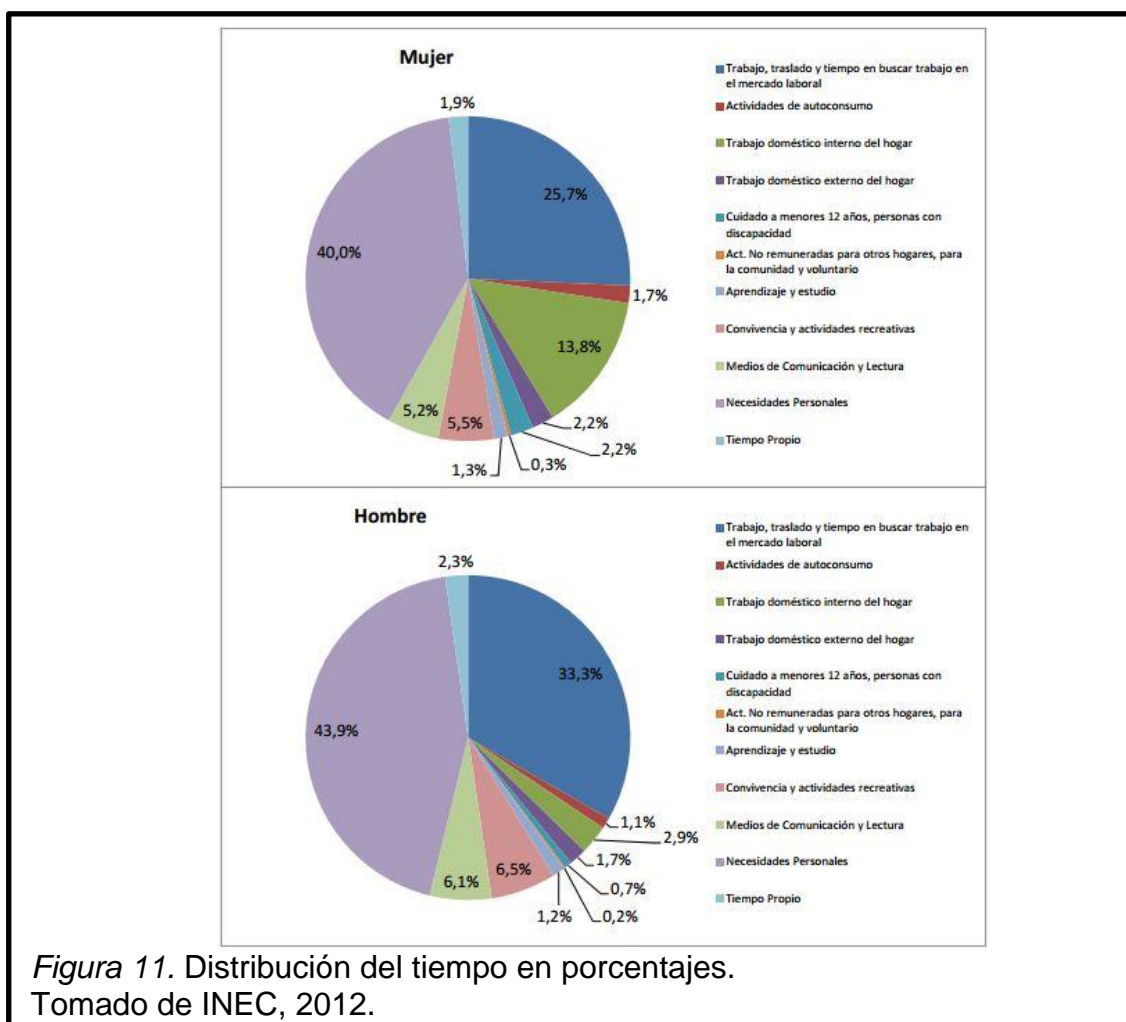
En la figura 10, se detalla la distribución en horas a la semana que tanto hombres como mujeres destinan a diferentes actividades.



A las actividades personales, las mujeres dedican 91.02 horas a la semana y los hombres 90.07 horas. A las necesidades personales los hombres dedican 65.55 horas y las mujeres 67.26. A la convivencia y actividades recreativas los hombres emplean 10.17 horas y las mujeres 9.54. En general tanto hombres como mujeres emplean bastante tiempo para sí mismos y realizar actividades varias generando así una oportunidad para el Centro, al saber que las personas sí destinan tiempo para actividades deportivas y de ejercitación.



En la Figura 11, se muestran el porcentaje de tiempo que una persona destina en su vida diaria. En mujeres el 5.5% de su tiempo destinan a convivencia y actividades recreativas; mientras que los hombres destinan 6.5% del tiempo a dichas actividades.



## 2.8 Canales de distribución

En la industria de Enseñanza de yoga y otras técnicas, no se requiere de intermediarios en el proceso de venta, debido a que los clientes interesados en obtener el servicio, deben acercarse a las instalaciones para poder inscribirse y poder tomar las clases; lo que significa que se usará un canal de distribución directo.

El canal de distribución directo, no tiene niveles de intermediarios y consiste básicamente en que el Centro vende directamente a los clientes. (Kotler & Armstrong, 2008, págs. 302-303)



Los usuarios llegan a conocer los centros y espacio deportivos por medio de publicidad del mismo en redes sociales, radio y/o televisión. A este concepto según Lambin, se lo conoce como cibermediarios. Es decir, apoyándose en el factor tecnológico, se usará la herramienta del internet y redes sociales para generar un mayor valor al usuario, permitiendo a este poder realizar sus tracciones mediante la página web y conocer a detalle toda la información del Centro desde su casa o trabajo sin acudir al mismo y así tomar una decisión de compra.

## 2.9 Cadena de valor

Mediante el análisis hecho de la industria, la misma no cuenta con una cadena de valor estructurada que le permita gestionar sus actividades principales y de apoyo de una manera efectiva. Es por eso que se pretende desarrollar una cadena de valor adecuada para el Centro y así generar una diferenciación clara respecto a la competencia.

Mediante la cadena de valor se analiza las actividades principales y de apoyo que tiene el Centro para generar valor al servicio que se le ofrece al cliente. En esta, se detallan las funciones de cada área del Centro y como cada una agrega un valor final para generar una ventaja competitiva.



Actividades principales: Son aquellas actividades que se encuentran relacionadas completamente con el servicio que se brinda. En el centro no se va a usar la logística exterior o de salida debido a que no se está produciendo un producto final.

- Logística interior
  - Recepción de los insumos e implementos deportivos, su almacenaje y correcta distribución dentro del Centro para cada clase existente dentro del mismo.
- Marketing y ventas
  - Encargados de la analizar y gestionar las relaciones con el cliente; promoción del Centro; manejo de la imagen y comunicación; planteamiento de estrategias a corto y mediano plazo; y administración del canal de venta directo con el consumidor.
- Operaciones
  - Se encargará de la instalación del Centro en su todo, el mantenimiento, reparación, distribución de las clases y los implementos deportivos para un correcto funcionamiento de las actividades diarias de cada clase.

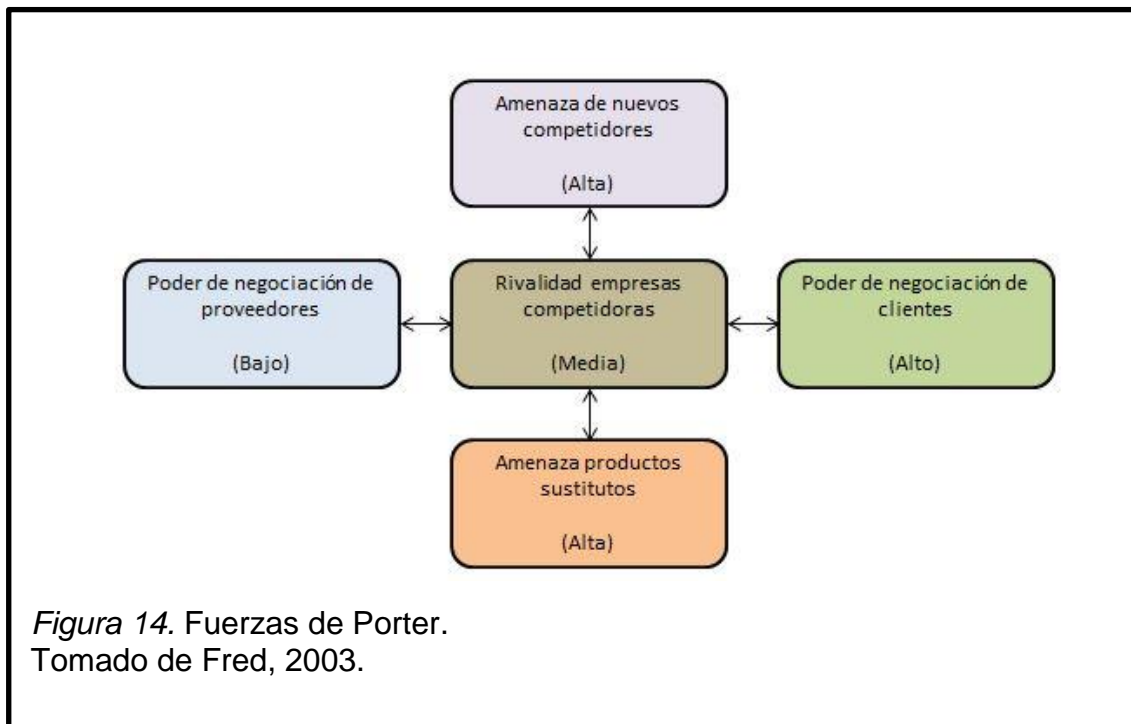
- Servicios
  - Se encargará de la atención al cliente y brindar toda la información posible al mismo, solucionar inquietudes y dudas, buscar alternativas constantemente para mejorar la experiencia del usuario al entrar al Centro. Mantener un seguimiento al cliente mediante un servicio post venta para poder brindar un mejor servicio y generar lealtad con el usuario.

Actividades de apoyo: Son todas aquellas actividades que agregan un valor al servicio final, sustentando a las actividades primarias y apoyándose entre sí. Dichas actividades no están relacionadas directamente con el servicio brindado.

- Infraestructura
  - Evaluación continua de mejoramiento del Centro en cuanto a sus instalaciones para brindar mayor comodidad a los clientes y generando así una experiencia única de compra.
- Gestión Recurso Humano
  - Buscar constantemente capacitación y la mejora continua del personal del Centro para brindar una mejor atención. Brinda además, seguridad a los clientes de que reciben un servicio de calidad con personal capacitado y entrenado.
- Gestión Administrativa
  - Encargados de la dirección de la empresa y de todos los recursos que se manejan. Se enfocan en la misión y visión para redirigir todas las actividades hacia estos apartados.

## **2.10 Las 5 fuerzas de Porter**

Es una herramienta que permite realizar un análisis para comprender las fuerzas que afectan la industria de forma global.



La escala de referencia es: alta (5 puntos), media (3 puntos) o baja (1 punto).

### 2.10.1 Rivalidad de empresas competidoras (media)

En la industria de la enseñanza de gimnasios y otras técnicas, cada centro se diferencia a un segmento en particular y otros emplean servicios varios que permite obtener una mayor cuota de mercado. Como se mencionó anteriormente, dentro de los principales competidores podemos encontrar gimnasios, centros de yoga, boxes y otros centros de prácticas deportivas. Dentro de este aspecto entra en juego el precio del servicio que cada centro impone y ahí es donde se debe diferenciar para dar un valor agregado y buen valor al servicio que se da. Adicionalmente, la diferenciación en cuanto a las técnicas que se imparten es de agrado o desagrado de los consumidores. Existen hoy por hoy algunos centros para realizar ejercicios físicos, pero cada uno está destinado a la práctica de una o varias técnicas que se imparten en los mismos. Cada centro debe saber manejar adecuadamente su estrategia para poder diferenciarse. Debido a lo antes mencionado, la fuerza de este factor es media.

### **2.10.2 Amenazas de nuevos competidores (alta)**

La entrada de nuevos competidores al mercado, el cumplimiento de las normas, la tributación y los permisos sanitarios, están reguladas bajo los parámetros establecidos por la Superintendencia de Compañías. Adicionalmente, la implementación de nuevos centros deportivos de ejercitación física ha sido debido que cada vez más las personas están interesadas en cuidar su salud física y mental y el servicio que brinda cada centro determina la demanda del mercado. Centros deportivos extranjeros también podrían entrar en el mercado por lo que no se hace de menos esta posibilidad. Analizando el proceso de entrada de nuevos competidores y sus procesos a seguir y uniéndola a la inversión que es relativamente baja, hace que en nivel de fuerza sea alta.

### **2.10.3 Poder de negociación de clientes (alto)**

En la industria, existen algunos centros para realizar ejercicios físicos. Cada centro cuenta con diferentes precios y servicios en dónde los clientes tienen la potestad de elegir entre varios el de su preferencia. Cada centro brinda distintos servicios, algunos más especializados en alguna técnica o una mezcla de varias. Dicho esto, los clientes tienen varias opciones por elegir dónde acudir y debido a esto, el poder de negociación de los clientes es alto.

### **2.10.4 Amenaza productos sustitutos (alta)**

En cuanto a productos sustitutos se pueden encontrar varios aspectos a tomar en cuenta como:

- Centros de ejercitación física, gimnasios y dojos cada uno con su oferta de servicios y especializados en cuanto a su manejo de la actividad que se realiza.

- Otro factor son las empresas que comercializan maquinarias deportivas, las cuales brindan a las personas otra alternativa para realizar ejercicio.
- Personas que compran implementos deportivos y realizan la actividad y ejercitación desde su casa o al aire libre en parques o hasta en sus propias urbanizaciones.

En cuanto a productos sustitutos se encuentran varios factores lo que hace que el poder en la industria sea alto.

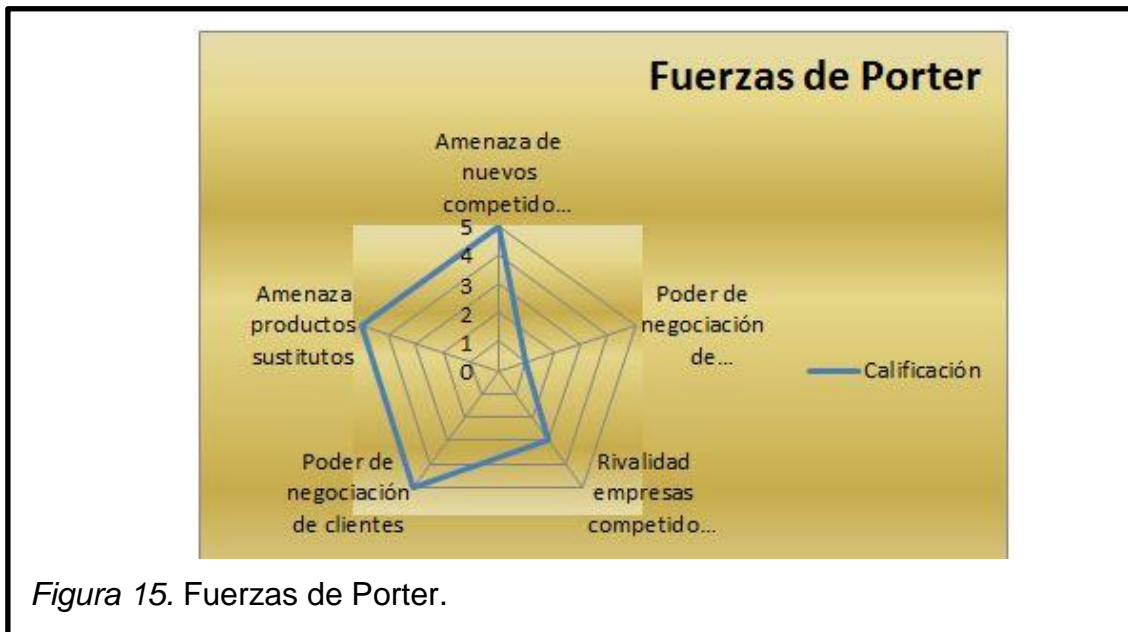
### **2.10.5 Poder de negociación proveedores (bajo)**

Existen algunos proveedores de implementos y accesorios deportivos en la ciudad de Quito específicamente. Dichos centros son informales y trabajan directamente por correo o llamadas, otros son de mayor calidad y tienen su centro de distribución. Dentro de los proveedores se puede encontrar:

- La casa de los Mil Deportes
- Mundo Deportivo Medeport S.A.
- Superdeporte S.A. (Marathon Sports)
- Kao Sports Center
- Megasportecuador
- Taurus

Los centros de ejercitación física tienen la posibilidad de elegir entre varios pero a su vez son pocos que dan un servicio de calidad y tienen en sus haberes una cantidad suficiente de los materiales. Por dichos factores, el poder de negociación de proveedores es medio.

La figura 15 permite visualizar de mejor manera como se encuentran las 5 fuerzas de Porter en relación al Centro. Las fuerzas que se deben prestar mayor atención son la de amenaza de nuevos competidores y la de productos sustitutos debido a que estas fuerzas tienen una calificación de 5 afectando a la industria.



## 2.11 La compañía y el concepto de negocio

### 2.11.1 La idea y el modelo de negocio

El plan de negocio para la creación del centro de acondicionamiento físico y ejercicios funcionales, consiste en la implementación de un Centro en el cual los clientes podrán asistir a 4 clases de actividades diferentes con entrenadores profesionales como: Fusion Fitness, Chi kung, Budokan y Meditación Nataraj. Además, se contará con dos clases de actividades complementarias como el Doga y las sesiones de estiramiento. Las técnicas a implementarse se depurarán en la investigación de mercado de acuerdo a las preferencias y gustos del mercado objetivo.

El Centro estará ubicado en el sector de Quito Norte. Para las diferentes clases habrá un horario definido en el cual los clientes podrán elegir el de su conveniencia.

Hoy por hoy, realizar una actividad física se ha convertido en parte de la vida de las personas debido al estilo de vida que se lleva en una metrópoli como lo es Quito. Las personas consideran y saben que el ejercicio físico y mental es vital para su salud y al realizar una ejercitación física de forma regular y



sistemática, les ayuda a desarrollar estilos de vida saludables, prevenir enfermedades, rehabilitarse de lesiones y mejorar su rendimiento corporal y mental; lo que representa una gran oportunidad para la implementación de un Centro en el que se fomente el ejercitar no sólo la musculación y tonificación sino también el ser interior, la mente de las personas.

El modelo de negocio se basa en ofrecer un servicio de enseñanza de técnicas alternativas de ejercitación física y mental en un Centro donde se cobrará un precio de inscripción y una membresía mensual; Las inscripciones vendrán con beneficios adicionales para fidelizar al cliente. Entre los beneficios que se podrán dar son: a) Descuentos; b) Promociones; c) Preferencia de atención; y; d) Clases gratis para la familia entera de estiramiento y dogo.

El atributo principal que es diferente en el Centro, será las clases de estiramiento. El estiramiento es esencial al momento de iniciar la práctica deportiva. Los principales beneficios que permite un calentamiento previo y posterior son:

- Contribuye a evitar lesiones en los músculos del cuerpo
- Evita lesiones y calambres
- Y, sobre todo, permite que las personas se sientan relajadas.

El realizar estiramiento se convierte en una medida preventiva para el cuerpo humano y mejora el rendimiento deportivo.

### **2.11.2 Estructura legal de la empresa**

El Centro de Acondicionamiento Físico y Ejercicios Funcionales se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada. Este tipo de compañía es necesario tener dos o más personas para su constitución y en el que sus obligaciones responden al monto de aportación individual de cada uno. Al final, en el nombre se pone “Compañía Limitada” o su abreviatura correspondiente. (Superintendencia de Compañías, 2014) Es importante destacar que cuando

un socio quiera vender su acción, deberá pedir permiso al resto de los socios, lo que hace este tipo de estructura mucho más segura. El nombre de la empresa será: Dharana Centro Físico Cia. Ltd.

## **2.12 Misión, Visión, Valores y Objetivos**

### **2.12.1 Misión**

Dharana Centro Deportivo es el espacio de transformación donde se combina la ejercitación del cuerpo y la mente para activar las vidas de las personas promoviendo un estilo de vida adecuado y logrando un bienestar individual.

### **2.12.2 Visión**

Ser un Centro de ejercitación física-mental que contribuya constantemente al mejoramiento de la calidad de vida y bienestar de los usuarios mediante la práctica de técnicas integrales como eje principal en un lapso de 5 años.

### **2.12.3 Valores**

Los valores escogidos para el Centro son de suma importancia debido a que cada uno se verá reflejado en el servicio brindado.

**Integridad.-** Consiste en estar en concordancia con las acciones que el Centro desea promover, buscar la integridad en las clases impartidas y de cada uno de participantes, que se sientan ellos mismo durante sus sesiones. Entregarse constantemente a los participantes para ofrecer experiencias únicas dentro del Centro.

**Profesionalismo.-** Tener la capacidad y el compromiso de cumplir con lo que el Centro brinda, un servicio de calidad y entrenadores capacitados para la adecuada enseñanza de las técnicas. Cumplir con los beneficios que se promete y hacer de esto una obligación para cumplirlo.

Comportamiento ético y moral.- Promover un comportamiento totalmente respetuoso y acertado con el usuario brindando un espacio de confianza y lealtad dentro del Centro.

Diversión.- Desarrollar un espacio de diversión en el Centro para permitir que los usuarios tengan momentos positivos en su día.

Pasión.- Dar lo mejor de cada uno de quienes forman el Centro, transmitir esa pasión y deseo de obtener un espacio dónde los participantes puedan demostrar la pasión que llevan dentro al momento de realizar una ejercitación física buscando beneficios físicos y mentales que le permitan tener una vida sana y feliz.

#### **2.12.4 Objetivos**

Los objetivos deben ser específicos, medibles, alcanzables, realistas y tener un tiempo determinado para su ejecución. Se detallarán los objetivos a corto, mediano y largo plazo.

##### **2.12.4.1 Corto plazo**

- Implementar al menos una nueva técnica alternativa cada año para diversificar el servicio y estar en constante innovación.
- Crear un plan de fidelización para captar el 50% de los clientes del Centro en un plazo de 1 año mediante estrategias de marketing.
- Incentivar al personal de Dharana que asista a 2 capacitaciones anuales gratis para brindar un mejor servicio al usuario.
- Captar mensualmente un promedio de 6 usuarios mediante estrategias de promoción para incentivar su asistencia.

##### **2.12.4.2 Mediano plazo**

- Incrementar el número de clientes en más de un 60% el 2 año usando estrategias de marketing y herramientas de fidelización.

- Desarrollar nuevas estrategias de promoción cada 2 años a través de las nuevas herramientas de marketing que surjan para generar mayor interés en el usuario.
- Elaborar un plan de mejora para el rediseño de las clases del Centro al 3 año mediante información valiosa proveniente de investigaciones de mercado que se realice a los usuarios y mercado objetivo.

#### **2.12.4.3 Largo plazo**

- Mejorar la infraestructura del Centro al 5 año para brindar un ambiente innovador y óptimo al usuario generando mayor valor y posicionamiento del Centro.
- Lograr una identidad de marca de al menos un 60% de usuarios que reconozcan el Centro y lo recomienden al 5 año.
- Usar estrategias de expansión para incursionar en nuevas ubicaciones dentro de la ciudad de Quito y en el país en un periodo de 5 años mediante la venta de franquicias y/o apertura de nuevos centros.

#### **2.13 El producto y/o servicio**

Se detallará los servicios que el Centro ofrecerá a los clientes, con el fin de ofrecer una experiencia y un ambiente adecuado para los consumidores generando así un valor diferenciador, cumpliendo así las expectativas desde que el cliente llega hasta que se va.

Tabla 12. Catálogo de servicios del Centro.

Servicio	Descripción	Recursos a usar
Parqueadero	Tendrá acceso para autos, motocicletas y/o bicicletas. Su capacidad será de acuerdo a la disponibilidad.	Espacio amplio y seguro para los conductores.
Atención al cliente	Brindará toda la información del Centro, horarios, servicios, precios, disponibilidad y demás información que el cliente necesite saber.	Una persona encargada.
Servicios post venta	Realizará el seguimiento a los clientes para conocer sus inquietudes, problemas, necesidades, conocer su experiencia y peticiones de mejora.	Una persona encargada.
Salita de descanso	Brindar un espacio donde las personas puedan descansar, estar tranquilas, conversar, tener un momento agradable.	Espacio donde se pueda colocar sillones, mesa, una T.V, revistas, libros, entre otros.
Baños y lockers	Brindar un espacio donde las personas puedan cambiarse, y asearse antes, durante y después de las clases.	Una persona de mantenimiento encargada.

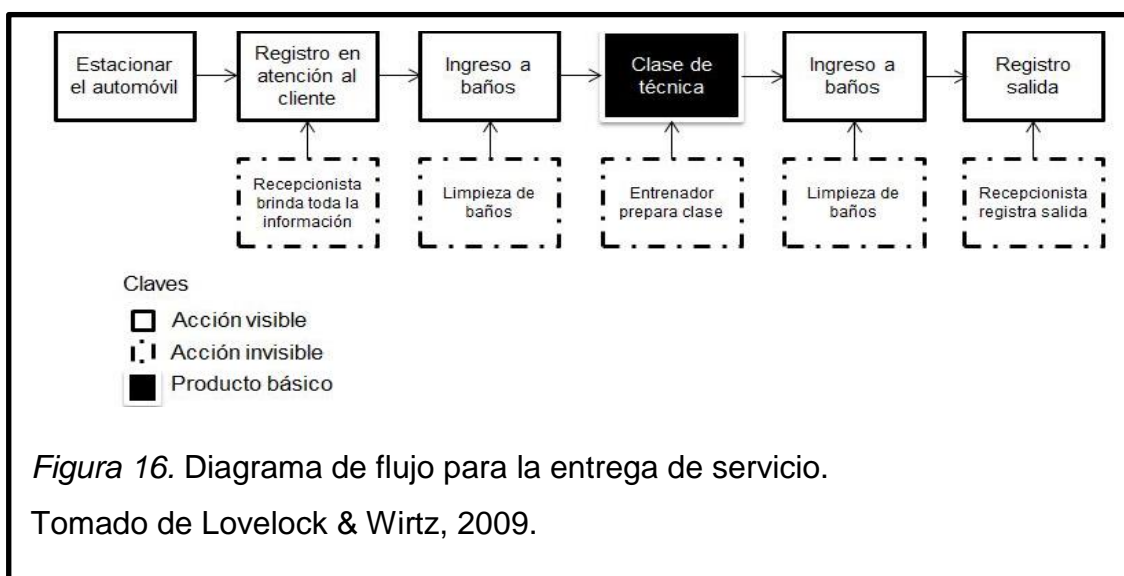
Dentro del Centro, se usará las normativas de seguridad industrial y se podrá observar todas las señaléticas e información pertinente sobre la ubicación de cada clase y área. Cada clase tendrá su propio entrenador y estará arreglada con todos los implementos deportivos usarse. Habrá un botellón de agua en cada clase.

Las técnicas que se van a impartir se describen en la tabla 13.

Tabla 13. Catálogo de técnicas del Centro.

Técnicas	Descripción	Recursos a usar
Fusion Fitness	Conjunto de ejercicios específicos y concretos de diferentes disciplinas que se concentran en una clase única, orientada a optimizar el entrenamiento de rendimiento.	Sala para su realización, implementos deportivos.
Chi kung	Terapia medicinal de origen chino perteneciente a la misma rama que el taichí o reiki.	Sala para su realización, implementos deportivos y entrenador.
Meditación Nataraj	Se refiere a la energía de bailar. Es bailar y realizar una meditación total, es volverse la danza	Sala para su realización, implementos deportivos y entrenador.
Sesión estiramiento	Enseñar a estirar a las personas antes, durante y después de la ejercitación física.	Sala para su realización, implementos deportivos.
Doga	Es una oportunidad para practicar sesiones de yoga en compañía del perro.	Sala para su realización, implementos deportivos y entrenador.

Las fuentes de ingreso del Centro será el de cobrar un precio de inscripción, diario o mensual; y/o a través de afiliaciones mensuales mediante membresías. Las inscripciones vendrán con beneficios adicionales para fidelizar al cliente.



Al ofrecer un servicio, el diagrama de flujo de entrega del servicio será como se muestra en la Figura 16. El producto básico es el componente central que desea el cliente, las acciones visibles son todas las actividades que el cliente puede hacer y ver, la acción invisible es lo que el cliente no ve pero sabe que se realiza. (Lovelock & Wirtz, 2009)

El diagrama, de flujo, muestra la naturaleza y la secuencia de pasos a seguir en la entrega del servicio. Es la forma más fácil de entender la totalidad de la experiencia que el cliente va a tener en cada acción que dé.

## **2.14 Estrategia de ingreso al mercado y crecimiento**

Las estrategias dependen mucho del modelo de negocio y de la ventaja competitiva que se desee seguir. En cuanto a la estrategia de ingreso al mercado, se usará la matriz de las cuatro estrategias básicas; y la estrategia de crecimiento la matriz Ansoff.

### **2.14.1 Estrategia de ingreso al mercado**

Según Lambin en el libro de Dirección de Marketing menciona que la estrategia de ingreso al mercado de diferenciación es: “Dar cualidades distintivas al servicio que resulten significativas para el cliente y que creen algo que se perciba como único y genere un valor adicional. (Lambin, Galluci, & Sicurello, 2009)

Al tener una variedad de centros de ejercitación física en la Ciudad de Quito, Dharana se quiere diferenciar por medio de la enseñanza de técnicas completamente alternativas a las convencionales que serán validadas en la investigación de mercado según los gustos y preferencias de mercado objetivo. Además, se brindará técnicas complementarias que permitirá a los clientes poder recibir las clases en familia o con sus mascotas siempre contando con entrenadores capacitados en un ambiente acogedor de paz y tranquilidad.

### **2.14.2 Estrategia de crecimiento**

La estrategia de crecimiento que se va a seguir es la de desarrollo de mercado. Se escogió esta estrategia debido a que se va a introducir un producto existente en un mercado nuevo. Dentro de esta estrategia se usará la de incursionar en necesidades latentes dentro de los clientes, es decir, proponer soluciones a aquellas necesidades expresadas por el segmento que no han sido explotadas aún. (Lambin, Galluci, & Sicurello, 2009, págs. 290-291) Desarrollar un mercado que está en constante crecimiento y en busca de nuevos medios para poder realizar ejercitación física combinada con la mental.

### **2.15 Análisis FODA**

#### **Fortalezas**

- Cuenta con entrenadores de calidad y expertos en el tema de técnicas alternativas.
- Se concentra en varias técnicas alternativas no convencionales.
- Inversión baja para la implementación del Centro.

#### **Oportunidades**

- Incremento del número de personas que realiza deporte participativo y busca fuentes para realizar ejercicio tanto físico como mental.
- Incremento de porcentajes de problemas saludables en la población lo que les hace buscar centros de ejercitación física.
- Impulso por parte del gobierno Ecuatoriano de campañas para la práctica deportiva.
- Índices favorables sobre el tiempo que tanto hombres como mujeres destinan a las actividades recreativas.
- Incremento de porcentaje del uso de la tecnología como el Internet y redes sociales que permite comunicar de mejor forma a los clientes.
- Posibilidad de lograr convenios con empresas e instituciones para el apoyo del desarrollo del deporte.



**Debilidades**

- Poca experiencia en el mercado en temas de gestión y administración.
- No existe un poder de negociación con los clientes.

**Amenazas**

- Existencia de varios productos sustitutos en el mercado.
- Pocos proveedores que dan un servicio de calidad y con poca existencia de materiales e insumos deportivos.
- Cambios en las políticas gubernamentales del país que afectan el desempeño de las industrias.
- Espacios públicos donde la gente puede realizar deporte gratuito.
- Expansión y creación de nuevos competidores dentro de la industria.

Tabla 14. Matriz Ofensiva

MATRIZ OFENSIVA	OPORTUNIDADES	Incremento número de personas que realiza deporte	Incremento de porcentajes de problemas saludables	Impulso por parte del gobierno Ecuatoriano	Tiempo que destinan a las actividades recreativas	Incremento de porcentaje del uso de la tecnología	Apertura de alianzas con empresas e instituciones	TOTAL
		FORTALEZAS						
Entrenadores capacitados		6	6	6	6	9	9	42
Variedad de técnicas		9	1	9	9	9	9	46
Inversión baja		1	1	1	1	6	6	16
<b>TOTAL</b>		<b>16</b>	<b>8</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>24</b>	-

La mayor fortaleza que tiene el Centro Dharana es la de contar con entrenadores capacitados y certificados. Las dos oportunidades que más se pueden aprovechar es la del incremento de la tecnología en la utilización de medios digitales por parte de las personas para promocionar Dharana y la apertura de alianzas con empresas. Estos factores servirán para determinar las acciones a seguir.

Tabla 15. Matriz Defensiva

MATRIZ DEFENSIVA	DEBILIDADES	Falta de experiencia	No existe un poder negociación con los clientes	TOTAL
Productos sustitutos		9	6	<b>15</b>
Pocos proveedores		9	1	<b>10</b>
Políticas gubernamentales		6	6	<b>12</b>
Espacios públicos deportivos		6	6	<b>12</b>
Ingreso nuevos competidores		9	9	<b>18</b>
<b>TOTAL</b>		<b>39</b>	<b>28</b>	-

La mayor amenaza para Dharana es el ingreso de nuevos competidores en el mercado. La mayor debilidad es la falta de experiencia en temas administrativos y de gestión. Estos factores ayudan a determinar que estrategias se pueden seguir para contrarrestarlos como se muestra en la Tabla 16.

Tabla 16. Matriz de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas FODA

	<b>FORTALEZAS (F)</b>	<b>DEBILIDADES (D)</b>
<b>Estrategias FO, FA, DO, DA</b>	1.- Cuenta con entrenadores de calidad y expertos en el tema de técnicas alternativas. 2.- Se concentra en varias técnicas alternativas no convencionales. 3.- Inversión baja para la implementación del Centro.	1.- Poca experiencia en el mercado en temas de gestión y administración. 2.- No existe un poder de negociación con los clientes.
<b>OPORTUNIDADES (O)</b>	<b>ESTRATEGIAS FO</b>	<b>ESTRATEGIAS DO</b>
1.- Incremento del número de personas que realiza deporte participativo y busca fuentes para realizar ejercicio tanto físico como mental. 2.- Incremento de porcentajes de problemas saludables en la población lo que les hace buscar centros de ejercitación física. 3.- Impulso por parte del gobierno Ecuatoriano de campañas para la práctica deportiva. 4.- Índices favorables sobre el tiempo que tanto hombres como mujeres destinan a las actividades recreativas. 5.- Incremento de porcentaje del uso de la tecnología como el Internet y redes sociales que permite comunicar de mejor forma a los clientes. 6.- Apertura de alianzas con empresas e instituciones para el apoyo del desarrollo del deporte.	1.- Desarrollar estrategias de marketing para atraer nuevos clientes. (F: 2 / O: 1,4) (Penetración) 2.- Implementar una página web donde los clientes puedan interactuar con los entrenadores sobre dudas e inquietudes. (F: 1,3 / O: 5) (Penetración) 3.- Concienciar a los clientes sobre la ejercitación física y mental para lograr un adecuado bienestar propio mediante un servicio personalizado de entrenadores capacitados con la práctica de técnicas alternativas a las convencionales. (F: 1,2 / O: 1,2,4) (Penetración)	1.- Ofrecer clases especiales sobre estiramiento a los clientes. (D: 2 / O: 1,2,4,6) (Diversificación) 2.- Desarrollar campañas digitales mediante redes sociales para ofrecer beneficios especiales. (D: 1,2 / O: 6) (Penetración) 3.- Realizar constantemente un seguimiento a los clientes para detectar opciones de mejores y así fidelizarlos. (D: 1,2 / O: 1,6) (Penetración)
<b>AMENAZAS (A)</b>	<b>ESTRATEGIAS FA</b>	<b>ESTRATEGIAS DA</b>
1.- Existencia de varios productos sustitutos en el mercado. 2.- Pocos proveedores que dan un servicio de calidad y con poca existencia de materiales e insumos deportivos. 3.- Cambios en las políticas gubernamentales del país que afectan el desempeño de las industrias. 4.- Espacios públicos donde la gente puede realizar deporte gratuito. 5.- Expansión y creación de nuevos competidores dentro de la industria.	1.- Anunciar la ventaja competitiva del Centro a través de campañas publicitarias. (F: 1,2 / A: 1,4,5) (Penetración) 2.- Realizar convenios y alianzas con otros centros relacionados al cuidado personal para promocionar el Centro Deportivo (F: 2,3 / A: 1,4,5) (Diversificación)	1.- Innovar constantemente en la oferta de servicios del Centro brindando una imagen positiva del mismo. (D: 2 / A: 1,5,6) (Diversificación) 2.- Implementar nuevas técnicas que permitan una ejercitación más integral del cliente. (D: 1,2 / A: 1,4,5) (Diversificación)

**Matriz (EFE) Evaluación de los factores externos**

Permite evaluar la información resultante del análisis externo del Centro y determinar el grado en que el medio es favorable o no. La calificación que obtuvo el Centro es de 2,63. Es decir, que se encuentra justo por encima de la media en el esfuerzo de conseguir que las estrategias señaladas con anterioridad están aprovechando las oportunidades como un beneficio y evitando las amenazas. Ver Anexo 1.

**Matriz (EFI) Evaluación de los factores internos (EFI)**

Permite evaluar la información resultante del análisis interno del Centro y ayuda a determinar cómo las fortalezas pueden contrarrestar las debilidades generando así un valor a la interna de la empresa. La calificación que obtuvo el Centro es de 2,90. Es decir, que se encuentra justo por encima de la media y la situación interna del Centro tiene una posición fuerte. Ver Anexo 2.

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

En el presente capítulo tiene como finalidad la recolección y presentación de información clave para la introducción del Centro Dharana en el mercado. También, ayudará a conocer las necesidades de los usuarios, cuáles son sus gustos y preferencias, su aceptación y demás aspectos importantes que ayudarán a tener una visión clara del negocio y así desarrollar estrategias para satisfacer a los clientes.

#### **3.1 Determinación de la oportunidad de negocio**

Los altos índices en el país de enfermedades por causa del sedentarismo, la contaminación, la alimentación y posturas inadecuadas, el estrés diario y el pensamiento de mantenerse saludables, hace que el crecimiento de centros para la ejercitación física se incremente en el país. Hoy en día, realizar actividad física no es sólo ir a gimnasios, ahora es buscar nuevos métodos que combine la ejercitación física y mental. Esta combinación crea entre cuerpo y mente es mucho más saludable y beneficiosa para la persona permitiéndola tener un estado emocional positivo.

En vista de la demanda del mercado objetivo por armonizar actividades físicas con actividades mentales para generar más beneficios entre sí; crea la oportunidad de implementar un Centro dónde las personas puedan tener una alternativa diferente a la de gimnasios convencionales, esto determina una buena oportunidad de negocio para el presente trabajo.

#### **3.2 Problema de la investigación**

El problema de investigación es determinar las preferencias e intención de uso de un Centro de Acondicionamiento Físico con ejercitación física y mental en la Ciudad de Quito.

### **3.3 Objetivo General**

Determinar si existe interés en la población quiteña sobre la implementación de un centro de acondicionamiento físico y ejercicios funcionales.

### **3.4 Objetivos específicos**

- Determinar el porcentaje de aceptación del Centro.
- Determinar las características del servicio que busca el mercado.
- Identificar cuáles son los factores de decisión de compra del consumidor potencial.
- Conocer los motivos por lo que el mercado objetivo asiste a la realización de ejercitación física y mental.
- Establecer el tipo de promoción más adecuado para el grupo objetivo.
- Conocer el tiempo de práctica que el mercado objetivo emplea para la realización de ejercicios.
- Determinar el precio que el mercado está dispuesto a pagar.

### **3.5 Necesidad de información**

#### **3.5.1 Preguntas, objetivos e hipótesis**

Las preguntas sobre la necesidad de información, se detallan en la tabla 15. Esta información se usará en la investigación de mercado. Cada pregunta cuenta con su objetivo y la hipótesis de posibles respuestas que el mercado podría dar.

Tabla 17. Preguntas, objetivos e hipótesis

PREGUNTA	OBJETIVO	HIPÓTESIS
¿Realiza algún tipo de actividad o ejercitación física?	Conocer el porcentaje de personas que realiza ejercicio físico.	La mayoría realiza actividad física.
¿Ha acudido a un centro físico?	Determinar el porcentaje de personas que han acudido a un centro físico.	Si acuden en un alto porcentaje.
¿Cuáles son las razones para no realizar algún tipo de actividad o ejercitación física?	Determinar las principales razones por las que no realizan ejercicio físico	Las razones son: falta de tiempo, falta de motivación, no hay centros específicos.
¿Cuánto tiempo destina a la práctica deportiva?	Conocer la frecuencia con la que realizan ejercicio físico.	Todos los días.
¿En qué horario realiza ejercitación física?	Determinar el mejor horario para el Centro.	El mejor horario es en la mañana de 7h00 a 9h00.
¿Cuánto paga por acudir a un Centro físico?	Indagar el rango del precio por pagar.	Pagan entre \$30 a \$60 mensuales.
¿Qué razones le motivan a realizar algún tipo de actividad o ejercitación física?	Determinar las principales razones para realizar ejercicio físico	Las razones que le motivan son: la prevención de enfermedades, el cuidado del cuerpo y el bienestar personal.
¿Sabe cuáles son los beneficios de la ejercitación física y mental?	Determinar si el mercado conoce los beneficios de realizar actividad física y mental.	No saben.
¿Conoce algún tipo de centro o gimnasio que brinde esta posibilidad?	Identificar la competencia existente.	Sí, centros de yoga.
¿Acudiría a un Centro integral donde se realiza una ejercitación física y mental?	Determinar el nivel de aceptación que el Centro podría tener.	Si les gustaría acudir.
¿Qué técnicas son las que más le interesan?	Determinar las técnicas a implementarse.	Píloga, Fusion Fitness, Doga, Meditación Nataraj.
¿Qué aspectos son importantes para un centro?	Determinar los beneficios del usuario.	Parqueadero, precio, variedad de técnicas, horarios.
¿Cuál es el horario ideal para realizar ejercicio en el centro?	Determinar el horario óptimo para el Centro.	6 a 8am, 6 a 8pm. 8 a 10pm.
¿Dónde le gustaría que este ubicado el Centro?	Determinar la ubicación geográfica	Quito Norte.
¿Cuánto estaría dispuesto a pagar en el Centro?	Indagar el rango que estarían dispuestos a pagar.	Dispuestas a pagar entre \$40 a \$60 mensuales.
¿A través de qué medio de comunicación le gustaría enterarse de los beneficios e información del Centro?	Conocer el medio de comunicación más factible que se podría usar con el mercado objetivo.	Redes sociales, correo electrónico.

### 3.6 Segmentación de mercado

La segmentación de mercado permite identificar los usuarios que tienen gustos y preferencias similares sobre ejercitación física y mental que desean satisfacerlas. A continuación se desprende las diferentes variables a utilizarse en el estudio.



### **3.6.1 Segmentación geográfica**

Son los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito que viven en la zona Norte y los Valles (Cumbayá, Tumbaco y Nayón).

### **3.6.2 Segmentación demográfica**

Son todos aquellos habitantes que tienen las siguientes características:

- Género: Hombres y mujeres.
- Edad: Entre 20 a 55 años.
- Nivel socioeconómico: A (Clase Alta), B (Clase Media alta) y C+ (Clase Media típica)

### **3.6.3 Segmentación psicográfica**

Son hombres y mujeres que buscan nuevos métodos que no sólo les ayude a tener una buena ejercitación física sino que se complemente con la ejercitación mental creando una combinación entre cuerpo y mente muy beneficiosa para el cuerpo humano. Además, se desarrollarán estilos de vida saludables, se previene enfermedades, se rehabilita de lesiones, se mejora el rendimiento físico y mental, se distrae y entretiene mediante la ejercitación.

### **3.6.4 Segmentación comportamental**

Los beneficios que buscan estas personas a la hora de realizar ejercitación física y acudir a un centro es el de mantener una buena salud y mejorar el rendimiento físico y mental, eliminando así, el estrés generado por el diario vivir.

## **3.7 Tamaño de mercado y tendencias**

El último censo que se realizó en el Ecuador fue en el año 2010 por el INEC. De acuerdo a este estudio, en el Distrito Metropolitana de Quito hay 2.239.191

habitantes. En cuanto a las tendencias y proyección de la población, según el INEC para el año 2012 habían 2.779.370 habitantes, para el 2015, 2.947.627 habitantes y para el 2020, 3.228.233 habitantes. (INEC, 2011) Para determinar el mercado objetivo del Centro es necesario ir segmentando de acuerdo a los puntos antes mencionados: geográfica, demográfica, psicográfica y comportamental.

### **3.7.1 Mercado potencial**

Según la variable geográfica, el mercado potencial son hombres y mujeres del Distrito Metropolitano de Quito ubicados en la zona de Quito Norte y los Valles (Cumbayá, Tumbaco y Nayón). Dentro de estas zonas existen 908.015 habitantes que comprende todos los grupos por edades e ingresos. (Secretaría de Territorio, Habitat y Vivienda, 2010) Ver figura 17.

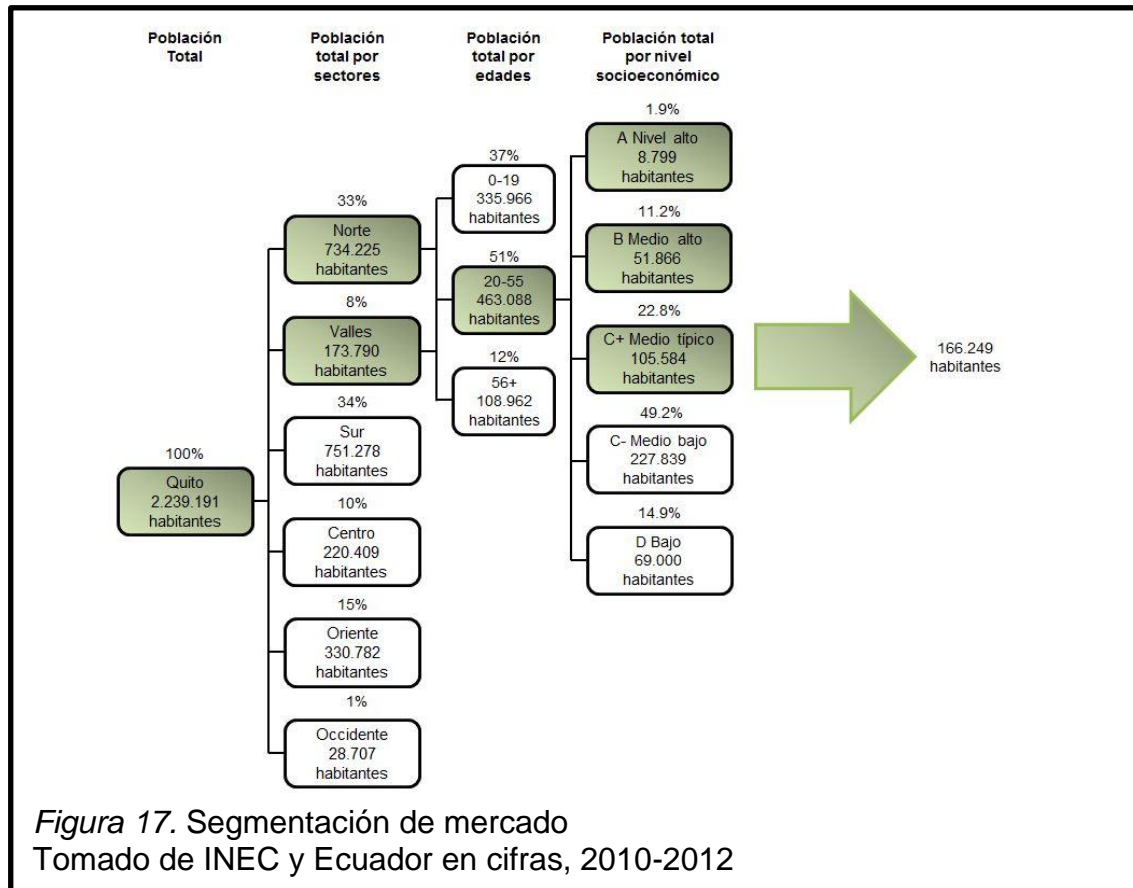
### **3.7.2 Mercado disponible**

Del total de personas que viven en las zonas de Quito Norte y los Valles (Cumbayá, Tumbaco y Nayón), según la variable demográfica, dentro del rango de edad entre 20 a 55 años se encuentran el 51% de la población. (Secretaría de Territorio, Habitat y Vivienda, 2010) Es decir, el mercado disponible es de 463.088 habitantes. Ver figura 17.

### **3.7.3 Mercado objetivo**

Una vez realizado el análisis del mercado potencial y disponible, el mercado objetivo del Centro Dharana son personas con un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto y son personas que tienen empleo y buscan a su vez nuevos métodos de práctica y/o ejercitación deportiva para mantener una adecuada salud y prevenir enfermedades. Del mercado disponible, el 35.9% se encuentra en ese nivel socioeconómico por lo que el mercado objetivo es de 166.249 habitantes. Es importante las variables geográficas y demográficas pero más relevante son las variables psicográficas y comportamentales que determinan

cuales son los motivadores para la ejercitación física y mental. En la figura 17, se detalla la segmentación realizada.



### 3.8 Necesidad de información

La información que se necesita para la investigación de mercado se detalla en la tabla 18, con las variables a analizar, la fuente y la metodología a usarse.

Tabla 18. Necesidad de información

VARIABLE	NECESIDAD DE INFORMACIÓN	FUENTE		METODOLOGÍA
		PRIMARIA	SECUNDARIA	
Clientes	Aceptación del mercado	x		Encuestas
	Ubicación del Centro	x		
	Porcentaje que acudirían al Centro	x		
	Motivos por los que asisten	x		
	Tiempo que destinan al ejercicio	x		
	Horarios que realizan ejercicio	x		
	Precio a pagar	x		
	Canales de comunicación	x		
	Conocimiento de competencia	x		
Competencia	Locales existente		x	Entrevistas a expertos y navegación página web de cada empresa
	Servicios brindados		x	
	Valor agregado	x		
	Ubicación geográfica		x	
	Mercados objetivos	x		
	Canal de comunicación		x	
	Precios que manejan		x	

### 3.9 Diseño de la investigación

Para la presente investigación se usarán ambos tipos de técnicas, cualitativas y cuantitativas. Las cuales ayudan a recolectar información necesaria y pertinente para la toma de decisiones sobre la implementación del Centro en la ciudad de Quito.

#### 3.9.1 Definición de la información necesaria

Como primer paso en esta investigación, se iniciará con la recolección de datos cualitativos usando la herramienta de entrevista a expertos; y para concluir se procederá con la técnica cuantitativa usando encuestas para recolectar información de primera mano del mercado objetivo y así poder comprobar la hipótesis propuesta.

### **3.9.2 Análisis de datos secundarios**

En cuanto a la recolección de datos secundarios se procedió a usar la información existente de las diferentes páginas web y blogs de competidores, donde se encontró información de precios, horarios, técnicas impartidas y descripción del negocio que servirán como punto de partida para la recolección de datos primarios.

### **3.9.3 Investigación cualitativa**

Para la investigación exploratoria, se realizó entrevistas personales con expertos. Con esta metodología se puede obtener información de manera directa debido a su profesionalismo en el tema, obteniendo información práctica y certera sobre la implementación de un centro.

#### **3.9.3.1 Entrevista a expertos**

Se realizó cinco entrevistas, a) tres se hizo a centros de ejercitación de técnicas alternativas y b) dos a expertos en el tema de ejercitación física y mental.

##### **a) Metodología entrevista centros:**

Se planteó preguntas referentes al centro de ejercitación física y mental durante un lapso de 15 minutos. Las entrevistas se grabaron con permiso de los entrevistados. (Ver Anexo 3). Las preguntas más importantes fueron las siguientes:

- ¿Cómo nació la idea de implementar el Centro?
- ¿Cuál es su mercado objetivo, el perfil de sus asistentes?
- ¿Qué días y qué horarios son los más óptimos donde la gente más asiste?
- ¿Cuál cree que es la ventaja competitiva que ustedes tienen en relación a los servicios que brindan otros centros y sus técnicas?

## Conclusiones

- Los centros se encuentran en el mercado desde hace 10 años y poco a poco ha venido creciendo la demanda de este servicio. El promedio de asistentes es de 250 a 300 personas por año. Al inicio los centros tenían un promedio entre 90 a 100 personas al mes que fue aumentando. Al mes ingresan un promedio de 8 a 10 personas nuevas.
- La ventaja competitiva de Namasté Cumbayá es la de ser un centro de yoga serio, donde la gente acude y siente que es un espacio de crecimiento personal, donde los resultados se pueden evidenciar. El de Yoga Studio es sólo concentrarse en el yoga terapéutico y brindar sólo ese servicio. Mientras que Dharma, es la de tener profesores capacitados y profesionales, son entrenadores que transmiten a la gente confianza y tranquilidad.
- El precio promedio por clase varía dependiendo del sector y del centro, Namasté tiene un precio de USD 15 dólares, Yoga Studio de USD 7.50 dólares y Dharma USD 10 dólares. Sin embargo, mientras más clases tome el usuario, más barato se hace el precio por clase.
- Los horarios donde más gente acude es en la mañana a las 6h30 y en la noche 7h30.
- El perfil de clientes que asisten a los centros es variado. Asiste desde gente joven hasta gente adulta.
- El medio de comunicación más usado son las redes sociales y blogs. El boca a boca también es una herramienta de comunicación fuerte.

### **b) Metodología entrevista expertos en entrenamiento de yoga.**

Se planteó preguntas referentes al tema de ejercitación física y mental, sus beneficios y la importancia que tiene en la sociedad hoy en día durante un

lapso de 10 minutos. Las entrevistas se grabaron con permiso de los entrevistados. (Ver Anexo 4). Las preguntas más importantes fueron las siguientes:

- Explique ¿Porque es importante realizar ejercitación física combinada con la ejercitación mental?
- ¿Cuáles son los beneficios de esta práctica?

## **Conclusiones**

- El realizar una ejercitación física y mental ayuda a las personas a tener un mejor control de su vida, prevenir enfermedades, mejorar su rendimiento físico y mental; y reducir los niveles de estrés debido a que en esta práctica combinada se integran todas las dimensiones del ser humano, física, mental y psíquica.
- El realizar ejercicio debe ser una práctica diaria y constante, se debe por lo menos realizar unos 30 minutos para que el cuerpo y la persona sienta los efectos.
- Cada vez más hay espacios para realizar esta práctica, pero son pocos los centros que generan esa confianza en el cliente y les permite reconocer los resultados que van obteniendo con esa práctica.
- El precio promedio que los usuarios destinan se encuentra entre USD 40 a 60 dólares. Es un precio considerado justo y que los clientes pagan porque reconocen los resultados que obtienen a la hora de realizar ejercitación física y mental.
- Hoy en día, se han creado y desarrollado nuevas prácticas y tendencias dentro de la sociedad, donde la ejercitación física y mental se han convertido en un aspecto y factor muy importante en la vida diaria de los seres humanos.

### **3.9.4 Investigación cuantitativa**

Para la investigación cuantitativa se usará el método descriptivo debido a que este tipo de herramienta ayuda a describir las características de una población determinada de manera más precisa. La técnica que se va a usar para la investigación cuantitativa es la encuesta.

### **3.9.5 Procedimiento de medición de escalamiento**

La encuesta cuenta con 18 preguntas, las cuales son abiertas y cerradas. La estructura de la encuesta es hecha en base desde lo más general hasta lo más específico. En el Anexo 5 se encuentra el modelo de encuesta.

### **3.9.6 Diseño cuestionario**

Las encuestas se van a realizar a hombres y mujeres residente en las zonas de Quito Norte y los Valles de entre 20 a 55 años de edad de un nivel socioeconómico medio, medio alto y alto.

### **3.9.7 Proceso de muestreo y tamaño de la muestra**

El método a usarse es el no probabilístico. Se usa este método debido a que no se conoce cuál es la probabilidad que tiene cada elemento de la población para ser parte de la muestra y, además, el investigador no cuenta con una base de datos para la selección.

Adicionalmente, el tipo de diseño no probabilístico es por cuota. Esta técnica permite que el investigador haga un muestreo de un subgrupo de gran interés para el estudio. El investigador detalla claramente las características de la muestra y conoce los lugares específicos para recopilar la información de las muestras. Las principales características de este grupo son:

- Personas que se encuentren ubicadas en la zona Quito Norte y los valles (Cumbayá, Tumbaco y Nayón).



- Personas entre los 20 y 55 años.
- Nivel socioeconómico medio, medio alto y alto.
- Personas que buscan combinar el ejercicio físico con el mental.
- Destinan un tiempo determinado a la ejercitación física.

Las encuestas serán hechas en la ciudad de Quito a los habitantes que cumplan con los requisitos antes mencionados.

Cálculo de la muestra:

$$n = \frac{N * P * Q}{(N - 1) * (e^2/4) + (P * Q)}$$

$$n = \frac{41.562,25}{103,905 + 0,25}$$

$$n = \frac{34.227,50}{104,155}$$

$$n = 399 \text{ personas}$$

Dónde:

N = Universo	166.249 habitantes
P = Probabilidad de éxito	50%
Q = Probabilidad de fracaso	50%
E = Margen de error	5%
n = Tamaño de la muestra	399 encuestas

Cabe mencionar que debido a que al contar con un gran número de participantes, estos participantes tienen que ser específicos dentro de toda la población a estudiar, deben ser personas que practiquen deporte, deseen invertir tiempo en sí mismos, cuiden su salud mediante ejercitación física y deseen prevenir enfermedades. Al ser un segmento factible de llegar se pone un 5% de error.

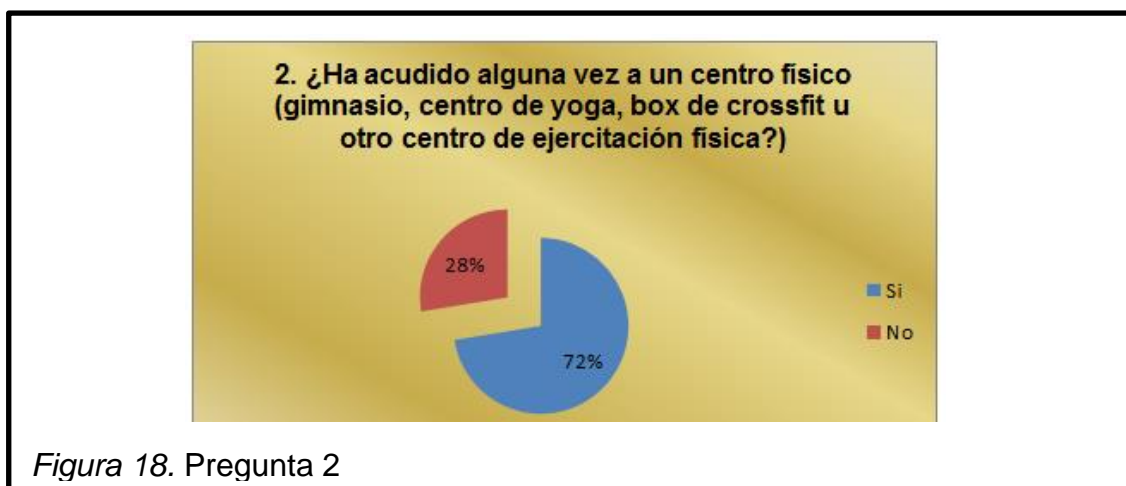
### 3.9.8 Análisis de datos

Una vez realizada la investigación de mercado y recopilado toda la información, se analizará las 5 preguntas más relevantes de la encuesta. El análisis de las demás preguntas se puede encontrar en el Anexo 6.

Pregunta 2 ¿Ha acudido alguna vez a un centro físico (gimnasio, centro de yoga, box de crossfit u otro centro de ejercitación física?)

Tabla 19. Pregunta 2.

Detalle	#	%
Si	289	72%
No	110	28%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>



El 72% de las personas encuestadas ha acudido alguna vez a un centro físico, sea este gimnasio, centro de yoga, box de crossfit u otro centro de ejercitación. Este porcentaje es alto y da a entender que la mayoría de personas si acude a un centro o lugar para realizar actividad física. El 28% de las personas no ha acudido a un centro físico.

Pregunta 4 ¿Con qué frecuencia realiza actividad física?

Tabla 20. Pregunta 4.

Detalle	#	%
2 a 3 veces a la semana	113	39%
1 vez a la semana	56	19%
4 a 5 veces por semana	53	18%
No realiza actividad física	35	12%
Todos los días	28	10%
Otra (1 vez al mes)	4	2%
<b>TOTAL</b>	<b>289</b>	<b>100%</b>

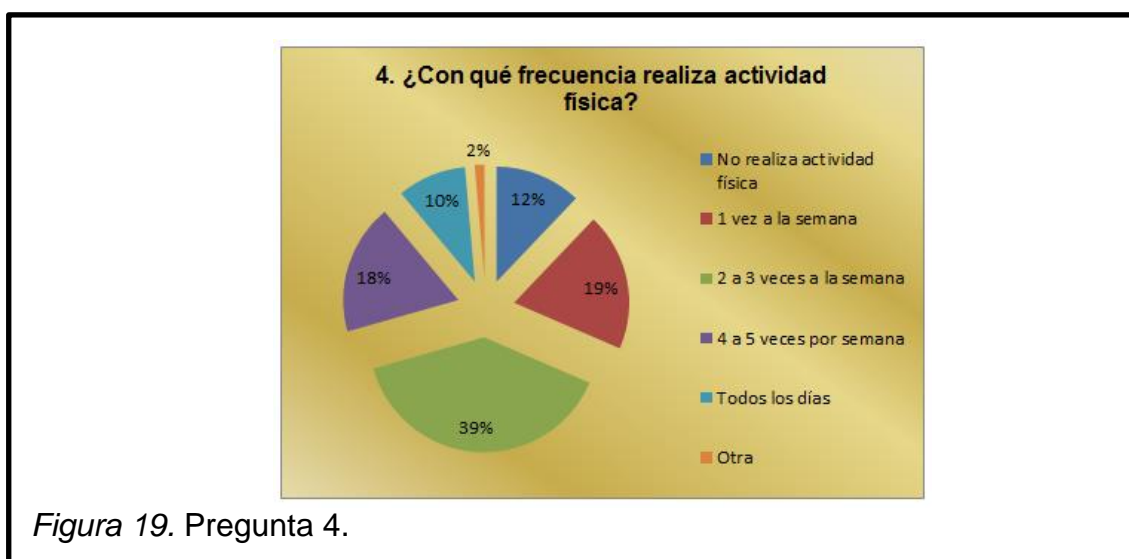


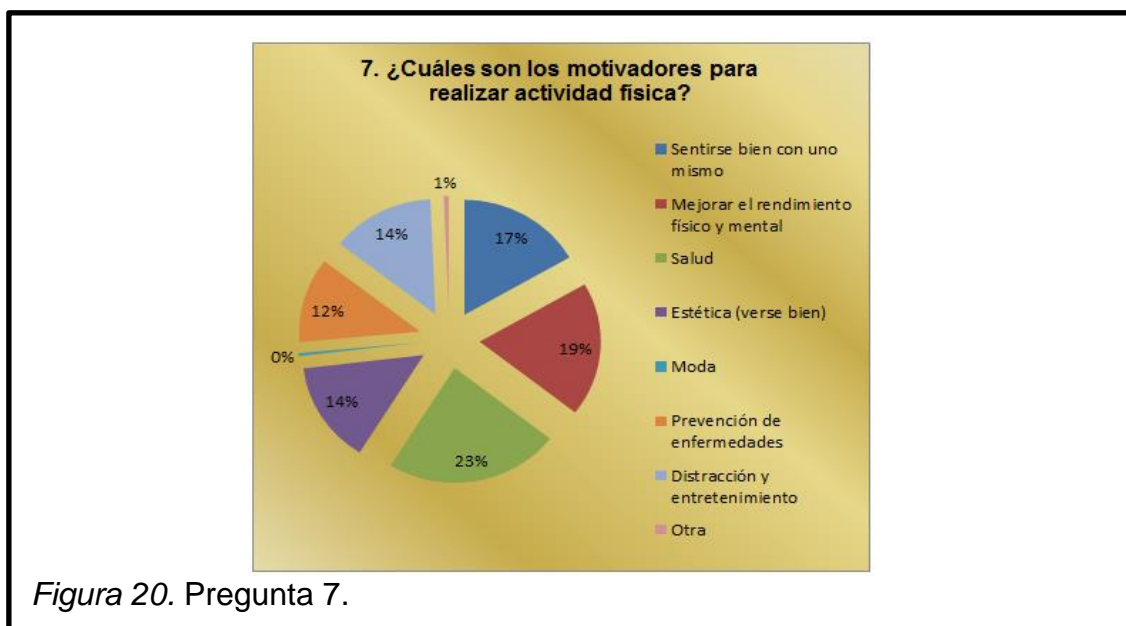
Figura 19. Pregunta 4.

Del total de encuestados (289) que mencionaron que si han asistido a algún tipo de Centro, el 39% practica de 2 a 3 veces por semana, el 19% lo hace 1 vez a la semana, el 18% practica de 4 a 5 veces por semana, el 12% no realiza actividad física, el 10% lo hace todos los días de la semana y apenas un 2% lo hace 1 vez al mes.

Pregunta 7 ¿Cuáles son los motivadores para realizar actividad física?  
 Seleccione todas las respuestas posibles.

Tabla 21. Pregunta 7.

Detalle	#	%
Salud	172	23%
Mejorar el rendimiento físico y mental	139	19%
Sentirse bien con uno mismo	123	17%
Estética (verse bien)	105	14%
Distracción y entretenimiento	102	14%
Prevención de enfermedades	88	12%
Otra (trabajo, estilo de vida)	5	1%
Moda	3	0%
<b>TOTAL</b>	<b>303</b>	<b>41%</b>

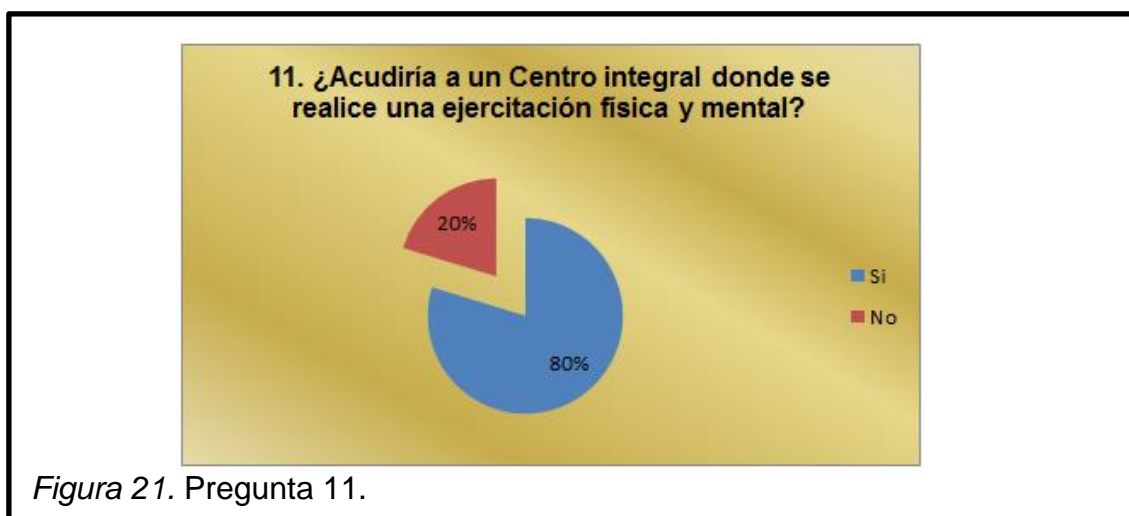


Los principales motivadores que tienen las personas para realizar actividad física es la de tener una buena salud, seguido por la mejorar el rendimiento físico y mental y la de sentirse bien consigo mismo. El 14% de los entrevistados mencionan que los motivadores son la distracción y entretenimiento y la de verse bien, es decir tener una buena estética. Muy pocas personas mencionan que la moda sea un motivador para la práctica deportiva. Cabe mencionar que los encuestados marcaron más de una respuesta.

Pregunta 11 ¿Acudiría a un Centro integral donde se realice una ejercitación física y mental?

Tabla 22. Pregunta 11.

Detalle	#	%
Si	318	80%
No	81	20%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>



El 80% de las personas mencionaron que sí acudirían a un centro integral donde se pueda combinar la ejercitación física y mental, mientras que el 20% dijo que no acudiría. El nivel de aceptación del mercado potencial es alto.

Pregunta 12 De las siguientes actividades que están mencionadas, ¿Cuáles serían las que más le interesan? Seleccione todas las respuestas posibles.

Tabla 23. Pregunta 12.

Detalle	#	%
Fusion Fitness	162	26%
Budokan	113	18%
Chi kung	91	15%
Doga	88	14%
Meditación Nataraj	85	14%
Píloga	62	10%
Otra (artes marciales)	15	3%
<b>TOTAL</b>	<b>616</b>	<b>100%</b>



La actividad que tuvo más aceptación por parte de las personas, es la del Fusion Fitness con un 26%, le sigue el Budokan con un 18%. El Chi Kung, el Doga y la Meditación Nataraj también se encuentran dentro de las más aceptadas con un 15%. El Píloga y la opción de otra (artes marciales), éstas son las menos seleccionadas y aceptadas por el mercado. Cabe mencionar que hay una gran cantidad de respuestas debido a que los encuestados seleccionaron más de una respuesta.

## CONCLUSIONES

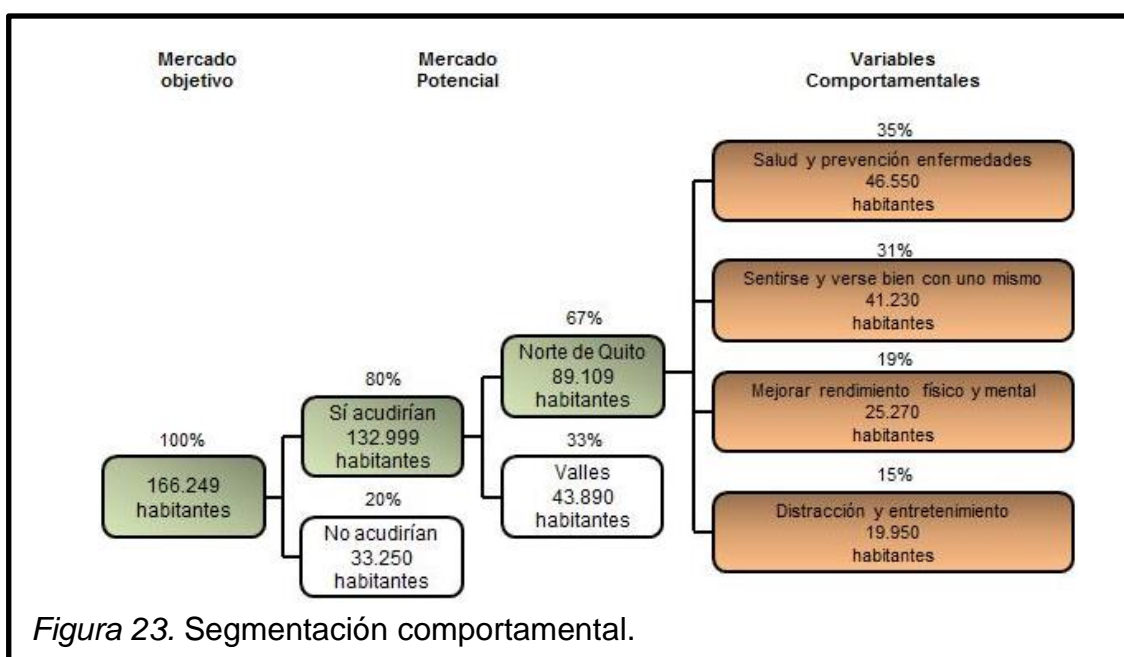
- El 72% (289 personas) de las personas encuestadas han acudido alguna vez a un gimnasio y 28% (110 personas) no ha acudido por diversas razones como la falta de tiempo, servicios que no son del agrado de los clientes, entre otros. Dharana deberá enfocarse en atraer a las personas que no acuden a un centro y a las que sí lo hacen y buscan nuevas alternativas para su ejercitación.
- Existe un nivel de aceptación considerable por parte del mercado (80%) de personas que sí acudirían a un centro integral donde se combine la ejercitación física y mental. Los principales motivadores de aquellos usuarios son: mantener una salud adecuada, sentirse bien consigo mismo y mejorar el rendimiento físico y mental.
- Las actividades de mayor aceptación por parte de las personas son: Fusion Fitness, Budokan, Meditación Nataraj y Chi Kung.
- Los horarios con más aceptación es en la mañana de 6h00 a 8h00 y en la noche de 20h00 a 22h00. Sin embargo, las personas también mencionaron que les gustaría acudir a las 5 de la mañana y a las 11 de la noche.
- El 52% de personas, dijeron que estarían dispuestos a pagar por acudir al Centro entre \$35 a \$45 dólares, lo que servirá como base para establecer el precio.
- El Centro deberá hacerse conocer mediante medios digitales como las redes sociales y correos electrónicos debido a que es el medio de comunicación con más aceptación por parte de los encuestados.

### 3.10 Nivel de aceptación del servicio

El nivel de aceptación del servicio del centro de ejercitación física y mental está dado por la siguiente estructura:

- Mercado disponible: 463.088 habitantes
- Mercado objetivo: 166.249 habitantes
- Nivel de aceptación real: 80% de aceptación, 65% Norte de Quito
- Mercado potencial: 89.109 habitantes Norte de Quito

Del grupo de potenciales usuarios (89.109 habitantes), se dividen en los diferentes grupos que el Centro está enfocado como se detalla en la Figura 23.



### 3.11 Posicionamiento

La frase de posicionamiento se definió utilizando la estrategia de posicionamiento basado en atributos, en la cual se demuestra los beneficios de las técnicas alternativas.



“Para hombres y mujeres entre los 20 y 55 años del Norte de Quito de clase social media, media-alta y alta, Dharana es un centro de ejercitación física integral que combina técnicas alternativas como el fusion fitness, budokan y meditación nataraj que permiten la prevención de enfermedades, mejorar el rendimiento físico y mental, sentirse bien consigo mismo y la distracción y entretenimiento”.

### **3.12 La competencia y sus ventajas**

En cuanto a la competencia directa e indirecta que tiene Dharana, tenemos:

Competencia directa: aquellos centros que atienden el mismo mercado con servicios y técnicas similares a las ofrecidas por Dharana. Entre los centros más conocidos por el mercado está:

- Namasté Cumbayá
- Dharma Yoga
- Yoga Studio

A los dueños de cada centro se les hizo la entrevista para determinar y conocer sobre cómo se maneja cada uno, las técnicas que enseñan, los precios que manejan, su ventaja competitiva y los medios que más usan para comunicar sus servicios al cliente.

Tabla 24. Análisis competencia directa.

DETALLE	NOMBRE		
	Namasté Cumbayá	Dharma Yoga	Yoga Studio
Ventaja competitiva	Ser un centro serio, con profesionales capacitados.	Los que manejan el centro aman lo que hacen, esa es la clave.	Se concentra solo en el yoga terapéutico más no en otro tipo de técnicas.
Precio	Precio promedio por clase es de \$15 dólares.	Precio promedio USD 10 dólares.	Precio promedio por clase es de \$7.50 dólares.
Horarios	A las 6h30 y 19h30 es donde más gente acude.	Los horarios que más viene la gente son en las tardes y noches. 17h00 y 19h30.	Horarios pico son a las 7h00 de la mañana y 19h30.
Técnicas	Taichí, yoga y chi kung.	Yoga y bellydance.	Yoga terapéutico.
Mercado objetivo	Variado, gente joven, gente que tiene mucha carga de estrés y tensiones por el diario vivir.	Niños, jóvenes, adultos, mujeres embarazadas. No tiene un perfil exacto de los asistentes.	Adultos de 30 años en adelante, de la tercera edad y jóvenes.
Medio de comunicación	Facebook, blog, volantes y afiches.	Redes sociales y mailing.	Boca a boca

Competencia indirecta: son aquellos lugares o centros que satisfacen la misma necesidad de ejercitación física.

En el capítulo 2, en las 5 Fuerzas de Porter, en cuanto a los productos sustitutos, se pueden encontrar varios factores a considerar. Existen centros de ejercitación física, gimnasios y dojos; empresas que comercializan maquinarias deportivas que hacen que las personas otra alternativa para realizar ejercicio; personas que compran implementos deportivos y realizan la actividad y ejercitación desde su casa o al aire libre en parques o hasta en sus propias urbanizaciones.

### 3.13 Participación de mercados

Una vez realizado la investigación de mercados, del total del mercado objetivo de 132.999 habitantes, Namasté Cumbayá (4200 inscritos anuales) y Yoga Studio (3300 inscritos anuales) tiene una participación de 3%, mientras que Dharma (3000 inscritos anuales) tiene un 2%. El 92% restante se encuentra la población que asiste algún tipo de centro no muy conocido ni posicionado en el mercado.



Como se puede observar en la Tabla 25, Namasté Cumbayá tiene un promedio de ingreso mensual de USD 189.000 dólares, Yoga de USD 74.250 dólares y Dharma de USD 90.000 dólares. El ingreso mensual de los tres centros (USD 117.750 dólares) se compara con el ingreso mensual que tiene la industria según el INEC que es de USD 119.130 dólares.

Tabla 25. Participación de mercado competencia.

Centro	Promedio asistentes anuales	Precio promedio por clase	Promedio clases tomadas al mes	# meses al año	Total anual	Promedio mensual
Namasté Cumbayá	4200	\$15	3	12	\$ 2.268.000	\$189.00
Yoga Studio	3300	\$ 7,50	3	12	\$891.00	\$74.25
Dharma Yoga	3000	\$10	3	12	\$ 1.080.000	\$90.00

### 3.14 Evaluación del mercado durante la implementación

Al tratarse de un servicio donde las personas acuden a realizar ejercitación física y mental, sus gustos y preferencias podrían cambiar con el paso del tiempo y para evaluar de forma efectiva al mercado durante la implementación del Centro, se continuará realizando técnicas de investigación de mercado para obtener datos certeros sobre necesidades, gustos, preferencias, sugerencias y recomendaciones para así poder implementar estrategias para satisfacer las necesidades del cliente y generar un mayor valor agregado.

## 4. PLAN DE MARKETING

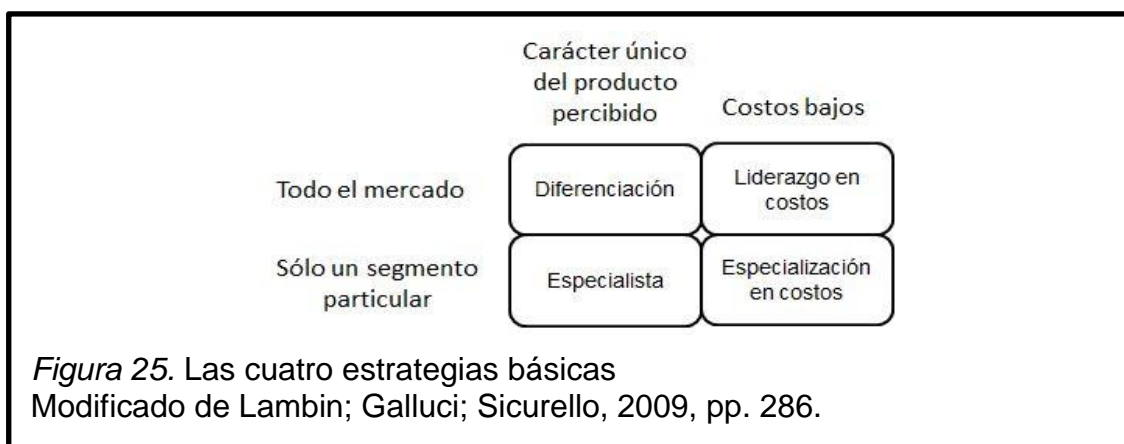
En el presente capítulo, se definirán todos los aspectos importantes del negocio en base a la información obtenida de la investigación de mercados. Se fijarán procedimientos para cumplir con los objetivos establecidos, se formularán las estrategias de marketing que se usarán para el correcto posicionamiento del Centro y se analizará los elementos de la mezcla de marketing que más se adapten al mercado objetivo de Dharana.

### 4.1 Estrategias de marketing

Las estrategias de marketing permitirán lograr los objetivos planteados para el Centro. En el capítulo 2, se planteó que la estrategia general de marketing sería la de diferenciación; y la estrategia de crecimiento de desarrollo de mercado. Una vez realizado la investigación de mercado, se puede afirmar que dichas estrategias planteadas se van a utilizar en el plan de marketing.

#### 4.1.1 Estrategia general de marketing (Diferenciación)

Según Lambin, la estrategia de diferenciación es: “Dar cualidades distintivas al servicio que resulten significativas para el cliente y que creen algo que se perciba como único y genere un valor adicional. (Lambin, Galluci, & Sicurello, 2009)



Dharana se diferenciará por medio de la enseñanza de técnicas alternativas como el fusion fitness, budokan y meditación nataraj (elementos del posicionamiento); brindando atributos distintivos que hacen que el cliente perciba éstas técnicas como las más adecuadas, para mantener una correcta salud física con un adecuado estiramiento y sobre todo con un enfoque mental. Todas las técnicas del centro estarán apoyadas por entrenadores capacitados para evitar lesiones.

Adicionalmente, se brindará técnicas que permitirá a los clientes poder recibir las clases en familia con sus mascotas a través del dogo y chi kung.

Dharana tendrá un ambiente acogedor de paz y tranquilidad con horarios flexibles de acuerdo a la demanda solicitada por los usuarios en la investigación apoyados en entrenadores certificados. La sumatoria de estos 3 factores, generarán la diferenciación buscada.

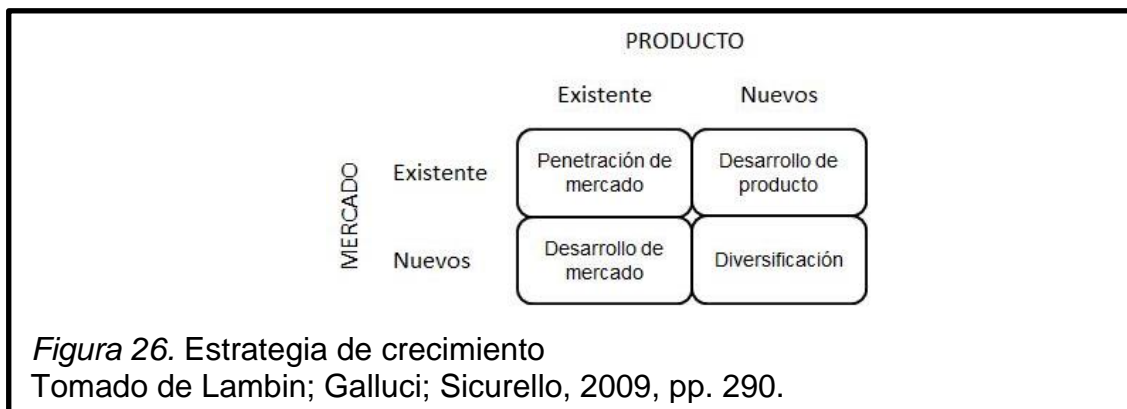
#### **4.1.2 Estrategia de crecimiento (Desarrollo de mercados)**

La estrategia de crecimiento que se va a seguir a futuro es la de desarrollo de mercado debido a que se va a introducir un producto existente en un mercado nuevo (niños, empresas, tercera edad). Un mercado, que en los últimos años, ha estado en constante búsqueda de formas de poder realizar ejercitación física-mental para contrarrestar los diversos problemas que afectan a la sociedad hoy en día.

Mediante esta estrategia, se quiere satisfacer las necesidades latentes de los clientes, las cuales fueron analizadas en la investigación de mercados, y proponer soluciones a aquellas necesidades expresadas por el mercado objetivo. (Lambin, Galluci, & Sicurello, 2009, págs. 290-291)

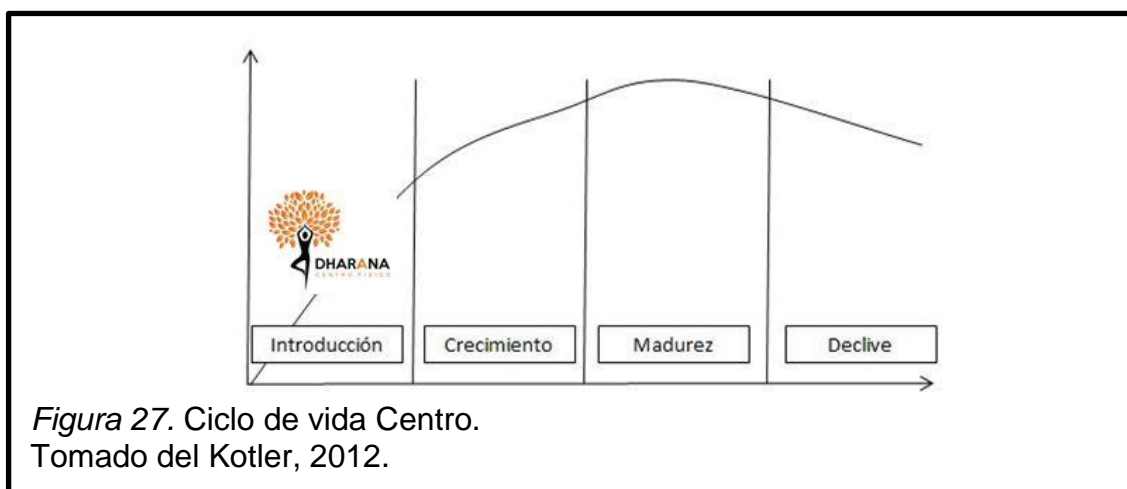
Dichas necesidades, son las de poder acudir a un Centro donde la práctica física y mental sean el eje principal y que las técnicas impartidas más los beneficios de Dharana, generen una satisfacción en el cliente al tener un

Centro con entrenadores capacitados que impartan el adecuado desarrollo de técnicas para evitar lesiones, exista un ambiente que compagine con las técnicas que se enseñan y existan diferentes horarios donde los clientes puedan asistir y poder sentir que su cuerpo y mente están equilibradas.



#### 4.2 Ciclo de vida de Dharana

El ciclo de vida ayuda a determinar que estrategias se implementarán en cada etapa que se encuentre el servicio que brindará Dharana.



La estrategia a usar en las distintas etapas de Dharana son las siguientes:

Tabla 26. Estrategias del ciclo de vida.

ETAPA	DESCRIPCIÓN	OBJETIVO	ESTRATEGIA
Introducción	Las utilidades son bajas o casi negativas debido a que los clientes no tienen mucho conocimiento del Dharana.	Crear conciencia en los usuarios sobre la existencia del Centro.	Diferenciación: <ul style="list-style-type: none"> <li>desarrollar publicidad que destaque los beneficios de la ejercitación física y mental del mercado objetivo.</li> <li>se inducirá a los clientes a probar el servicio con clases demostrativas.</li> </ul>
Crecimiento	Las ventas empiezan a incrementar rápidamente y nuevos competidores querrán ingresar en el mercado con nuevas características.	Desarrollar un posicionamiento e identidad única del Centro.	Desarrollo de mercado: Mantener la publicidad enfatizando los beneficios de la práctica física y mental y generando experiencias únicas en el cliente mediante las técnicas impartidas.
Madurez	Etapa que dura más tiempo que las demás y requiere de mayor esfuerzo por parte del Centro en cuanto a intensificar la publicidad y promoción, rebaja de precios, investigación y desarrollo, entre otras.	Innovar y diferenciar el servicio de Dharana introduciendo nuevas técnicas.	Desarrollo de producto: Desarrollar nuevas técnicas del agrado de los clientes que generen entusiasmo y confiabilidad en los mismos. Generar un mayor atractivo a la hora de practicar la ejercitación física y mental para poder obtener publicidad gratuita como el boca a boca.
Declive	Las ventas empiezan a declinar hasta llegar a cero. Varias compañías se retiran del mercado.	Realizar un análisis profundo para determinar y conocer las falencias de Centro.	Posterior al análisis, se puede mantener la inversión del Centro hasta resolver los problemas o reducir la inversión poco a poco y salir del mercado.

### 4.3 Producto/Servicio

Dharana brinda la opción para jóvenes y adultos (hombres y mujeres) para que realicen ejercicio físico combinado con el ejercicio mental mediante la práctica de nuevas técnicas no convencionales (fusion fitness, chi kung, budokan, meditación nataraj, doga y estiramientos). Estas técnicas ayudan a mantener



una adecuada salud tanto física como mental. Basándose en la investigación de mercados, las técnicas a implementarse en Dharana son las siguientes:

- Fusion Fitness
  - Es un conjunto de ejercicios específicos y concretos de diferentes disciplinas que se concentran en una clase única.
  - En una sesión de Fusion Fitness reúnen los movimientos y los ejercicios aeróbicos y de tonificación de los diferentes grupos musculares.
  - En un inicio, se entra en una fase de estiramiento postural de 10 minutos, luego la fase de ejercicios aeróbicos de alta intensidad de 20 minutos, luego 10 minutos de pilates y/o ejercicios con mancuernas, o peso corporal; y finalmente, una fase de enfriamiento.
  - Los beneficios de esta técnica son muchos debido a que en una sola sesión se trabaja el corazón, los músculos, en posturas y actitudes correctas, en el estiramiento y la flexibilidad muscular y la relajación de la mente.
- Budokan
  - Es realizar yoga, artes marciales y pilates en una sola sesión. (Precisión del cuerpo, lineamientos funcionales y meditación)
  - Se realiza movimientos lentos y controlados con todo el cuerpo, mezclados con técnicas de relajación.
- Meditación Nataraj
  - Se refiere a la energía de bailar. Es bailar y realizar una meditación total, es volverse la danza, es bailar tan

profundamente que la persona se olvida por completo que está danzando.

- Los beneficios de esta técnica son: despierta la energía vital del cuerpo, da mayor flexibilidad al cuerpo, desarrollo un bienestar interior, la mente se vuelve lúcida, se experimenta sensaciones de tranquilidad y paz, se reduce el estrés y mejora la salud.
- Chi kung
  - Terapia medicinal de origen chino perteneciente a la misma rama que el taichí o reiki. Sustenta su filosofía en la importancia de canalizar la energía vital del cuerpo de la persona.
  - El estado de salud de cada persona servirá para medir la capacidad de conseguir el correcto equilibrio entre cuerpo y mente. Este estado se logra a través de la meditación y control de la respiración.
  - Su traducción es: “Trabajo de respiración”. Mediante los ejercicios, la respiración acompaña cada movimiento y pensamiento de la persona.
- Doga
  - Es una oportunidad para practicar sesiones de yoga en compañía del perro.
  - Entre los principales beneficios están: fortalecimiento del vínculo entre mascota y dueño, reducción de niveles de estrés, mejoramiento de la circulación de sangre y de la respiración.

En cuanto a los estiramientos que se darán en Dharana se ha analizado que muchas personas no realizan estiramiento antes, durante y después de la ejercitación física. Como valor agregado, que estará incluido en el pago de su membresía, se tiene las clases complementarias de estiramiento para enseñar

a las personas como se debe estirar y prevenir cualquier tipo de daño a su cuerpo.

Un buen estiramiento que debe durar de 10 a 20 segundos por cada músculo estirado. Cuanto más se estire será mucho mejor para el cuerpo de la persona.

Los beneficios de un correcto estiramiento son: evita lesiones en el cuerpo, aumenta el rango de movilidad articular, reduce contracturas y dolores musculares, aumenta el rendimiento deportivo, aumenta los niveles de recuperación, desarrolla una sensación de bienestar con uno mismo y elimina las tensiones del cuerpo y la mente.

El Centro contará también aparte de los servicios antes mencionados con equipos de seguridad tanto internos como externos, un equipo de primeros auxilios, teléfonos, seguro de accidentes para cualquier caso de emergencia, servicios higiénicos, WI-FI, zona de esparcimiento y descanso.

La apertura será desde las 5h00 hasta las 10h00 y de 16h00 a 23h25 según requerimientos del cliente. Los días sábados estará abierto desde las 6h05 a 10h20. En cada horario habrá dos diferentes clases de técnicas, en las primeras horas de la mañana se impartirá el fusion fitness y el budokan (técnicas más demandadas por los clientes). Los días sábados se impartirán las clases complementarias y las clase más demandadas por los clientes.

#### **4.3.1 Nivel de producto/servicio**

El servicio consta de 3 niveles de producto en los cuales cada uno agrega más valor al cliente. El producto básico (que adquiere realmente el cliente), el producto real (conjunto de atributos que los consumidores desean, diferenciándolo así de la competencia) y el producto aumentado (servicios y beneficios adicionales que se brinda al cliente).

Tabla 27. Niveles del producto.

NIVEL	DESCRIPCIÓN
Básico	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El cliente obtiene un espacio donde puede realizar ejercitación física y mental para mantener su cuerpo saludable y activo.</li> </ul>
Real	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Información necesaria sobre precios, instructores horarios y beneficios, lo cual generará una imagen profesional y positiva.</li> <li>• Facilidades de compra a través de: domicilio, internet o llamada telefónica.</li> <li>• Infraestructura adecuada, fácil acceso a las instalaciones y al Centro, lo cual brindará al cliente una imagen positiva y sensaciones agradables para que desde un inicio viva una experiencia única.</li> <li>• La limpieza es fundamental en la recepción, baños, corredores y salas.</li> <li>• El Centro será un espacio acogedor, seguro y único para generar un momento de tranquilidad y paz.</li> <li>• Entrenadores capacitados para cada técnica.</li> </ul>
Aumentado	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicio post-venta dónde se preguntará a los clientes como fue su experiencia y las sensaciones que tuvieron en todo el proceso para ofrecer un mejor servicio e implementar nuevas técnicas.</li> <li>• Brindar conferencias para el cuidado de la salud sobre dietas, diabetes, buena alimentación y manejo del estrés.</li> </ul>

#### 4.3.2 Mezcla del producto/servicio

Consiste en las diferentes líneas de productos (técnicas de ejercitación) que se han determinado para la enseñanza. La anchura de un producto es la cantidad de técnicas distintas que existen, la longitud que es el total de tipos de ejercitación que existe por cada técnica, la profundidad es la cantidad de versiones distintas que existe por cada técnica y la consistencia que es la relación que tienen las distintas líneas entre sí.

Tabla 28. Mezcla de producto.

<b>ANCHURA</b>	<b>LONGITUD</b>	<b>PROFUNDIDAD</b>
<b>LÍNEA PRODUCTO</b>	<b>CANTIDAD TIPOS DE TÉCNICA</b>	<b>VERSIONES</b>
Budokan	No se deriva en ningún tipo.	Principiante Experto
Fusion Fitness	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Píloga</li> <li>• Troga</li> <li>• Piloxing</li> </ul>	No tiene versiones.
Chi kung	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equilibrio del cuerpo</li> <li>• Equilibrio de la mente</li> <li>• Equilibrio de la respiración</li> </ul>	Principiante Experto
Doga	No se deriva en ningún tipo.	No tiene versiones.
Meditación Nataraj	No se deriva en ningún tipo.	No tiene versiones.
Estiramiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estático</li> <li>• Dinámico</li> <li>• Pasivo</li> <li>• Isométrico</li> <li>• Balístico</li> </ul>	No tiene versiones.

Todas las líneas de producto están muy relacionadas debido a que cada una de las técnicas son un tipo de ejercitación física combinada con la mental y ayudan a las usuarios a mantener una adecuada salud integral.

#### 4.3.3 Horario

De la investigación de mercado se desprende que el horario será: de lunes a viernes desde las 5h00 hasta las 10h00 y de 16h00 a 23h25. Los días sábados de 6h05 a 10h20. En cada horario hay diferentes clases de técnicas donde se combinan para ofrecer variedad a los clientes.

HORARIO DHARANA						
HORARIO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO
5:00 - 6:00	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Nataraj / Fusion Fitness	
6:05 - 7:05	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan
7:10 - 8:10	Meditación Nataraj / Chi Kung	Meditación Nataraj / Chi Kung	Meditación Nataraj / Chi Kung	Meditación Nataraj / Chi Kung	Meditación Nataraj / Chi Kung	Meditación Nataraj / Chi Kung
8:15 - 9:15	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Doga / Estiramientos
9:20 - 10:20	Nataraj / Fusion Fitness	Budokan / Chi Kung	Budokan / Chi Kung	Budokan / Chi Kung	Nataraj / Fusion Fitness	Doga / Estiramientos
10:25 - 11:25	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	
11:30 - 12:00						
12:00 - 13:00						
13:00 - 14:00						
14:00 - 15:00						
15:00 - 16:00						
16:00 - 17:00	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	
17:05 - 18:05	Budokan / Chi Kung	Nataraj / Fusion Fitness	Budokan / Chi Kung	Nataraj / Fusion Fitness	Budokan / Chi Kung	
18:10 - 19:10	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Nataraj / Fusion Fitness	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	
19:15 - 20:15	Meditación Nataraj / Chi Kung	Meditación Nataraj / Chi Kung	Estiramientos	Meditación Nataraj / Chi Kung	Meditación Nataraj / Chi Kung	
20:20 - 21:20	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	
22:25 - 23:25	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	Fusion Fitness / Budokan	

Principiante
Experto

*Figura 28. Horario Dharana.*

La duración de la clase es de una hora, cada hora de clase tendrá 2 técnicas programadas y existirá un intervalo de 5 minutos entre clase y clase. De 11h30 a 16h00 habrá un break que incluirá la limpieza del lugar, organización de las clases y almuerzo de los trabajadores. Las técnicas que se impartirán estarán divididas en clases para principiantes y expertos. Habrá más clases de principiantes debido a que se quiere fomentar la práctica de estas técnicas para contrarrestar los problemas de salud (estrés, problemas saludables, problemas derivados por el sedentarismo, entre otros).

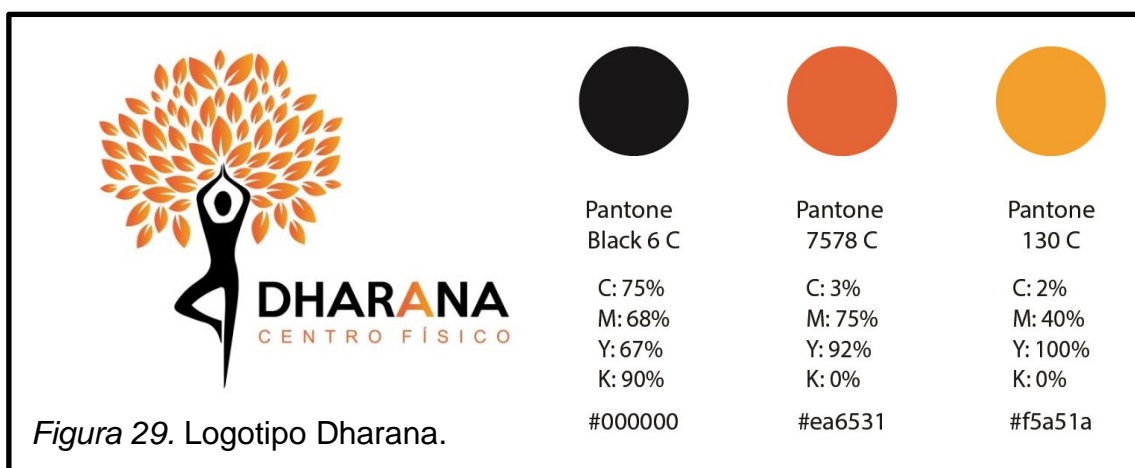
#### 4.3.4 Branding

Proceso consiste en construir una marca vinculada al nombre, logotipo y colores que identifican a la misma y generan valor para los clientes y la empresa. Sin embargo, no solo debe generar valor, sino crear conexiones emocionales con el cliente para presentar de una u otra forma la imagen e identidad del Centro.

El nombre de la empresa es Dharana Centro Físico. Dharana significa mantener la concentración correcta. Es entrenar la mente de la persona para mantenerla clara, concentrada y enfocada. Se escogió este nombre debido a que hace relación con la identidad del Centro, un espacio donde se prioriza el entrenamiento mental y físico para poder desarrollar un crecimiento integral en la persona.

#### 4.3.4.1 Imagen y logotipo

Es el signo distintivo de cada empresa conformado por letras, imágenes y abreviaturas de distintos colores que permite a las personas asociarlo de inmediato con la empresa. El logotipo debe ser llamativo, simple e inspirador, que transmita lo que la empresa quiere comunicar.



##### 4.3.4.1.1 Diseño

El diseño de logotipo es simple y se observa una persona en fondo negro realizando una pose de relajación y uniendo sus manos de las que se desprende flores de color anaranjado inspirando un sentido de paz y tranquilidad. En la parte derecha de la imagen, se encuentra el nombre del Centro combinando los colores del logotipo para darle formalidad. Y la conjunción de estos elementos genere una conexión emocional de tranquilidad, paz y relajación.

#### **4.3.4.1.2 Colores**

La experiencia visual es muy importante para los clientes, si hay un logotipo llamativo con colores que sean de su agrado, la decisión de compra se puede ver influenciada de manera positiva. La elección de los colores se debe realizar de manera apropiada debido a que cada color tiene su significado e interpretación. Para el logotipo de Dharana se usó el negro, anaranjado y blanco.

##### **4.3.4.1.2.1 Negro**

El color negro representa poder, formalidad, elegancia paz y silencio. Usando el color negro en el logotipo, se quiere transmitir todas esas sensaciones a los usuarios a la hora de realizar ejercitación física y mental, un espacio donde el poder de cada persona sirva para encontrar la paz interior y ayude a su crecimiento integral mediante el deporte.

##### **4.3.4.1.2.2 Anaranjado**

El color anaranjado representa la energía, felicidad, alegría, entusiasmo, creatividad, determinación y éxito. Se escogió dicho color porque también transmite una sensación de mayor aporte de oxígeno al cerebro, produciendo efectos vigorizantes en las personas. Se asocia también a la alimentación sana y salud. Todas estas sensaciones se quieren transmitir en los clientes, que sientan que Dharana será el espacio donde su energía corporal se renovará dejando de lado las sensaciones de estrés y preocupaciones por medio de la ejercitación física y mental.

##### **4.3.4.1.2.3 Blanco**

El color blanco representa la purificación de la mente a los más altos niveles, la inocencia y el optimismo; genera un efecto de simplicidad y frescura. Se le asocia mucho con centros relacionados a la salud. El fondo del logotipo es



blanco, quiere transmitir la pureza del Centro, la idea de tener ese espacio de libertad y paz que tanto el ser humano necesita.

El gasto en la conceptualización y diseño del logotipo de Dharana es de USD 280 dólares.

Tabla 29. Gastos de conceptualización y diseño de logotipo.

<b>GASTOS PRODUCTO</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Conceptualización y diseño del logotipo	1	\$ 250.00	\$ 250.00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 250.00</b>
<b>IVA</b>			<b>\$ 30.00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 280.00</b>

#### **4.4 Política de precios**

Para establecer los precios, se escogerán dos estrategias: la de ingreso al mercado que es una combinación de la estrategia basada en la competencia y la de penetración; y la estrategia general que es la de basada en el buen valor.

##### **4.4.1 Estrategia de ingreso al mercado**

La estrategia a usar será la de penetración. Debido a la existencia de algunos centros de ejercitación se pretende brindar al cliente una alternativa nueva para que realice su actividad física a un precio muy módico. La estrategia de penetración, es fijar un precio bajo a fin de atraer más usuarios y ganando participación de mercado. (Kotler & Armstrong, 2008, págs. 265-275)

Entonces, la implementación de esta estrategia, consiste en determinar un precio inferior para estimular a aquellas personas que son sensibles al precio, abaratando los costos debido a que no se usan máquinas y permitiendo a los usuarios acceder al mismo.

Basado en la investigación de mercados, el precio promedio que pagan los clientes al asistir a un centro es de USD 60 dólares al mes. Implementando la estrategia, en Dharana el precio mensual de la membresía será de USD 42 dólares y la inscripción anual de USD 60 dólares.

#### 4.4.2 Estrategia general (basado en el buen valor)

La estrategia de precios general que se usará será la basada en el buen valor. La estrategia consiste dar una mayor percepción de valor al comprador. La fijación del precio se basa en un análisis de necesidades y percepciones del cliente como se analizó en la investigación de mercado (entrenadores capacitados, buen ambiente, parqueaderos) y así fijando un precio de acuerdo al valor percibido.

Entonces, la estrategia servirá para determinar un precio óptimo y justo para estimular a los usuarios a acudir al Centro generando un valor positivo por el precio que pagan y el servicio brindado. En la figura 30 se detalla el proceso a seguir para la estrategia de buen valor.

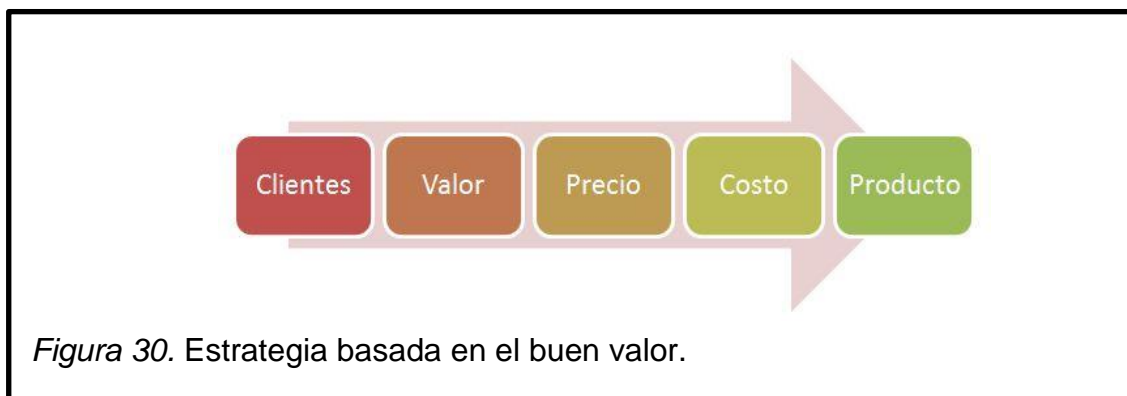


Figura 30. Estrategia basada en el buen valor.

El mercado objetivo de Dharana son tanto hombres como mujeres entre los 20 y 55 años de edad de clase social media, media-alta y alta. Se considera la estrategia de buen valor debido a que es un mercado aspiracional y se fija más en sus necesidades y beneficios obtenidos que en el precio en sí, más les interesa la percepción que tiene sobre el servicio que van a obtener.

Es importante mencionar que se analizó también la estrategia de costos, sin embargo, la mejor opción es basarse en la competencia debido a que el margen de ganancia es mayor.

Cálculo de precio

Tabla 30. Cálculo de precio.

Rubro	Valor	TOTAL	\$ 5.706,66
Sueldos	\$ 4.786,66	Promedio Clientes	153
Servicios Básicos	\$ 120,00	Costo	\$ 37,30
Arriendo	\$ 800,00	Margen	12%
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 5.706,66</b>	Precio	\$ 41,77
		Precio Dharana	\$ 42,00

Se tiene un margen del 12% para el cálculo del precio y se lo redondea a USD 42 dólares.

#### 4.4.3 Proyección de ventas

Para la proyección de ventas, se van a construir tres escenarios: el optimista, el esperado y el pesimista.

Los tres escenarios se van a desarrollar tomando en cuenta la cantidad de clientes que podría acudir al Centro y el precio que podrían pagar. Para el escenario esperado se tiene previsto empezar con 100 clientes que pagarían un precio de USD 42 dólares, el optimista con 110 clientes que pagarían USD 43 dólares y el pesimista acudirían 85 clientes pagando USD 40 dólares. Los valores de los tres escenarios se tomaron en base al crecimiento de la industria.

Tabla 31. Escenarios esperado, optimista y pesimista de proyección de ventas.

<b>INGRESO POR VENTAS ESCENARIO ESPERADO</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	\$				\$
Ingreso	75,558.21	\$ 113,985.31	\$ 164,297.70	\$ 220,045.10	273,471.60
Clientes	153	230	315	392	457

<b>INGRESO POR VENTAS ESCENARIO OPTIMISTA</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	\$				\$
Ingreso	83,926.97	\$ 124,321.76	\$ 178,527.60	\$ 237,508.76	302,996.97
Clientes	166	244	333	415	500

<b>INGRESO POR VENTAS ESCENARIO PESIMISTA</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	\$				
Ingreso	66,153.24	\$ 103,894.84	\$ 155,224.93	\$ 207,676.32	\$ 262,841.52
Clientes	140	221	310	389	462

#### 4.4.4 Táctica de ventas

La correcta elección de la táctica de ventas es una estrategia efectiva para atraer nuevos clientes al Centro. En Dharana se usarán 2 tácticas.

- Alianzas con negocios
  - Entablar una alianza con otras empresas relacionadas a la salud y ejercitación (tiendas, salones de belleza, tiendas de venta de suplementos nutricionales) donde se pueda dejar los volantes informativos de Dharana y los dueños de los mismos recomienden al Centro.
  - Así mismo, Dharana en su centro contará, con volantes informativos de los negocios.
- Incorporar nuevos clientes
  - Una clase gratuita

- El cliente tiene la posibilidad de disfrutar de una clase de su elección para darse cuenta si es de su agrado y supera sus expectativas.
- Brindar cursos sobre cómo mantener costumbres saludables gratis a los usuarios del Centro.
  
- Contar con personal y entrenadores capacitados
  - El personal tendrá capacitaciones constantes sobre servicio el cual permitirá generar un trato amable al usuario.
  - A más de enseñar la práctica de las técnicas, de una imagen positiva del Centro y que su objetivo principal sea el de asesor y acompañar al usuario en todo momento.
  
- Correcto manejo de medios digitales
  - Creación de página web y links de suscripciones.
  - Generar constantemente contenido valioso para los clientes en redes sociales.
  - Interactuar con los clientes en redes sociales para generar fidelización.
  - Realizar análisis y generar retroalimentación mediante las redes sociales para conocer el mercado objetivo y desarrollar nuevas estrategias que permitan anticiparse a posibles mejorar o problemas.

#### **4.4.5 Política de servicio al cliente y garantías**

Dharana será un espacio donde los clientes se sientan a gusto, cómodos y que les genere confianza. Un espacio de confiabilidad, empatía y receptividad. Es por estos factores, que se han desarrollado algunas políticas de servicio al cliente y sus garantías que serán implementadas para lograr generar una adecuada relación a largo plazo entre usuario y Dharana.

- Todo el personal estará alineado con la imagen del Centro.
- Los entrenadores siempre tendrán un trato adecuado con el cliente, priorizando el servicio personalizado.
- Se incentivará a vivir un ambiente de excelencia, tranquilidad y paz.
- Prestar el servicio ofrecido.
- Cometer la menor cantidad de errores posibles y administrar los mismos de la mejor manera.
- Crear fichas individuales por cada cliente.
- Administrar la información del cliente de forma privada y segura.
- Al entrar al Centro, se vivirá una experiencia de paz y tranquilidad.
- Enviar mailing personalizado a cada cliente con información y promociones.
- Mejorar constantemente el servicio.
- Capacitar al personal constantemente para brindar un mejor servicio.
- Subir información contantemente en los medios digitales.
- Realizar seguimiento constante a los clientes para conocer su nivel de satisfacción y obtener retroalimentación para una mejora continua.

Existirá un buzón de sugerencias en la página web y facebook para conocer qué piensan los clientes.

#### **4.5 Plaza/Distribución**

Al ser Dharana un centro de ejercitación física y mental, el canal de distribución será directo, es decir, no existen niveles de intermediarios y los usuarios asisten directamente al Centro para comprar el servicio.



Al tener un mercado objetivo definido y al ser el Centro el punto de venta, la estrategia de plaza/distribución que se usará es la distribución exclusiva debido a que solo existe un único punto de venta al cliente.

#### **4.6 Promoción y Publicidad**

La promoción según Stanton, Etzel y Walker, son todos aquellos esfuerzos personales e impersonales de un vendedor para informar, persuadir o recordar a una audiencia objetivo. (Stanton & Etzel, Fundamentos de Marketing, 2007) De esta manera se comunicará al mercado objetivo el factor diferenciador y que se perciba como único.

La estrategia de promoción a usar es la de jalar. Esta estrategia consiste en dirigir las actividades de marketing del Centro hacia los usuarios incentivándolos así a acudir a Dharana. Para desarrollar la estrategia, es necesario invertir en publicidad y promoción para dar a comunicar Dharana con los servicios y beneficios que brinda. Algunas técnicas que se usan en esta estrategia es la creación de páginas web o blogs, entrega de cupones o descuentos y promociones. Basado en los resultados de la investigación, las acciones a desarrollar son:

- Promociones

- A las primeras 50 personas que se inscriban recibirán incentivos adicionales, como un kit deportivo que contiene un toma todo, una toalla y una bolsa.
- Se va a desarrollar una estrategia de descuentos de un 10% a los primeros 50 usuarios que paguen su valor de inscripción (matrícula). Adicionalmente, de un 20% para ambos/as si asisten con un amigo/a.

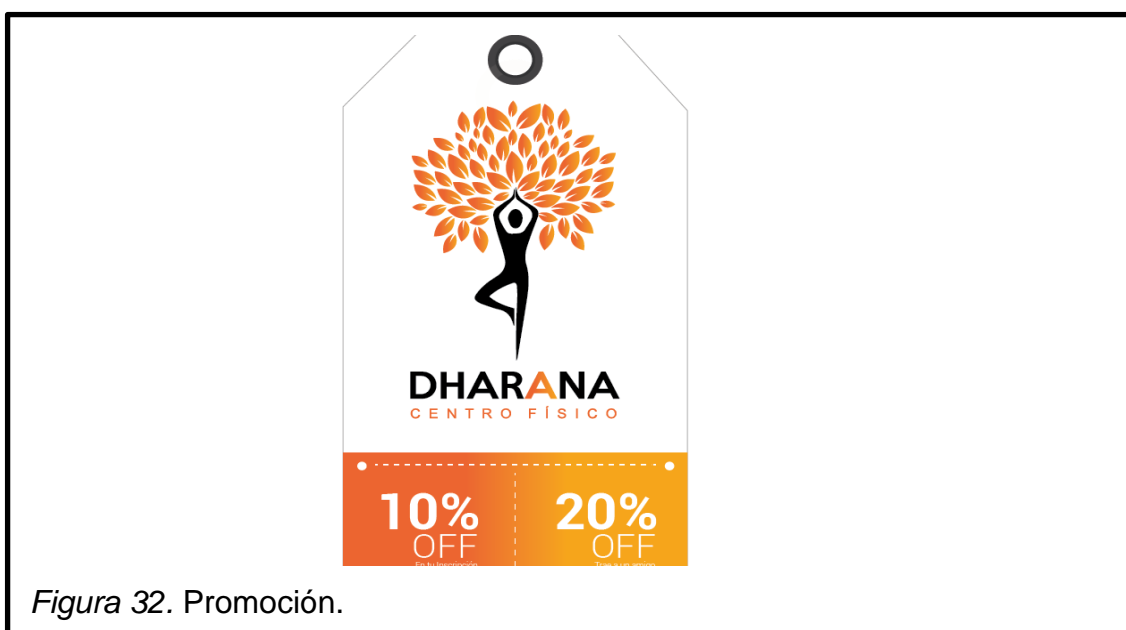


Tabla 32. Gastos de promociones en la inscripción.

GASTOS PROMOCIONES			
DETALLE	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Promoción 10%	50	\$ 2,50	\$ 125,00
Promoción 20%	50	\$ 5,00	\$ 250,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 375,00</b>
<b>IVA</b>			<b>\$ 45,00</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 420,00</b>

- Marketing Directo
  - En cuanto a la herramienta de marketing directo, se usará una estrategia de redes sociales.



- Se implementará una página web.
- Se usará Facebook, Twitter e Instagram.
- En cada red social se desarrollará acciones que promuevan la interacción con el cliente.
  
- Se realizarán sorteos para recibir promociones y descuentos.
  
- Se detallará toda la información pertinente del Centro.
  - Horarios
  - Entrenadores
  - Técnicas
  - Precios
  
- Envío de mailing a la base de datos informando de Dharana.
  
- Respuesta a todas las inquietudes y preguntas de los clientes.

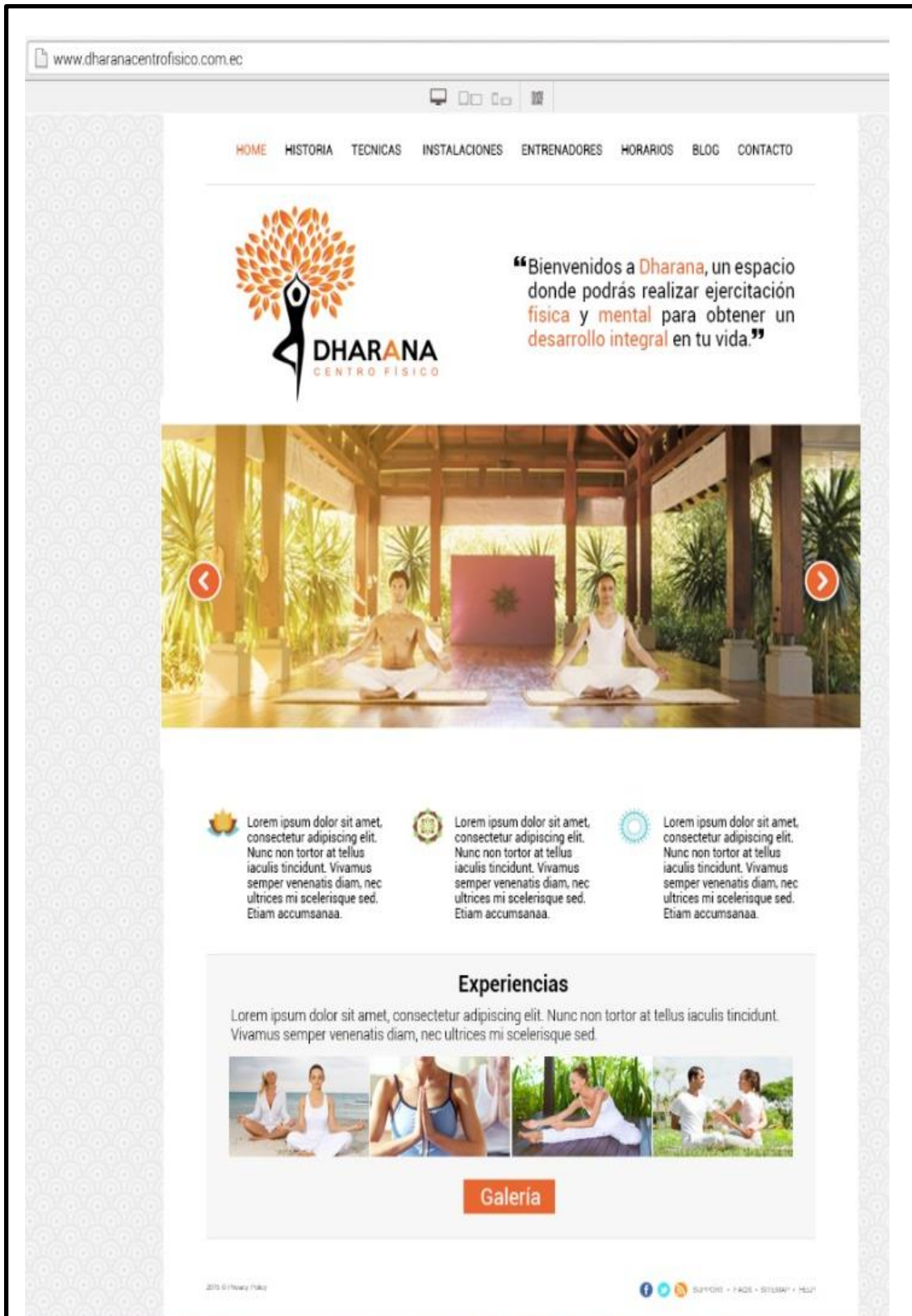


Figura 33. Página web.

f Dharana Centro Físico

Dharana Inicio 5

**DHARANA**  
CENTRO FÍSICO

Me gusta Seguir Mensaje

Biografía Información Fotos Eventos Más

A 1319 personas les gusta esto

Invitar a amigos a que indiquen que les gusta la página

INFORMACION

Pinar Alto Calle A, esquina  
Quito, Ecuador

+593 987263481

www.dharanacentrofisico.com.ec

APLICACIONES

FOTOS

**Dharana Centro Físico**  
13 de Julio a las 9:00

¿Quieres recibir consejos para lograr un equilibrio entre cuerpo y mente? Inscríbete ya en nuestras clases y obtén un código de registro para recibir consejos semanales en tu celular!

¡Recibe los mejores consejos para disfrutar una vida saludable!

Me gusta · Comentar · Compartir

Conoce las instalaciones de Dharana donde podrás combinar la ejercitación física y mental.

Figura 34. Facebook.

Inicio Notificaciones Mensajes

Buscar en Twitter

**DHANARA**  
CENTRO FÍSICO

TWEETS 56 SIGUIENDO 79 SEGUIDORES 59

Editar perfil

**Dhanara Centro Físico**  
@dharana  
Centro de ejercitación física y mental  
Quito, Ecuador  
Se unió en julio de 2015

Fotos y videos

**Tweets** Tweets y respuestas Fotos y videos

**Dhanara Centro Físico** @dharana 13 de jul. de 2015  
¿Quieres recibir consejos para lograr un equilibrio entre cuerpo y mente? Inscríbete ya en nuestras clases y obtén un código de registro para recibir consejos semanales en tu celular!

¡Recibe los mejores consejos para disfrutar una vida saludable!

**Dhanara Centro Físico** @dharana 13 de jul. de 2015  
Conoce las instalaciones de Dhanara donde podrás combinar la ejercitación física y mental.

A quién seguir · Actualizar · Ver todos

- Alejo VR (@Alejo\_VR) Seguido por Michelle Camillo... Seguir
- UDLA Quito (@UDLAQuito) Seguido por Iván Montaño B... Seguir
- josemapaquiriyshafa (@jo...) Seguido por Iván Montaño B... Seguir

Encontrar amigos

Tendencias · Cambiar

- #FranciscoenEcuador
- #Grefenderum
- Bergoglio
- #MushucRuna
- Griego
- #objetivoEspecialGrecia
- Lou Williams
- #DQuito
- Paulina Vega
- AGUANTE MESSI CARETAS

© 2015 Twitter. Sobre nosotros Ayuda Información sobre anuncios

Figura 35. Twitter.



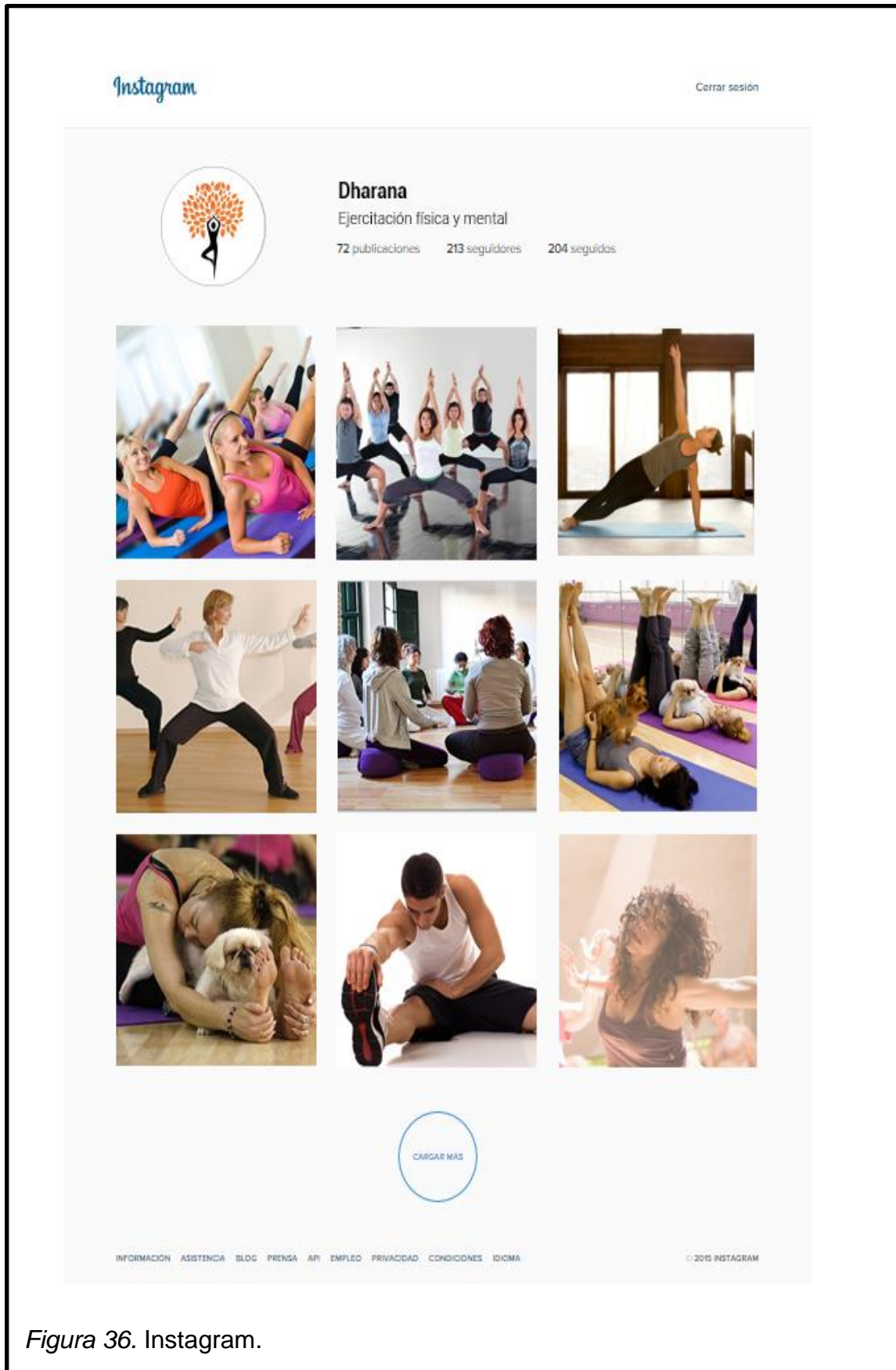


Figura 36. Instagram.

¡Hola!

**Bienvenidos a Dharana**, un espacio donde podrás realizar ejercitación **física y mental** para obtener un desarrollo integral en tu vida. ¡Emprendamos este viaje juntos!

La ejercitación física y mental ayuda a prevenir enfermedades, mantener un rendimiento físico del cuerpo, aliviar dolencias y eliminar el estrés creando así una armonía entre cuerpo y mente.

Las técnicas impartidas están bajo la guía de entrenadores **profesionales y certificados**.

Las **principales técnicas** del Centro son:

- Fussion Fitness
- Chi Kung
- Budokan
- Meditación Nataraj
- Doga
- Estiramientos

Ven y disfruta de momentos únicos de **paz y tranquilidad**.

Para mayor información: +593 987263481 / dharana@gmail.com / www.dharanacentrofisico.com.ec

Figura 37. Mailing.

- Fuerza de ventas
  - Se contratará 2 promotores antes de la inauguración y el primer mes para que puedan entregar volantes que contendrán información necesaria para estimular la compra del mercado objetivo.
  - Además, se regalará unos pequeños artículos promocionales del Centro, como mini toallas o llaveros.



**“ENCUENTRA TU PAZ”**  
EJERCÍTE

**Dharana**, un espacio donde podrás realizar ejercitación **física y mental** para obtener un desarrollo integral en tu vida. ¡Emprendamos este viaje juntos!

Las **principales técnicas** del Centro son:

- Fussion Fitness
- Chi Kung
- Budokan
- Meditación Nataraj
- Doga
- Estiramientos

Para mayor información: +593 987263481 / [dharana@gmail.com](mailto:dharana@gmail.com) / [www.dharanacentrofisico.com.ec](http://www.dharanacentrofisico.com.ec)

Figura 38. Volantes.

El gasto de promoción y publicidad para antes del inicio de operaciones de Dharana es de USD 11.149.60 dólares.

Tabla 33. Gastos publicidad.

<b>GASTOS PUBLICIDAD</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Revistas	4	\$ 500,00	\$ 2.000,00
Tarjetas de presentación	2500	\$ 0,10	\$ 250,00
Volantes	2500	\$ 0,16	\$ 400,00
Volantes promocionales	500	\$ 0,36	\$ 180,00
Página web	1	\$ 800,00	\$ 800,00
Artículos de Merchandising	-	-	-
Toma todo	833	\$ 1,50	\$ 1.249,50
Mini Toallas	833	\$ 1,50	\$ 1.249,50
Llaveros	834	\$ 1,50	\$ 1.251,00
Kits	50	\$ 4,50	\$ 225,00
Fuerza de ventas	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Cursos y/o seminarios	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00
Conceptualización y diseño del logotipo	1	\$ 250,00	\$ 250,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 9.955,00</b>
<b>IVA</b>			<b>\$ 1.194,60</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 11.149,60</b>

En la tabla 34 se puede observar el total de presupuesto para el plan de marketing.

Tabla 34. Presupuesto plan de marketing.

<b>PRESUPUESTO PLAN DE MARKETING</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>TOTAL</b>
Publicidad	\$ 11.149,60
Promociones	\$ 420,00
Producto	\$ 280,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$11.849,60</b>



El gasto de publicidad durante el primer año se muestra en la tabla 35.

Tabla 35. Publicidad y promoción año 1.

<b>GASTOS PUBLICIDAD AÑO 1</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Revistas	4	\$ 500,00	\$ 2.000,00
Volantes promocionales	450	\$ 0,36	\$ 162,00
Fuerza de ventas	2	\$ 50,00	\$ 2.500,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 4.662,00</b>
<b>IVA</b>			<b>\$ 559,44</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 5.221,44</b>

Posteriormente, para los cuatro años siguientes, se tiene detallado los siguientes valores para publicitar en revistas, volantes, promociones y promotores.

Para los años consecuentes, en diferentes meses se realizarán promociones para atraer más clientes.

- Enero → primer mes del año.
  - Mucha gente promete empezar hacer ejercicio. 10% en la inscripción a las primeras 13 personas.
- Febrero → mes del amor y la amistad
  - Se realizará una promoción del 20% en la inscripción a las primeras 25 personas que asistan con un acompañante.
- Julio → inicio de vacaciones
  - Promoción del 10% en la inscripción a las primeras 12 personas.

Tabla 36. Presupuesto plan de marketing año 2, 3, 4 y 5.

<b>GASTOS PUBLICIDAD AÑO 2</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Revistas	4	\$ 500,00	\$ 2.000,00
Tarjetas de presentación	2250	\$ 0,10	\$ 225,00
Volantes	2250	\$ 0,16	\$ 360,00
Volantes promocionales	450	\$ 0,36	\$ 162,00
Artículos de Merchandising	-	-	-
Toma todo	125	\$ 1,50	\$ 187,50
Mini Toallas	125	\$ 1,50	\$ 187,50
Llaveros	125	\$ 1,50	\$ 187,50
Kits	125	\$ 4,50	\$ 562,50
Fuerza de ventas	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Cursos y/o seminarios	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 5.972,00</b>
<b>IVA</b>			<b>\$ 716,64</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 6.688,64</b>

<b>GASTOS PUBLICIDAD AÑO 3</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Revistas	4	\$ 525,00	\$ 2.100,00
Tarjetas de presentación	2425	\$ 0,11	\$ 254,63
Volantes	2430	\$ 0,17	\$ 408,24
Volantes promocionales	450	\$ 0,38	\$ 170,10
Artículos de Merchandising	-	-	-
Toma todo	125	\$ 1,58	\$ 196,88
Mini Toallas	125	\$ 1,58	\$ 196,88
Llaveros	125	\$ 1,58	\$ 196,88
Kits	125	\$ 4,73	\$ 590,63
Fuerza de ventas	2	\$ 52,50	\$ 105,00
Cursos y/o seminarios	2	\$ 1.050,00	\$ 2.100,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 6.319,22</b>
<b>IVA</b>			<b>\$ 758,31</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 7.077,52</b>

<b>GASTOS PUBLICIDAD AÑO 4</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Revistas	4	\$ 551,25	\$ 2.205,00
Tarjetas de presentación	2425	\$ 0,11	\$ 267,36
Volantes	2430	\$ 0,18	\$ 428,65
Volantes promocionales	450	\$ 0,40	\$ 178,61
Artículos de Merchandising	-	-	-
Toma todo	125	\$ 1,65	\$ 206,72
Mini Toallas	125	\$ 1,65	\$ 206,72
Llaveros	125	\$ 1,65	\$ 206,72
Kits	125	\$ 4,96	\$ 620,16
Fuerza de ventas	2	\$ 55,13	\$ 110,25
Cursos y/o seminarios	2	\$ 1.102,50	\$ 2.205,00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 6.635,18</b>
<b>IVA</b>			<b>\$ 796,22</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 7.431,40</b>

<b>GASTOS PUBLICIDAD AÑO 5</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Revistas	4	\$ 578,81	\$ 2.315,25
Tarjetas de presentación	2425	\$ 0,12	\$ 280,73
Volantes	2430	\$ 0,19	\$ 450,08
Volantes promocionales	450	\$ 0,42	\$ 187,54
Artículos de Merchandising	-	-	-
Toma todo	125	\$ 1,74	\$ 217,05
Mini Toallas	125	\$ 1,74	\$ 217,05
Llaveros	125	\$ 1,74	\$ 217,05
Kits	125	\$ 5,21	\$ 651,16
Fuerza de ventas	2	\$ 57,88	\$ 115,76
Cursos y/o seminarios	2	\$ 1.157,63	\$ 2.315,25
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 6.966,94</b>
<b>IVA</b>			<b>\$ 836,03</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 7.802,97</b>

## 5. PLAN DE OPERACIONES Y PRODUCCIÓN

Es el plan de acción donde se detallan las acciones a seguir para cumplir los objetivos planteados y mejorar la competitividad de Dharana. A continuación, se detalla la estrategia a usarse con su ciclo de operaciones, los requerimientos de equipos y herramientas necesarias, la localización geográfica, los requerimientos de espacio físico y los aspectos regulatorios y legales que se necesitan cumplir.

El objetivo final de la estrategia de operaciones, es la de dar una respuesta a los beneficios de los clientes definidos en el posicionamiento para generar la ventaja competitiva que diferencia al Centro del resto.

### 5.1 Estrategia de operaciones

Según Juan Carlos Fernández, consultor mexicano de productividad y desarrollo humano, existen nueve (9) estrategias de operaciones que una empresa puede usar.



Dharana usará la estrategia del personal. En el libro de Administración de Michael Mitt, Stewart Black y Lyman Porter, definen la estrategia de personal como la de contratar al mejor recurso humano posible para el correcto desarrollo y diferenciación. (Hitt, Black, & Porter, 2006, págs. 526-527)

Tanto el personal administrativo como el deportivo generará confianza el cliente apoyándolos en todo momento durante su estadía en el Centro brindando así un motivo para que los usuarios se sientan contentos y satisfechos del servicio que están recibiendo y sepan que cada paso que dan dentro de Dharana está fundamentado en base a un personal capacitado y excepcional.

## **5.2 Ciclo de operaciones**

En el ciclo de operaciones se detallan los flujogramas en los cuales intervienen el cliente, el cual consta de dos tipos:

- El primer ciclo es sobre la comercialización de Dharana que inicia desde que el cliente acude al Centro, navega por medios digitales o llama por teléfono hasta que el cliente se inscribe y paga su inscripción y membresía (Figura 40).
- El segundo ciclo es el servicio en sí y va desde que el cliente tiene su primera clase hasta que sale de ella. (Figura 41)

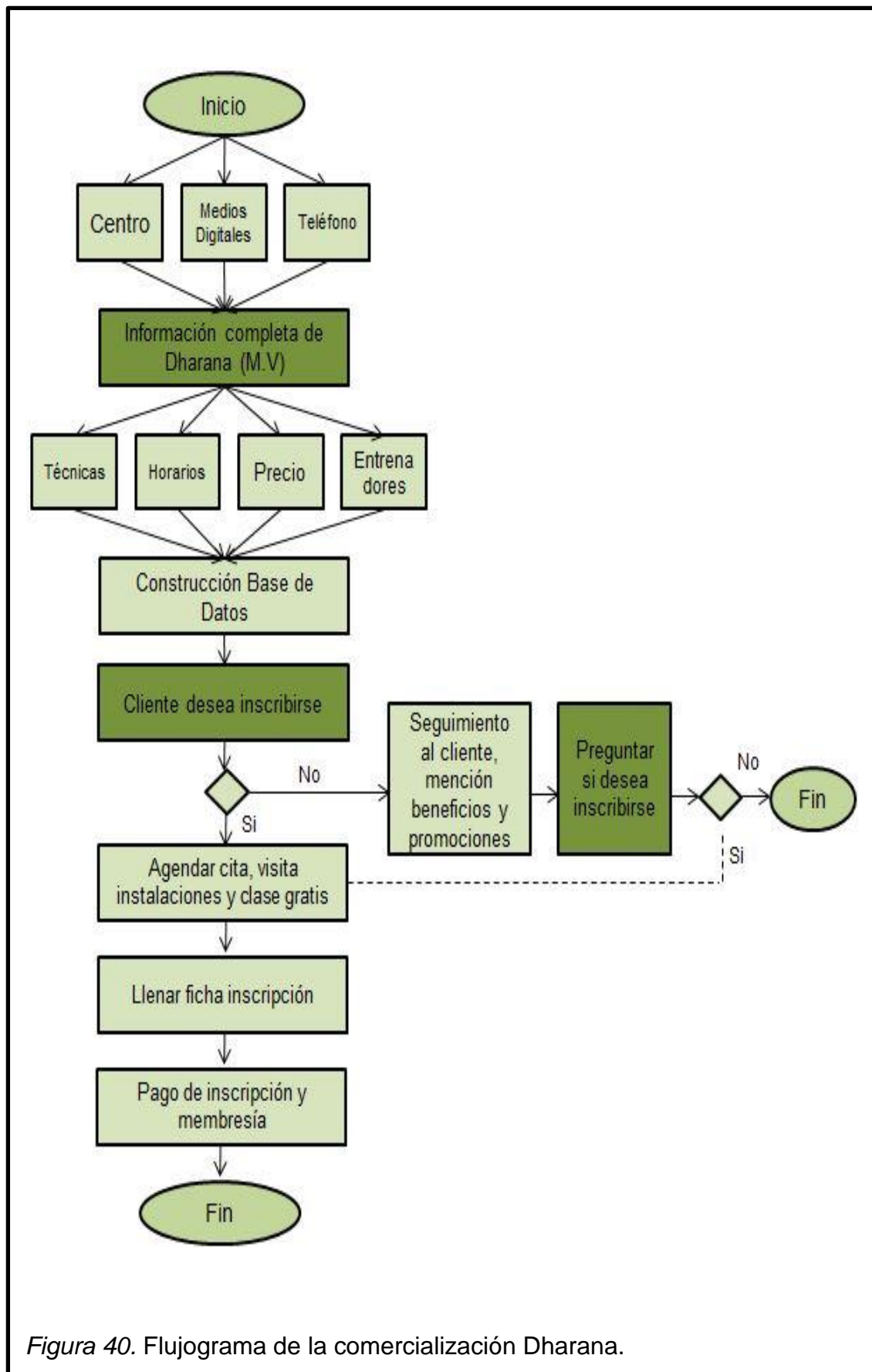


Figura 40. Flujo de la comercialización Dharana.



Figura 41. Flujograma de toma de clases por parte del cliente.

### 5.3 Requerimientos de equipos y herramientas

En cuanto a los equipos, accesorios, implementos y herramientas a usar en el Centro, se encuentran los siguientes divididos por cada área: gerencia, secretaría, entrenadores, fisioterapeuta y baños.

Tabla 37. Requerimientos de equipos, accesorios, implementos y herramientas

<b>Gerencia</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Uni.</b>	<b>Total</b>
Escritorio	1	\$ 240,00	\$ 240,00
Silla romboy	1	\$ 78,00	\$ 78,00
Silla visita	2	\$ 39,00	\$ 78,00
Computadora	1	\$ 528,12	\$ 528,12
Teléfono	1	\$ 24,29	\$ 24,29
<b>Secretaría</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Uni.</b>	<b>Total</b>
Counter roma mixto	1	\$ 320,00	\$ 320,00
Silla romboy	1	\$ 78,00	\$ 78,00
Silla visita grafo	2	\$ 39,00	\$ 78,00
Archivador 4 puertas	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Tripersonal normal	2	\$ 168,00	\$ 336,00
Mesa centro oval	1	\$ 68,00	\$ 68,00
Mesa auxiliar	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Computadora	1	\$ 528,12	\$ 528,12
Impresora	1	\$ 139,49	\$ 139,49
Teléfono	1	\$ 24,29	\$ 24,29
Dispensador de agua	1	\$ 41,70	\$ 41,70
Dispensador de gel	1	\$ 8,00	\$ 8,00
Tv Plasma	1	\$ 484,96	\$ 484,96
Basurero	1	24,29	\$ 24,29
<b>Fisioterapia</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Uni.</b>	<b>Total</b>
Escritorio	1	\$ 240,00	\$ 240,00
Silla romboy	1	\$ 78,00	\$ 78,00
Silla visita	2	\$ 39,00	\$ 78,00
Camilla	1	\$ 170,00	\$ 170,00
Archivador 4 puertas	1	\$ 350,00	\$ 350,00
Computadora	1	\$ 528,12	\$ 528,12
Teléfono	1	\$ 24,29	\$ 24,29
Balanza digital	2	\$ 15,24	\$ 30,48
Botiquín	1	\$ 67,45	\$ 67,45
<b>Entrenadores</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Uni.</b>	<b>Total</b>
Escritorio	1	\$ 240,00	\$ 240,00
Silla romboy	1	\$ 78,00	\$ 78,00



Silla visita	2	\$ 39,00	\$ 78,00
Computadora	1	\$ 528,12	\$ 528,12
Teléfono	1	\$ 24,29	\$ 24,29
Basurero	1	\$ 24,29	\$ 24,29
<b>Baño/Camerinos</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Uni.</b>	<b>Total</b>
Lockers 9 puertas	4	\$ 432,00	\$ 1.728,00
Dispensador de gel	2	\$ 8,00	\$ 16,00
Basureros	2	\$ 24,29	\$ 48,58
<b>Técnicas</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Uni.</b>	<b>Total</b>
Mancuernas 2kg	15	\$ 20,00	\$ 300,00
Mancuernas 3kg	15	\$ 29,00	\$ 435,00
Pisos tatami	80	\$ 45,00	\$ 3.600,00
Bandas 25.4mm	15	\$ 22,00	\$ 330,00
Bandas 29 mm	15	\$ 26,00	\$ 390,00
Balones 2kg	15	\$ 33,00	\$ 495,00
TRX	15	\$ 160,00	\$ 2.400,00
Steps	15	\$ 40,00	\$ 600,00
Body bar 25lbs	15	\$ 25,00	\$ 375,00
Colchonetas	30	\$ 24,00	\$ 720,00
Balones yoga/fitball	15	\$ 25,00	\$ 375,00
Ligas para saltar	15	\$ 17,00	\$ 255,00
Dispensador de agua	2	\$ 41,70	\$ 83,40
Dispensador de gel	2	\$ 8,00	\$ 16,00
Parlantes	2	\$ 96,54	\$ 193,08
Ventiladores	4	\$ 52,90	\$ 211,60
<b>Suministros de oficina</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Uni.</b>	<b>Total</b>
Grapadora	4	\$ 4,22	\$ 16,87
Bolígrafos	24	\$ 0,26	\$ 6,25
Sacagrapas	4	\$ 0,58	\$ 2,32
Resaltador verde	2	\$ 0,49	\$ 0,98
Resaltador amarillo	2	\$ 0,49	\$ 0,98
Papel bond	5000	\$ 0,01	\$ 30,70
Cinta adhesiva	4	\$ 0,36	\$ 1,43
Perforadora	4	\$ 2,75	\$ 11,01
Tijeras	4	\$ 0,71	\$ 2,86
Lápices	12	\$ 0,16	\$ 1,93
Regla 30 cm	4	\$ 0,27	\$ 1,07
Archivadores	8	\$ 1,72	\$ 13,78
Clips	4	\$ 0,27	\$ 1,07
Folders	12	\$ 0,26	\$ 3,14
<b>Varios</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Uni.</b>	<b>Total</b>
Internet	12	\$ 35.82	\$ 429.84
Seguridad	12	\$ 44.76	\$ 537.12
Seguros	1	\$ 621.15	\$ 621.15
Uniformes	6	\$ 50.00	\$ 300.00

Plantas arreglo hierba	10	\$ 21.59	\$ 215.90
Plantas arreglo floral	10	\$ 24.29	\$ 242.90

<b>Seguridad industrial</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Precio Uni.</b>	<b>Total</b>
Extintor	2	\$ 76.00	\$ 152.00
Detector de humo	4	\$ 15.00	\$ 60.00
Señalización extintor	2	\$ 3.50	\$ 7.00
Señalización salida	3	\$ 7.00	\$ 21.00

<b>SUBTOTAL</b>	<b>\$ 21,229.26</b>
<b>IVA</b>	<b>\$ 2,547.51</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 23,776.77</b>

#### 5.4 Instalaciones y mejoras

El terreno en el que Dharana estará funcionado consta de 250 metros cuadrados en una construcción de un piso. Tiene 50 metros cuadrados para parqueos dentro del terreno y un espacio a las afueras del cerramiento del terreno para más parqueos. La infraestructura del terreno estará dividida en: la recepción, la gerencia, la sala de fisioterapia, las dos aulas para la enseñanza de técnicas, los camerinos, la sala de entrenadores y la bodega. (Ver Anexo 7).

En la recepción se ubicará un counter, una salita de espera, una televisión, un dispensador de agua y de gel. La gerencia estará ubicado un escritorio para el gerente, con sus respectivas sillas para atender a los clientes. La sala de fisioterapia contará con una camilla, un escritorio, un botiquín y un archivador. Las dos salas de enseñanza de técnicas estarán equipadas con parlantes y pisos tatami. Los baños y camerinos están divididos para hombres y mujeres. En la sala de entrenadores habrá un escritorio, sillas y una computadora. En la bodega se guardarán los implementos y accesorios deportivos.

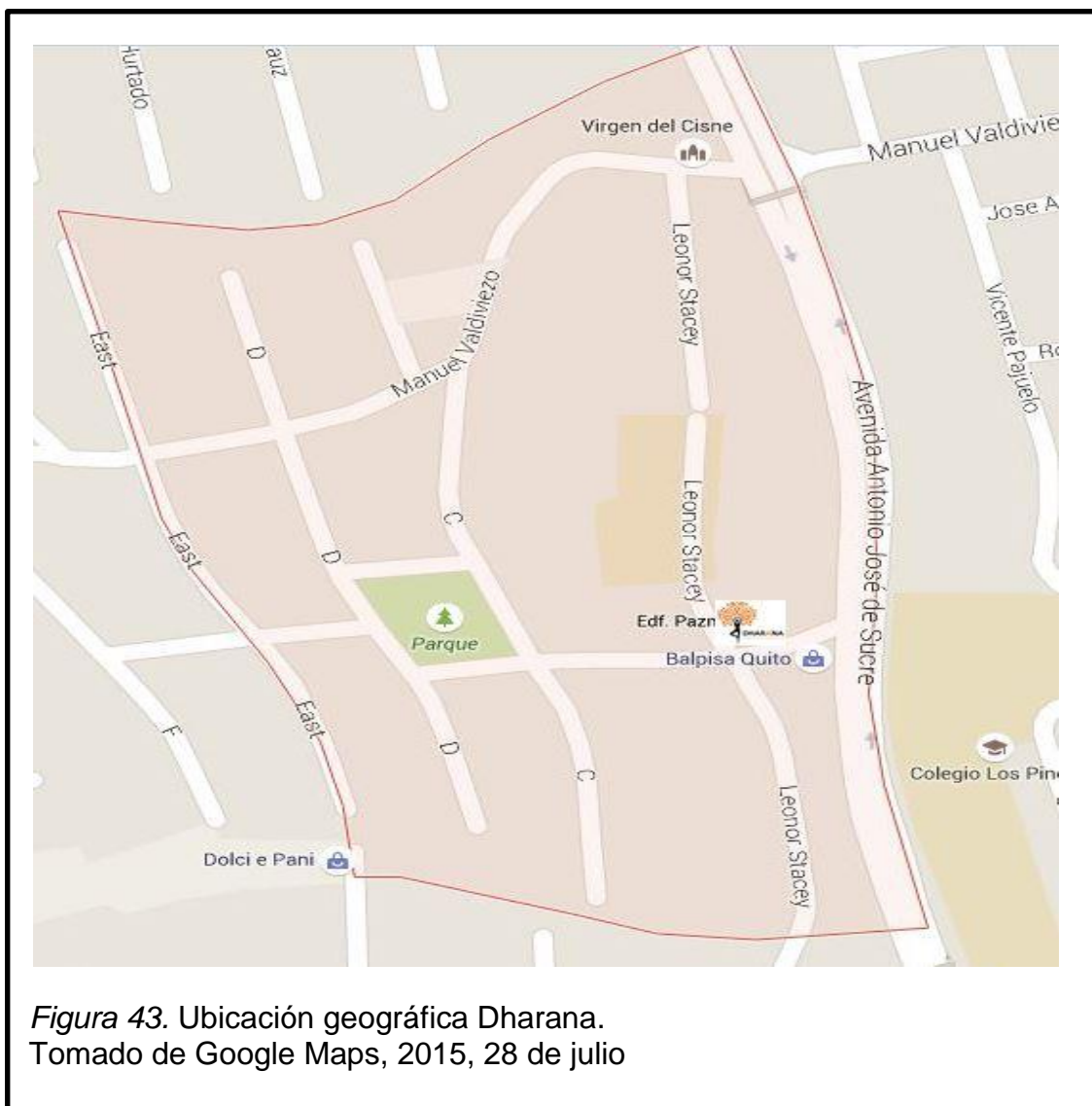
La decoración del lugar será completamente acogedora. Los colores de la pared, las decoraciones y la música de fondo darán al Centro un sentido de paz y tranquilidad.



Figura 42. Diseño Dharana.

La localización geográfica de Dharana, será en el Distrito Metropolitano de Quito en la urbanización El Pinar Alto Calle N48 y Leonor Stacey esquina, sector El Bosque. Se escogió esta ubicación debido a las respuestas dadas en la investigación de mercado, donde el 71% mencionó que le gustaría que este ubicado en el Norte de Quito.

Es un terreno esquinero en la subida principal de la urbanización. La construcción no cuenta con ningún impedimento para usarse tanto como vivienda o negocio.



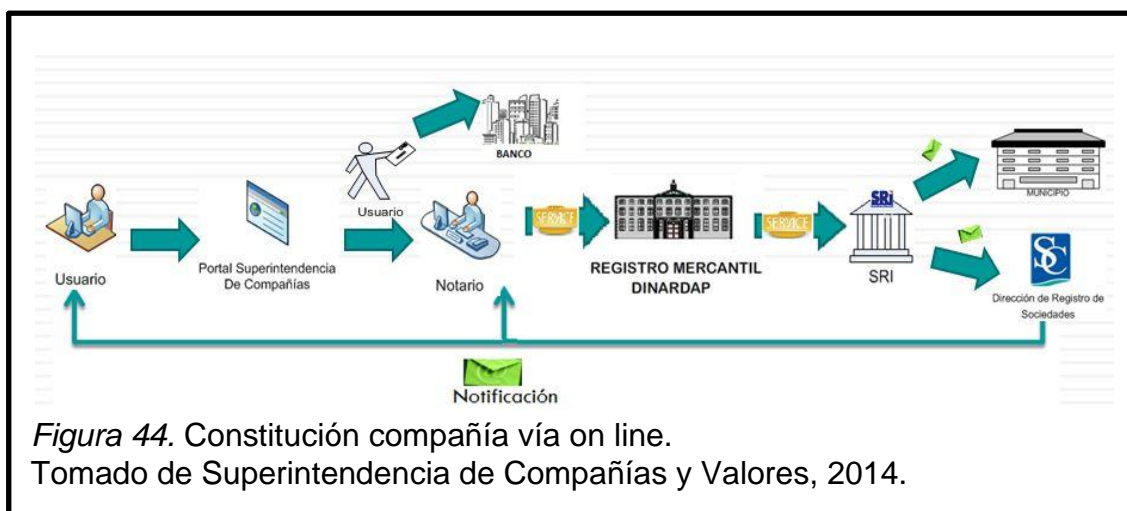
## 5.6 Capacidad de almacenamiento y manejo de inventarios

En la bodega se guardarán todos los implementos y accesorios deportivos de las clases. Entre los principales implementos a guardar son: balones fitball, Steps, colchonetas, bandas theraband, cuerdas, balones y body bars. La bodega estará en un lugar cercano a las dos aulas de clases. Los implementos y accesorios están en una cantidad necesaria para la demanda de la clase que es de 15 personas. En cada hora de clase, siempre hay diferentes técnicas y no se chocará ninguna clase impidiendo así, la sobreutilización de los implementos deportivos. Cada entrenador deberá registrar la utilización de los implementos y guardarlos en la bodega a la finalización de cada clase.

## 5.7 Aspectos regulatorios y legales

### Constitución de una empresa

Según la Superintendencia de Compañías, existe una plataforma virtual donde se puede realizar los trámites para la constitución de una compañía. (Superintendencia de Compañías, 2014) El proceso se muestra en la figura 44.



Los pasos a seguir son:

- 1.- El usuario ingresa al portal de la Superintendencia de Compañías:  
<http://www.supercias.gov.ec/portalConstitucionElectronica/>
- 2.- Registrarse como usuario.
- 3.- Se reserva el nombre de la compañía y se llena el formulario de constitución de compañías.
- 4.- Adjuntar todos los documentos habilitantes.
  - Copia de cédula y papeletea de votación.
  - Nombramientos.
  - Poder del apoderado.
- 5.- Selección del notario de preferencia para realizar los trámites.

6.- Mediante un correo electrónico, se informa al usuario el número de trámite y los valores correspondientes que deben ser cancelados.

7.- Acercarse al banco a pagar el monto asignado en el portal.

8.- El notario asignará una fecha para que el usuario se acerque a la oficina para firmar la documentación pertinente.

9.- Cuando el usuario se acerque a firmar la documentación, el sistema envía la información al Registro Mercantil, donde es validada.

10.- Generación de número de expediente remitiendo toda la información al SRI el cual genera un número de RUC.

11.- Mediante correo se notifica al usuario que el trámite ha concluido.

### Reglamento Interno de Trabajo

Para poder registrar el Reglamento Interno de Trabajo, documento indispensable en el funcionamiento de una empresa, es necesario cumplir con ciertos requisitos dispuestos por el Código de Trabajo en su artículo 64. (Ministerio del Trabajo)

1.- Enviar la documentación al correo: [reglamentosinternos@trabajo.gob.ec](mailto:reglamentosinternos@trabajo.gob.ec)

- Petición descargada de la página del Ministerio de Trabajo.
- Nombramiento del representante legal de la empresa.
- RUC.
- Copia de cédula y papeleta de votación del representante legal.
- Certificado de cumplimiento de obligaciones otorgado por el IESS.
- Autorización de funcionamiento por la Dirección Regional de Trabajo.
- Reglamento empresa en formato Word.

2.- El Ministerio revisa la documentación y remitirá vía correo sus observaciones.

3.- El representante legal debe subsanar en un plazo de 72 horas y reenviar la documentación.

4.- El Ministerio revisa y aprueba el Reglamento emitiendo su resolución y registro. En caso de que no se apruebe, la documentación será archivada.

#### Otros aspectos

Los demás permisos para el correcto funcionamiento del Centro como los permisos sanitarios, permisos del municipio, permiso de bomberos, el registro de patente, registro de marca, reglamento de salud y seguridad laboral están detallados en el capítulo 2 en el apartado de aspectos regulatorios.



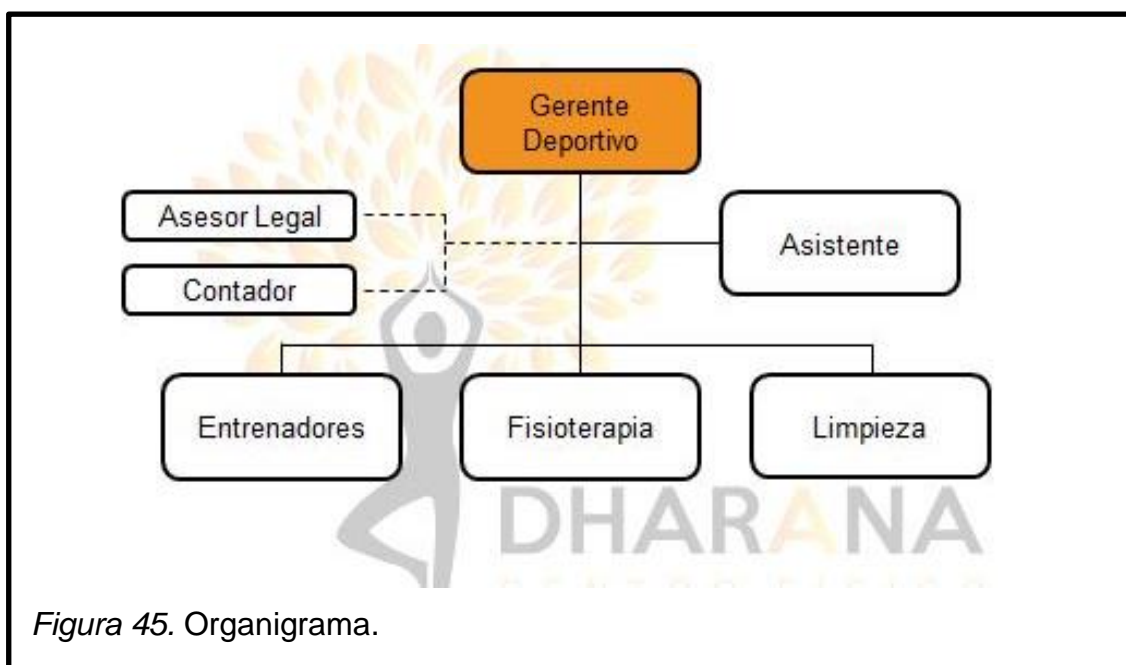
## 6. EQUIPO GERENCIAL

En el presente capítulo, se analizará la estructura organizacional, el perfil de los empleados, las políticas de empleo, la descripción de funciones con derechos y obligaciones, y los beneficios adicionales del recurso humano.

### 6.1 Estructura organizacional

Modelo en el cual se organiza la empresa con el propósito de estructurarla para cumplir los objetivos y metas propuestas. Existen diversos tipos de organigramas que pueden ajustarse a las empresas con características distintas. Para Dharana, una empresa nueva en el mercado y con apenas un recurso humano de 6 personas, se va a utilizar una estructura de organigrama vertical. Esta estructura, es la más usada en las organizaciones, es de fácil construcción y se despliega las jerarquías de arriba hacia abajo.

#### 6.1.1 Organigrama





## 6.2 Personal Administrativo clave y sus responsabilidades

El personal clave para Dharana estará estructurado por las siguientes posiciones:

- Gerente Deportivo (1)
- Asistente (1)
- Departamento de entrenadores (2)
  - Al 3 y 4 año se contratará un entrenador cada año.
- Departamento de fisioterapia (1)
- Personal de limpieza (1)

El total de personal será de 7 personas. Adicionalmente, se cuenta con 2 personas externas que brindarán asesoría.

- Asesor legal (1)
- Contador (1)

Gerente Deportivo.- El objetivo es administrar de forma eficiente para generar rentabilidad y crecimiento del Centro.

Asistente.- El objetivo es proporcionar toda la información clave a los usuarios para una correcta comunicación.

Entrenadores.- El objetivo es brindar asistencia técnica y deportiva e instruir a los usuarios para el correcto desempeño de las clases.

Fisioterapia.- El objetivo es abrir fichas médicas de cada cliente realizando un seguimiento rutinario.

Limpieza.- El objetivo es realizar la limpieza a las distintas partes del Centro para mantener un lugar limpio y aseado. Se lo contratará solo medio tiempo.

### 6.2.1 Perfil de puestos

El perfil de puestos se realizará para las 6 vacantes que existe en Dharana. Para cada puesto se detalla: edad, sexo, requerimientos, formación académica, funciones a desarrollar, a quien debe reportar y cuál es el sueldo respectivo.

Tabla 38. Perfil del puesto de gerente deportivo.

<b>GERENTE DEPORTIVO</b>	
<b>Edad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 25 a 50 años.</li> </ul>
<b>Sexo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masculino o Femenino.</li> </ul>
<b>Requerimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia de 2 años mínimo en cargos similares.</li> <li>• Habilidades de comunicación.</li> <li>• Manejo de tecnologías de la información.</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo y liderazgo.</li> <li>• Conocimientos de finanzas y gestión de proyectos.</li> </ul>
<b>Formación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Título en Ingeniería en Negocios y Marketing Deportivo.</li> <li>• Licenciatura en Educación Física.</li> </ul>
<b>Cursos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cursos de liderazgo y marketing.</li> <li>• Cursos de Microsoft Office.</li> <li>• Cursos de coaching.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Representante legal del Centro.</li> <li>• Encargado de la administración deportiva dentro del Centro.</li> <li>• Responsable de contratar a los entrenadores, los materiales e insumos deportivos y bienes muebles para el Centro.</li> <li>• Encargado de la parte de marketing y publicidad del Centro.</li> <li>• Realizar investigaciones de mercado. Controlar la ejecución del plan de marketing.</li> <li>• Optimización de recursos.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar reportes mensuales sobre la evaluación del personal a su cargo.</li> <li>• Controlar el cumplimiento de los objetivos planteados.</li> <li>• Presentación de los servicios a través de técnicas de negociación.</li> <li>• Desarrollo de estrategias eficaces para cumplimiento de objetivos.</li> </ul>
<b>Reporta a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Directorio.</li> </ul>
<b>Sueldo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• USD 900</li> </ul>

Tabla 39. Perfil del puesto de la asistente.

<b>ASISTENTE</b>	
<b>Edad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 25 a 45 años.</li> </ul>
<b>Sexo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Femenino.</li> </ul>
<b>Requerimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia de 1 año mínimo en cargos similares.</li> <li>• Excelente presentación personal.</li> <li>• Buen manejo de relaciones interpersonales.</li> <li>• Manejo de tecnologías de la información.</li> <li>• Habilidades de comunicación.</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo y liderazgo.</li> </ul>
<b>Formación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mínimo título de segundo nivel.</li> </ul>
<b>Cursos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cursos de computación.</li> <li>• Cursos de Microsoft Office.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargada de brindar toda la información necesaria a los clientes.</li> <li>• Recepcionar fichas de inscripción y pagos.</li> <li>• Brindar apoyo en los procesos de registro de nuevos clientes e integrantes del área.</li> <li>• Supervisar todas las actividades al ingreso del Centro.</li> <li>• Informar y reportar inconvenientes al supervisor.</li> <li>• Realizar seguimiento a clientes y/o nuevos usuarios interesados.</li> </ul>
<b>Reporta a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente Deportivo.</li> </ul>
<b>Sueldo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• USD 450</li> </ul>

Tabla 40. Perfil del puesto de entrenadores.

<b>ENTRENADORES</b>	
<b>Edad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 25 a 45 años.</li> </ul>
<b>Sexo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masculino o Femenino.</li> </ul>
<b>Requerimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia de 2 años mínimo en cargos similares.</li> <li>• Excelente presentación personal.</li> <li>• Buen manejo de relaciones interpersonales.</li> <li>• Manejo de tecnologías de la información.</li> <li>• Habilidades de comunicación.</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo y liderazgo.</li> <li>• Habilidades de enseñanza.</li> <li>• Proactividad.</li> </ul>

<b>Formación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciatura en Educación Física.</li> </ul>
<b>Cursos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cursos de instrucción física.</li> <li>• Cursos sobre técnicas específicas.</li> <li>• Cursos deportivos.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Encargados de brindar asistencia técnica y deportiva.</li> <li>• Instruir a los usuarios para un adecuado desarrollo de las clases.</li> <li>• Presentar planificaciones mensuales de las clases.</li> <li>• Desarrollar las clases de acuerdo a las planificaciones realizadas.</li> <li>• Cumplir con diferentes tareas que el Gerente Deportivo le asigne.</li> <li>• Realizar rutinas deportivas para los clientes.</li> </ul>
<b>Reporta a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente Deportivo.</li> </ul>
<b>Sueldo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• USD 600</li> </ul>

Tabla 41. Perfil del puesto de fisioterapeuta.

<b>FISIOTERAPISTA</b>	
<b>Edad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18 a 55 años.</li> </ul>
<b>Sexo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masculino o femenino.</li> </ul>
<b>Requerimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia de 1 año mínimo en cargos similares o 400 horas de práctica.</li> <li>• Excelente presentación personal.</li> <li>• Buen manejo de relaciones interpersonales.</li> <li>• Manejo de tecnologías de la información.</li> <li>• Habilidades de comunicación.</li> <li>• Capacidad de trabajo en equipo y liderazgo.</li> <li>• Competencia profesional y habilidades en prevención, mantenimiento y recuperación de la salud.</li> <li>• Capacidad de adaptación.</li> <li>• Capacidad de reacción a problemas o inconvenientes que puedan suscitar a los usuarios.</li> </ul>
<b>Formación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Licenciada en Fisioterapia.</li> </ul>
<b>Cursos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cursos de primeros auxilios.</li> <li>• Cursos sobre fisioterapia deportiva.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Abrir fichas médicas de cada cliente.</li> <li>• Realizar evaluaciones posturales, mediciones del índice de masa y grasa corporal.</li> <li>• Valorar la frecuencia cardiaca.</li> <li>• Identificar factores de riesgo de cada usuario.</li> <li>• Realizar seguimiento continuo a los usuarios.</li> </ul>
<b>Reporta a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente Deportivo y Entrenadores.</li> </ul>
<b>Sueldo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• USD 650</li> </ul>

Tabla 42. Perfil del puesto de personal de limpieza.

<b>PERSONAL LIMPIEZA</b>	
<b>Edad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18 a 55 años.</li> </ul>
<b>Sexo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Masculino o femenino.</li> </ul>
<b>Requerimientos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia de 1 año mínimo en cargos similares.</li> </ul>
<b>Formación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No aplica.</li> </ul>
<b>Funciones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacidad de organización, puntualidad y responsabilidad.</li> <li>• Realizar la limpieza a las distintas partes del Centro como recepción, baños, aulas de técnicas, despacho gerente y corredores.</li> <li>• Mantenimiento del ambiente.</li> </ul>
<b>Reporta a</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gerente Deportivo y Asistente.</li> </ul>
<b>Sueldo</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• USD 250 (contrato medio tiempo)</li> </ul>

### 6.3 Compensación a administradores, inversionistas y accionistas

En la tabla 43 se detalla los sueldos y salarios de los puestos existentes en Dharana según todos los beneficios de la ley que debe tener un empleado en el país.

Al ser un negocio basado en la estrategia de diferenciación y soportada en la de operaciones de tener el mejor personal, los sueldos y salarios serán superiores un 20% del promedio de sueldo de un entrenador de gimnasios (\$500 dólares) con el objetivo de tener los mejores entrenadores en las áreas que se impartirán en Dharana.

Tabla 43. Sueldos y salarios primer año Dharana.

Sueldos y salarios 2015								
Puesto	Sueldo mensual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Aporte Patronal (12.15%)	Aporte Afiliado (9.45%)	Fondo reserva	Costo Mensual	Costo Anual
Gerente Deportivo	\$ 850.00	\$ 70.83	\$ 29.50	\$ 103.28	\$ 80.33	-	\$1,053.61	\$ 12,643.30
Secretaria	\$ 450.00	\$ 37.50	\$ 29.50	\$ 54.68	\$ 42.53	-	\$ 571.68	\$ 6,860.10
Entrenador 1	\$ 600.00	\$ 50.00	\$ 29.50	\$ 72.90	\$ 56.70	-	\$ 752.40	\$ 9,028.80
Entrenador 2	\$ 600.00	\$ 50.00	\$ 29.50	\$ 72.90	\$ 56.70	-	\$ 752.40	\$ 9,028.80
Fisioterapista	\$ 650.00	\$ 54.17	\$ 29.50	\$ 78.98	\$ 61.43	-	\$ 812.64	\$ 9,751.70
Persona Limpieza	\$ 250.00	\$ 20.83	\$ 29.50	\$ 30.38	\$ 23.63	-	\$ 330.71	\$ 3,968.50
Asesor Legal	\$ 177.00	\$ 14.75	\$ 29.50	\$ 21.51	\$ 16.73		\$ 242.76	\$ 2,913.07
Contador	\$ 200.00	\$ 16.67	\$ 29.50	\$ 24.30	\$ 18.90		\$ 270.47	\$ 3,245.60
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 3,777.00</b>	<b>\$ 314.75</b>	<b>\$ 236.00</b>	<b>\$ 458.91</b>	<b>\$ 356.93</b>	<b>-</b>	<b>\$ 4,786.66</b>	<b>\$ 57,439.87</b>

#### 6.4 Políticas de empleo y beneficios

Para la contratación de personal, el Centro se regirá en las normativas establecidas por el Código de Trabajo Ecuatoriano (actualizado al 20 de abril 2015) donde menciona que existe un periodo de prueba de 3 meses para evaluar el desempeño de la persona para luego firmar un contrato por un año y su posterior renovación a partir del segundo año.

El contrato de las personas será responsabilidad del Gerente Deportivo y el directorio, para cada cargo se evaluará el Curriculum Vitae de cada postulante y se procederá a realizar entrevistas con el propósito de tener los mejores empleados.

Los beneficios del Centro para los colaboradores son:

- Descuento para él/ella y su familia en el uso del Centro.
- Los beneficios de ley.
- Uniformes de trabajo.
- Capacitaciones anuales sobre temas deportivos y de servicio.
  - Existirá un rubro de USD 1.500 dólares anuales para capacitaciones

Los requisitos que deberán cumplir los postulantes son:

- Presentar hoja de vida.
- Presentar una carta un resumen del porque son los mejores para el puesto.
- 2 fotografías tamaño carné actualizadas.
- Copia de cursos, certificados, capacitaciones que hayan realizado.
- Realizar la entrevista con el Gerente Deportivo.
- Realizar pruebas de conocimiento
  - Demostración de una clase

## **6.5 Derechos y restricciones de accionistas e inversores**

Los principales derechos de los accionistas son:

- Asistir a reuniones y tomar decisiones.
- Obtener toda la información con respecto a la situación actual del Centro.
- Derecho a convocar reuniones.
- Inspeccionar y analizar toda la documentación del Centro.
- Participar de las ganancias obtenidas.
- Presentar nuevos proyectos relacionados.
- Aprobar políticas que beneficien el funcionamiento del Centro.
- Evaluar la gestión de cada empleado.
- Analizar la contratación de nuevo personal.

Para aprobar las decisiones tomadas, se deberá tener la aprobación del 50% más uno en los votos. Caso contrario, no se procederá a ninguna aprobación.

## **6.6 Equipo de asesores y servicios**

Para que el Centro pueda cumplir con todos los requerimientos para su correcto funcionamiento, es necesario contar con un asesor legal y un contador para apoyar en la parte financiera. Estos dos órganos serán externos y a medio tiempo.

**Asesor Jurídico.-** Tiene como función principal garantizar el cumplimiento de la legalidad de todas las acciones y operaciones del Centro. Revisará los contratos del personal, los convenios y la estructura legal de la compañía.

**Contador.-** Llevará la contabilidad y brindar asesoría al Centro en temas financieros, como el apoyo en la elaboración de presupuestos y gastos y análisis de ventas.



## 7. CRONOGRAMA GENERAL

En el presente capítulo se desarrollará el calendario de trabajo de las actividades para el correcto funcionamiento de Dharana, estableciendo fechas de inicio y de cierre al igual que riesgos e imprevistos que puedan aparecer.

### 7.1 Actividades necesarias para poner el negocio en marcha

A continuación se detallan todas las actividades para la puesta en marcha de Dharana Centro Físico.

Tabla 44. Actividades a desarrollar.

#	ACTIVIDADES
1	Elaboración del plan de negocio de Dharana.
2	Aprobación del plan.
3	Creación de marca y logo.
4	Obtención de todos los documentos habilitantes.
5	Constitución Dharana en la Superintendencia de Compañías.
6	Obtención permisos sanitarios, municipio, bomberos, registro de patente y marca.
7	Presentación para las firmas correspondientes para la constitución de Dharana.
8	Legalización de Dharana.
9	Creación cuenta bancaria Dharana.
10	Contrato de arrendamiento del local.
11	Adecuaciones del local y su decoración.
12	Contacto con proveedores.
13	Compra materiales e implementos deportivos.
14	Compra muebles de oficina, equipos de computación y suministros.
15	Ejecución de plan de marketing.
16	Ejecución de las actividades de la mezcla promocional.
17	Reclutamiento de personal administrativo.
18	Reclutamiento del personal deportivo.
19	Inducción al personal administrativo y deportivo.
20	Establecer contactos con posibles usuarios.
21	Preparación para la inauguración.
22	Inauguración de Dharana.
23	Inicio de las actividades de Dharana.
24	Seguimiento a los clientes.

## 7.2 Diagrama de Gantt

Herramienta que permite visualizar las actividades programadas para poder controlarlas y ejecutarlas de forma eficiente. A continuación se muestra el diagrama de las actividades de Dharana.

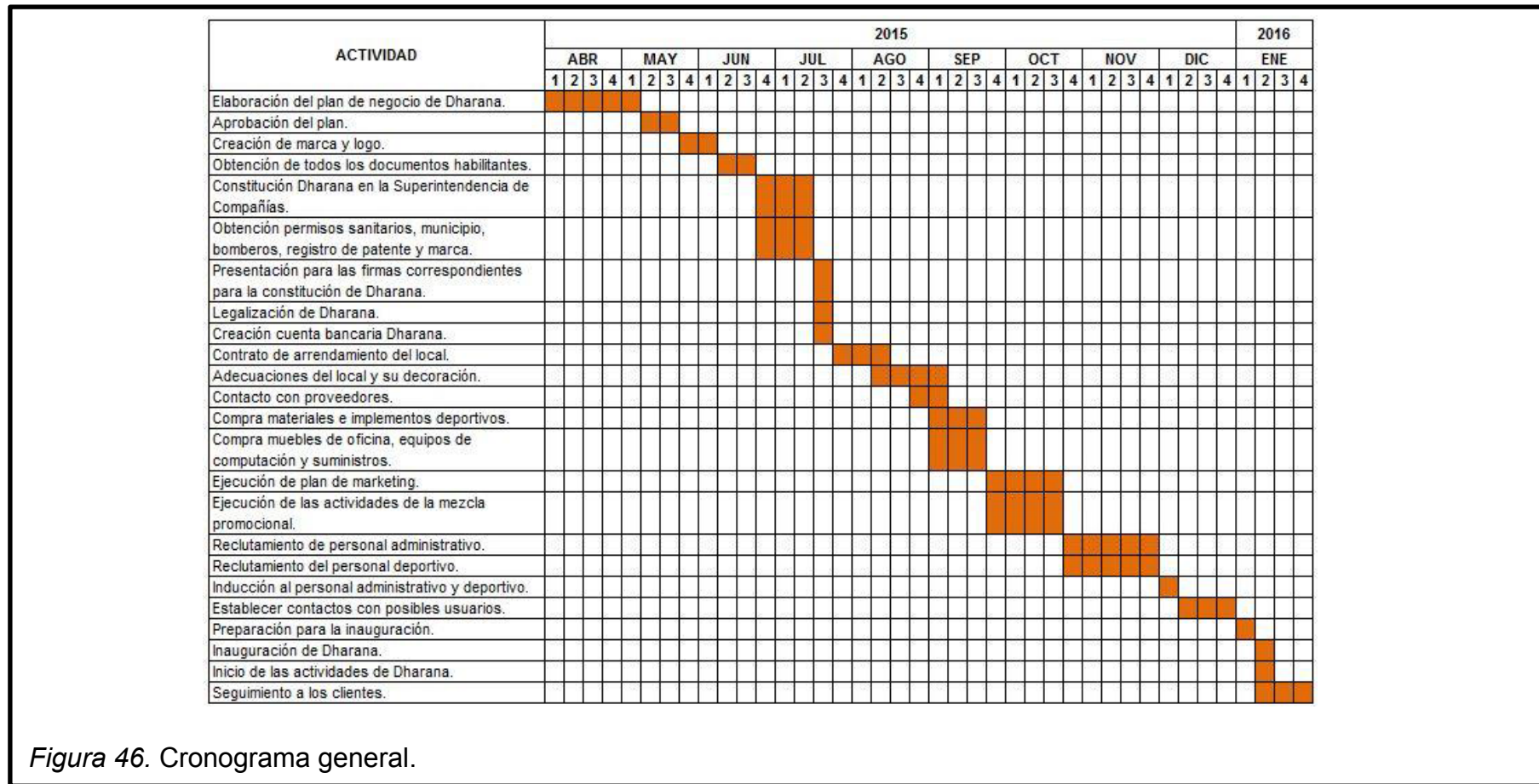


Figura 46. Cronograma general.

### 7.3 Riesgos e imprevistos

Los riesgos e imprevistos siempre están presentes en el desarrollo de un proyecto. Para poder contrarrestar estos problemas, es necesario detallarlos para la correcta ejecución del cronograma general.

Entre los principales riesgos e imprevistos que se pueden presentar son:

- Riesgo de calendarización
  - No cumplir con los tiempos establecidos del cronograma que generará retrasos importantes en la implementación del Centro.
  
- Riesgo de desempeño
  - Incertidumbre de si el servicio cumplirá o no las expectativas del mercado objetivo.
  - Si la demanda será o no la estimada para el Centro.
  
- Tiempo de trámites de documentación y permisos
  - El tiempo de trámites está calculado para 3 semanas tiempo necesario para poder gestionar toda la documentación. Sin embargo, puede existir retrasos en los distintos entes del sector (Municipio, IEPI, Bomberos, Superintendencia de Compañías) que podría generar un retraso mayor a lo programado.
  
- Arriendo del local
  - Pueden existir problemas en la documentación tanto del comprador como el vendedor, problemas del tiempo de entrega, incremento de precio, entre otras.
  
- Adecuaciones al lugar seleccionado
  - Se ha programada 4 semanas para las adecuaciones necesarias al lugar, sin embargo, pueden existir retrasos en la contratación de los proveedores.

- Contratación de personal
  - El tiempo de reclutamiento y contratación del personal administrativo y deportivo se programó para 5 semanas. Podría existir algunos inconvenientes de gestión y administración que podría generar un retraso.
  
- Entrenadores
  - Pese al análisis que se hará para contratar a los mejores entrenadores, pueden existir problemas de que no sean lo que el Centro espera en cuanto a sus habilidades y competencias.
  
- Compra equipamientos y materiales deportivos
  - Para los equipamientos e implementos deportivos se programó 3 semanas para la búsqueda de los mejores proveedores y la compra de los mismos. Podría existir inconvenientes a la hora de la entrega de dichos materiales, incremento en precios, problemas de abastecimiento.

En el cronograma general se han incrementado el número de semanas establecidas a cada acción para contrarrestar los imprevistos y problemáticas que se puedan presentar.

## 8. RIESGOS CRÍTICOS, PROBLEMAS Y SUPUESTOS

El presente capítulo tiene como fin conocer los supuestos y criterios usados en el desarrollo del plan de negocios; así como también los principales riesgos y problemas que puedan surgir durante su desarrollo.

### 8.1 Supuestos y criterios utilizados

Los supuestos y criterios usados son:

- Los datos encontrados en el análisis de la industria son de gran importancia para el desarrollo del plan de negocio y sirven para tener una idea clara sobre los movimientos que tiene la industria donde se desenvuelve Dharana.
- El mercado objetivo de Dharana se lo hizo a través de un proceso de segmentación usando variables geográficas, demográficas, psicográficas y comportamentales.
- El mercado potencial de Dharana son 132.999 habitantes, de los cuales se piensa captar el 2% (2.260 usuarios) que se dividen en diferentes grupos que buscan los siguientes beneficios: salud y prevención de enfermedades; sentirse bien consigo mismo y mejoramiento del rendimiento físico y mental.
- Dharana estará ubicado en la ciudad de Quito en la urbanización El Pinar Alto, sector el Bosque.
- Los medios de comunicación seleccionados para dar a conocer el Centro y promocionarlos son los correctos.
- La proyección de ventas se la realizó en base al % promedio de crecimiento de la industria y la inflación del país a 5 años en tres distintos escenarios: esperado, optimista y pesimista.
- El canal de distribución directo es el adecuado debido a que los usuarios deben acudir a Dharana para obtener el servicio.

- Los permisos y documentación necesaria se los analizó en base a los requerimientos de los diferentes entes gubernamentales que regulan las actividades económicas en el país para la constitución de nuevas empresas.
- Es necesario contar con una adecuada inversión inicial y capital de trabajo para poner en marcha Dharana.

## **8.2 Riesgos y problemas principales**

Los principales riesgos y problemas que pueden suscitar son:

- El presupuesto sea más de lo proyectado.
  - Solicitar a los accionistas de Dharana la inversión de más capital o pedir un préstamo para cubrir los costos faltantes.
- Cambios y/o modificaciones en las leyes y regulaciones gubernamentales para la constitución de empresas.
  - Estar constantemente revisando los cambios que puedan aparecer y adaptarse a los mismos.
- La demanda de clientes sea mayor a la proyectada.
  - Analizar la posibilidad de contratar más entrenadores, adecuar el lugar o ampliar horarios.
- Las ventas sean menores a las proyectadas.
  - Analizar la posibilidad de recortar personal o reducir costos.
- Los costos de proveedores de accesorios e implementos deportivos pueden tener variaciones significativas que pueden afectar el presupuesto.
  - Analizar varios proveedores para seleccionar el más indicado y no exceder en gastos.

- Los gustos y preferencias del mercado objetivo pueden variar.
  - Realizar una nueva investigación de mercados para conocer sus nuevas demandas.
  
- La competencia puede copiar el servicio.
  - Modificar o desarrollar las estrategias para que sean sostenibles en el tiempo.
  
- Las tendencias deportivas y cambios tecnológicos pueden variar constantemente.
  - Estar constantemente a la vanguardia de las nuevas tendencias y analizarlas para determinar si son viables o no su introducción en el Centro.

## 9. PLAN FINANCIERO

En el presente capítulo se analizará toda la estructura financiera de Dharana para determinar la rentabilidad y atractivo del negocio.

### 9.1 Inversión inicial

La inversión inicial es la cantidad de dinero necesaria que se necesita invertir para poner en marcha el negocio. Para Dharana es de \$68.401,47 dólares. Los detalles sobre lo que compone cada inversión se encuentran en el Anexo 8.

Tabla 45. Inversión inicial.

<b>Inversión Inicial</b>	
<b>Total</b>	<b>\$ 68,401.47</b>
<b>Maquinaria y Equipo</b>	
Total	\$ 12,146.15
<b>Muebles y Enseres</b>	
Total	\$ 5,234.88
<b>Equipo Computación</b>	
Total	\$ 2,522.21
<b>Adecuaciones</b>	
Total	\$ 10,000.00
<b>Otros activos</b>	
Total	\$ 1,989.13
<b>Capital de Trabajo</b>	
Total	\$ 24,304.38
<b>Publicidad y Promoción</b>	
Total	\$ 11,149.60
<b>Gastos De Constitución</b>	
Total	\$ 1,055.12



## 9.2 Fuentes de ingresos

La principal fuente de ingreso de Dharana es el servicio de clases de las técnicas alternativas. En la tabla 44 se detalla los ingresos anuales. La proyección de ventas para los años 2016 a 2020 de manera mensualizada en los tres escenarios, esperado, optimista y pesimista, se encuentran en los anexos. (Ver Anexo 9, 10 y 11)

Tabla 46. Ingresos anuales escenarios.

<b>INGRESO POR VENTAS ESCENARIO ESPERADO</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	\$				\$
Ingreso	75,558.21	\$ 113,985.31	\$ 164,297.70	\$ 220,045.10	273,471.60
Clientes	153	230	315	392	457

<b>INGRESO POR VENTAS ESCENARIO OPTIMISTA</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	\$	\$	\$		\$
Ingreso	83,926.97	124,321.76	178,527.60	\$ 237,508.76	302,996.97
Clientes	166	244	333	415	500

<b>INGRESO POR VENTAS ESCENARIO PESIMISTA</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
	\$				
Ingreso	66,153.24	\$ 103,894.84	\$ 155,224.93	\$ 207,676.32	\$ 262,841.52
Clientes	140	221	310	389	462

## 9.3 Egresos

Los egresos de Dharana se dividen en gastos sueldos y salarios (Ver Anexo 12), gastos generales (servicios básicos, arriendo, gastos varios) (Ver Anexo 13), gastos de depreciaciones (Ver Anexo 14) y gasto de amortización (Ver Anexo 15).

Tabla 47. Egresos anuales.

EGRESOS					
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS SUELDOS	\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
GASTOS GENERALES	\$44,263.05	\$46,017.80	\$56,164.17	\$52,430.58	\$68,037.10
GASTOS DEPRECIACIÓN	\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
GASTOS AMORTIZACIÓN	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
<b>TOTAL</b>	<b>\$103,126.11</b>	<b>\$111,718.71</b>	<b>\$135,241.67</b>	<b>\$146,479.97</b>	<b>\$167,485.97</b>

#### 9.4 Margen bruto y margen operativo

El margen bruto corresponde a la resta de los ingresos menos el costo de venta. En Dharana para el primer año, el margen bruto es del 100%. El costo operacional corresponde a la resta del margen bruto menos todos los gastos. En el primer año es del 35.89%.

Tabla 48. Margen Bruto y margen operacional.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO - ANUAL					
ESCENARIO INVERSIONISTA ESPERADO					
	1	2	3	4	5
Ventas	\$75,558.21	\$113,985.31	\$164,297.70	\$220,045.10	\$273,471.60
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$75,558.21</b>	<b>\$113,985.31</b>	<b>\$164,297.70</b>	<b>\$220,045.10</b>	<b>\$273,471.60</b>
Gastos sueldos	\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
Gastos generales	\$44,263.05	\$46,017.78	\$56,164.18	\$52,430.59	\$68,037.10
Gastos de depreciación	\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(27,567.90)</b>	<b>\$2,266.62</b>	<b>\$29,056.02</b>	<b>\$73,565.12</b>	<b>\$105,985.63</b>
MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	-36.49%	1.99%	17.68%	33.43%	38.76%
MARGEN NETO	-38.42%	0.62%	11.36%	21.99%	25.64%

#### 9.5 Estado de resultados proyectado

Para realizar el estado de resultados se usó la información de la proyección de ventas en los tres distintos escenarios proyectados de manera mensual (Ver Anexo 16, 17, 18, 19, 20, 21 y 22) y anual (Ver Anexo 23, 24, 25, 26, 27 y 28) para 5 años usando las variables de inversionista y capital propio.

En la tabla 49 se puede observar el estado de resultados del inversionista esperado en el año 2016.

Tabla 49. Estado de Resultados de inversionista esperado año 2016.

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO - ANUAL					
ESCENARIO INVERSIONISTA ESPERADO					
	1	2	3	4	5
Ventas	\$75,558.21	\$113,985.31	\$164,297.70	\$220,045.10	\$273,471.60
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$75,558.21</b>	<b>\$113,985.31</b>	<b>\$164,297.70</b>	<b>\$220,045.10</b>	<b>\$273,471.60</b>
Gastos sueldos	\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
Gastos generales	\$44,263.05	\$46,017.78	\$56,164.18	\$52,430.59	\$68,037.10
Gastos de depreciación	\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(27,567.90)</b>	<b>\$2,266.62</b>	<b>\$29,056.02</b>	<b>\$73,565.12</b>	<b>\$105,985.63</b>
Gastos de intereses	\$1,462.35	\$1,201.89	\$909.83	\$582.37	\$215.19
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(29,030.26)</b>	<b>\$1,064.73</b>	<b>\$28,146.19</b>	<b>\$72,982.76</b>	<b>\$105,770.44</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	\$159.71	\$4,221.93	\$10,947.41	\$15,865.57
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(29,030.26)</b>	<b>\$905.02</b>	<b>\$23,924.26</b>	<b>\$62,035.34</b>	<b>\$89,904.88</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-	\$199.10	\$5,263.34	\$13,647.78	\$19,779.07
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(29,030.26)</b>	<b>\$705.92</b>	<b>\$18,660.92</b>	<b>\$48,387.57</b>	<b>\$70,125.80</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	-36.49%	1.99%	17.68%	33.43%	38.76%
<b>MARGEN NETO</b>	-38.42%	0.62%	11.36%	21.99%	25.64%

## 9.6 Estado de situación financiera proyectado

El estado de situación financiera proyectado se lo realizó en los tres distintos escenarios esperado, optimista y pesimista, usando las variables de inversionista y capital propio a 5 años. (Ver Anexo 28, 29, 30, 31, 32 y 33).

Tabla 50. Balance general inversionista esperado

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
ESCENARIO INVERSIONISTA ESPERADO						
	0	2016	2017	2018	2019	2020
<b>ACTIVOS</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$37,223.18</b>	<b>\$35,790.66</b>	<b>\$52,593.47</b>	<b>\$101,965.68</b>	<b>\$169,557.26</b>
<i>Corrientes</i>	<b>\$63,376.28</b>	<b>\$33,621.19</b>	<b>\$33,611.87</b>	<b>\$52,046.33</b>	<b>\$100,481.04</b>	<b>\$169,704.27</b>
Efectivo	\$63,376.28	\$33,621.19	\$33,611.87	\$52,046.33	\$100,481.04	\$169,704.27
<i>No Corrientes</i>	<b>\$5,025.19</b>	<b>\$3,601.99</b>	<b>\$2,178.79</b>	<b>\$547.14</b>	<b>\$1,484.64</b>	<b>(147.02)</b>
Propiedad, Planta y Equipo	\$3,694.63	\$3,694.63	\$3,694.63	\$3,694.63	\$6,216.84	\$6,216.84
Depreciación acumulada	-	\$1,157.09	\$2,314.17	\$3,679.71	\$4,998.31	\$6,363.85
Intangibles	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56
Amortización acumulada	-	\$266.11	\$532.22	\$798.34	\$1,064.45	\$1,330.56
<b>PASIVOS</b>	<b>\$13,680.29</b>	<b>\$11,532.26</b>	<b>\$9,393.83</b>	<b>\$7,535.72</b>	<b>\$5,720.35</b>	<b>\$3,186.13</b>
<i>Corrientes</i>	-	-	<b>\$270.06</b>	<b>\$1,112.50</b>	<b>\$2,325.16</b>	<b>\$3,186.13</b>
Impuestos por pagar	-	-	\$270.06	\$1,112.50	\$2,325.16	\$3,186.13
<i>No Corrientes</i>	<b>\$13,680.29</b>	<b>\$11,532.26</b>	<b>\$9,123.76</b>	<b>\$6,423.21</b>	<b>\$3,395.19</b>	-
Deuda a largo plazo	\$13,680.29	\$11,532.26	\$9,123.76	\$6,423.21	\$3,395.19	-
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$54,721.17</b>	<b>\$25,690.92</b>	<b>\$26,396.83</b>	<b>\$45,057.76</b>	<b>\$96,245.32</b>	<b>\$166,371.13</b>
Capital	\$54,721.17	\$54,721.17	\$54,721.17	\$54,721.17	\$57,521.17	\$57,521.17
Utilidades retenidas	-	(29,030.26)	(28,324.34)	(9,663.42)	\$38,724.15	\$108,849.95
<i>Comprobación</i>	-	-	-	-	-	-
<b>Valoración Empresa</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$37,223.18</b>	<b>\$35,790.66</b>	<b>\$52,593.47</b>	<b>\$101,965.68</b>	<b>\$169,557.26</b>
Estructura de Capital						
Años	0	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Estructura de Capital</b>						
<b>Deuda</b>	20.00%	30.98%	26.25%	14.33%	5.61%	1.88%
<b>Capital</b>	80.00%	69.02%	73.75%	85.67%	94.39%	98.12%

## 9.7 Flujo de efectivo proyectado

Representa todos los movimientos de efectivo realizados por Dharana. Los flujos de efectivo se realizaron tres escenarios usando las variables de inversionista y capital propio a 5 años. (Ver Anexo 34, 35, 36 y 37). A continuación, se muestra la diferencia entre el flujo de efectivo de inversionista esperado y el propio esperado para determinar si es mejor obtener un préstamo bancario o no.

Tabla 51. Flujo de efectivo inversionista esperado.

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
INVERSIONISTA ESPERADO 2016-2020						
	Inicial					
	0	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas		\$75,558.21	\$113,985.31	\$164,297.70	\$220,045.10	\$273,471.60
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>\$75,558.21</b>	<b>\$113,985.31</b>	<b>\$164,297.70</b>	<b>\$220,045.10</b>	<b>\$273,471.60</b>
Gastos sueldos		\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
Gastos generales		\$44,263.05	\$46,017.78	\$56,164.18	\$52,430.59	\$68,037.10
Gastos de depreciación		\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización		\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>(27,567.90)</b>	<b>\$2,266.62</b>	<b>\$29,056.02</b>	<b>\$73,565.12</b>	<b>\$105,985.63</b>
Gastos de intereses		\$1,462.35	\$1,201.89	\$909.83	\$582.37	\$215.19
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>		<b>(29,030.26)</b>	<b>\$1,064.73</b>	<b>\$28,146.19</b>	<b>\$72,982.76</b>	<b>\$105,770.44</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	\$159.71	\$4,221.93	\$10,947.41	\$15,865.57
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>(29,030.26)</b>	<b>\$905.02</b>	<b>\$23,924.26</b>	<b>\$62,035.34</b>	<b>\$89,904.88</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA		-	\$199.10	\$5,263.34	\$13,647.78	\$19,779.07
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>(29,030.26)</b>	<b>\$705.92</b>	<b>\$18,660.92</b>	<b>\$48,387.57</b>	<b>\$70,125.80</b>
		-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>(27,567.90)</b>	<b>\$2,266.62</b>	<b>\$29,056.02</b>	<b>\$73,565.12</b>	<b>\$105,985.63</b>
Gastos de depreciación		\$1,060.66	\$1,157.09	\$1,348.17	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización		\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	\$159.71	\$4,221.93	\$10,947.41	\$15,865.57
22% IMPUESTO A LA RENTA		-	\$199.10	\$5,263.34	\$13,647.78	\$19,779.07
<b>I. FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO NETO (F.E.O)</b>		<b>(26,241.13)</b>	<b>\$3,331.00</b>	<b>\$21,185.04</b>	<b>\$50,554.64</b>	<b>\$71,972.65</b>
		-	-	-	-	-
INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO	(26,000.00)	-	-	-	-	-
VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO		-	\$270.06	\$842.44	\$1,212.65	\$860.97
RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO		-	-	-	-	(3,186.13)
<b>II. VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>	<b>(26,000.00)</b>	<b>-</b>	<b>\$270.06</b>	<b>\$842.44</b>	<b>\$1,212.65</b>	<b>(2,325.16)</b>
		-	-	-	-	-
INVERSIONES	(5,025.19)	-	-	-	(2,800.00)	-
RECUPERACIONES		-	-	-	-	-
Recuperación maquinaria		-	-	-	-	\$675.97
Recuperación		-	-	-	-	-

vehículos						
Recuperación equipo de computación		-	-	-	-	\$2,202.36
<b>III. GASTOS DE CAPITAL (CAPEX)</b>	<b>(5,025.19)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(2,800.00)</b>	<b>\$2,878.33</b>
					-	-
<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	<b>(31,025.19)</b>	<b>(26,241.13)</b>	<b>\$3,601.06</b>	<b>\$22,027.48</b>	<b>\$48,967.30</b>	<b>\$72,525.82</b>
		-			-	-
<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	<b>(31,025.19)</b>	<b>(26,241.13)</b>	<b>\$3,601.06</b>	<b>\$22,027.48</b>	<b>\$48,967.30</b>	<b>\$72,525.82</b>
Préstamo	13,680.29	-	-	-	-	-
Gastos de interés		<b>(1,462.35)</b>	<b>(1,201.89)</b>	<b>(909.83)</b>	<b>(582.37)</b>	<b>(215.19)</b>
Amortización del capital		<b>(2,148.03)</b>	<b>(2,408.50)</b>	<b>(2,700.55)</b>	<b>(3,028.02)</b>	<b>(3,395.19)</b>
Escudo Fiscal	-	<b>\$492.81</b>	<b>\$405.04</b>	<b>\$306.61</b>	<b>\$196.26</b>	<b>\$72.52</b>
<b>IV. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</b>	<b>(17,344.89)</b>	<b>(29,358.70)</b>	<b>\$395.71</b>	<b>\$18,723.71</b>	<b>\$45,553.17</b>	<b>\$68,987.95</b>

Criterios de Inversión Proyecto		Criterios de Inversión Inversionista	
VAN	\$42,620.16	VAN	\$44,426.04
IR	\$2.37	IR	\$3.43
TIR	28.35%	TIR	32.91%

Tabla 52. Flujo de efectivo propio esperado.

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
PROPIO ESPERADO 2016-2020						
	Inicial					
	0	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas		\$75,558.21	\$113,985.31	\$164,297.70	\$220,045.10	\$273,471.60
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>\$75,558.21</b>	<b>\$113,985.31</b>	<b>\$164,297.70</b>	<b>\$220,045.10</b>	<b>\$273,471.60</b>
Gastos sueldos		\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
Gastos generales		\$44,263.05	\$46,017.78	\$56,164.18	\$52,430.59	\$68,037.10
Gastos de depreciación		\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización		\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>(27,567.90)</b>	<b>\$2,266.62</b>	<b>\$29,056.02</b>	<b>\$73,565.12</b>	<b>\$105,985.63</b>
Gastos de intereses		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>		<b>(27,567.90)</b>	<b>\$2,266.62</b>	<b>\$29,056.02</b>	<b>\$73,565.12</b>	<b>\$105,985.63</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	\$339.99	\$4,358.40	\$11,034.77	\$15,897.84
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>(27,567.90)</b>	<b>\$1,926.62</b>	<b>\$24,697.62</b>	<b>\$62,530.35</b>	<b>\$90,087.79</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA		-	\$423.86	\$5,433.48	\$13,756.68	\$19,819.31
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>(27,567.90)</b>	<b>\$1,502.77</b>	<b>\$19,264.14</b>	<b>\$48,773.68</b>	<b>\$70,268.47</b>
		-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>(27,567.90)</b>	<b>\$2,266.62</b>	<b>\$29,056.02</b>	<b>\$73,565.12</b>	<b>\$105,985.63</b>

Gastos de depreciación		\$1,060.66	\$1,157.09	\$1,348.17	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización		\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	\$339.99	\$4,358.40	\$11,034.77	\$15,897.84
22% IMPUESTO A LA RENTA		-	\$423.86	\$5,433.48	\$13,756.68	\$19,819.31
<b>I. FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO NETO (F.E.O)</b>		<b>(26,241.13)</b>	<b>\$2,925.96</b>	<b>\$20,878.42</b>	<b>\$50,358.39</b>	<b>\$71,900.13</b>
			-	-	-	-
INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO	(26,000.00)	-	-	-	-	-
VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO		-	\$300.21	\$833.80	\$1,202.97	\$850.11
RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO		-	-	-	-	(3,187.09)
<b>II. VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>	<b>(26,000.00)</b>	<b>-</b>	<b>\$300.21</b>	<b>\$833.80</b>	<b>\$1,202.97</b>	<b>(2,336.98)</b>
					-	-
INVERSIONES	(5,025.19)	-	-	-	(2,800.00)	-
RECUPERACIONES		-	-	-	-	-
<i>Recuperación maquinaria</i>		-	-	-	-	\$675.97
<i>Recuperación vehículos</i>		-	-	-	-	-
<i>Recuperación equipo de computación</i>		-	-	-	-	\$2,202.36
<b>III. GASTOS DE CAPITAL (CAPEX)</b>	<b>(5,025.19)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(2,800.00)</b>	<b>\$2,878.33</b>
					-	-
<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	<b>(31,025.19)</b>	<b>(26,241.13)</b>	<b>\$3,226.17</b>	<b>\$21,712.23</b>	<b>\$48,761.35</b>	<b>\$72,441.47</b>
		-			-	-
<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	<b>(31,025.19)</b>	<b>(26,241.13)</b>	<b>\$3,226.17</b>	<b>\$21,712.23</b>	<b>\$48,761.35</b>	<b>\$72,441.47</b>
Préstamo	-	-	-	-	-	-
Gastos de interés		-	-	-	-	-
Amortización del capital		-	-	-	-	-
Escudo Fiscal	-	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>IV. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</b>	<b>(31,025.19)</b>	<b>(26,241.13)</b>	<b>\$3,226.17</b>	<b>\$21,712.23</b>	<b>\$48,761.35</b>	<b>\$72,441.47</b>

Criterios de Inversión Proyecto		Criterios de Inversión Inversionista	
VAN	\$41,883.23	VAN	\$39,858.73
IR	\$2.35	IR	\$2.28
TIR	28.03%	TIR	28.03%

Analizando ambas tablas, es mejor pedir un préstamo bancario debido a que la TIR del inversionista (32.91%) es mayor a la TIR del capital propio (28.03%).

### 9.8 Punto de equilibrio

Se determina cuando los ingresos son iguales a los gastos obteniendo un beneficio igual a 0 donde Dharana no tiene ni ganancias ni pérdidas.

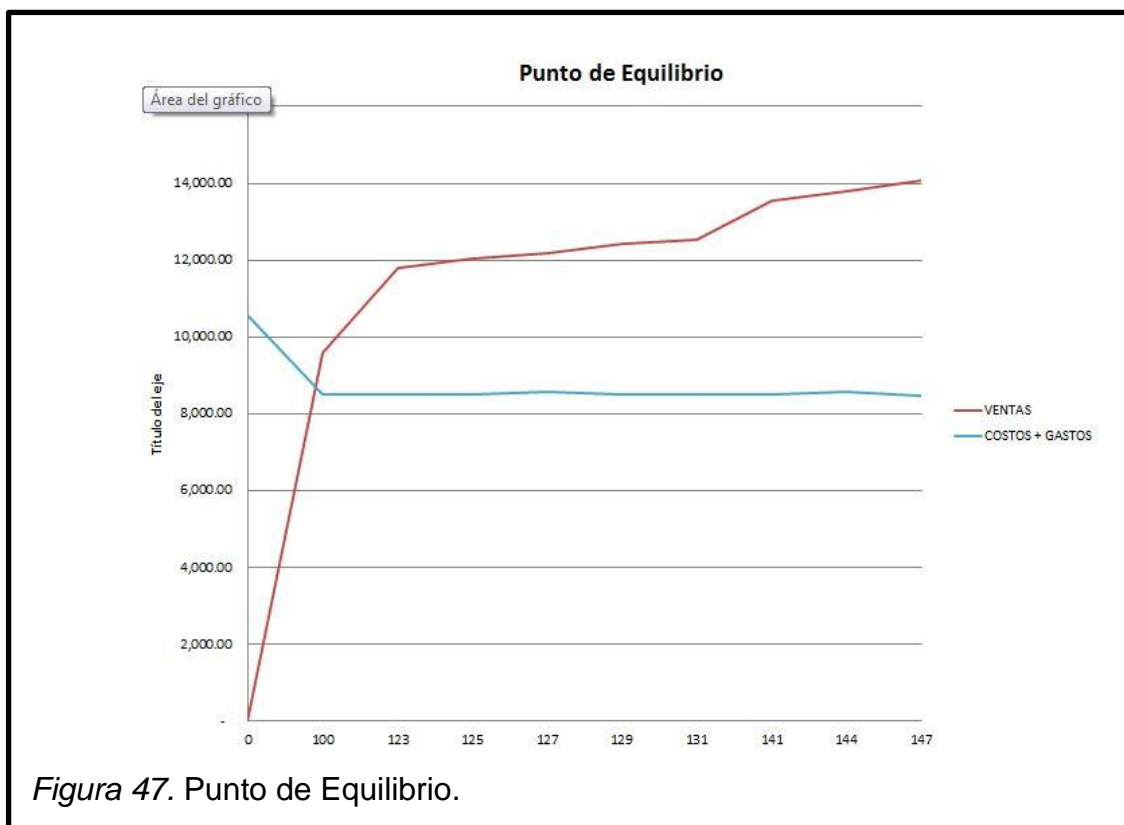
Tabla 53. Punto de equilibrio.

<b>GASTOS Y COSTOS</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Costo fijo (sueldos)	\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
Gastos fijos generales	\$44,263.05	\$46,017.78	\$56,164.18	\$52,430.59	\$68,037.10
Depreciaciones (fijo)	\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
Amortizaciones (fijo)	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
Gasto interés (fijo)	\$1,462.35	\$1,201.89	\$909.83	\$582.37	\$215.19
<b>TOTAL</b>	<b>\$104,588.47</b>	<b>\$112,920.57</b>	<b>\$136,151.51</b>	<b>\$147,062.35</b>	<b>\$167,701.16</b>

<b>PUNTOEQUILIBRIO</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Unidades	86	93	112	120	137
Dólares (\$)	\$105,066.00	\$113,740.20	\$137,075.57	\$148,000.43	\$168,951.11

Para el año 2016, se necesitan que 86 personas paguen la inscripción y la membresía mensual por 1 año para que los ingresos cubran los gastos. Para los años 2017, 2018, 2019 y 2020, se necesitan 93, 112, 120 y 137 usuarios respectivamente.





## 9.9 Control de costos importantes

Las principales variables que podrían afectar a Dharana son el número de usuarios que se inscriban y el precio que éstos estén dispuestos a pagar. Una variación del 10% tanto en el precio de membresía como el número de inscritos afectaría negativamente al negocio. En el escenario pesimista significaría una disminución de USD 11.054, 30 dólares, en el esperado de USD 13.174,19 dólares y en el optimista de USD 14.748 dólares. Por esta razón los esfuerzos que Dharana realice en publicidad antes y durante su implementación y los servicios brindados hacia los mismos, deben ser eficaces para poder cumplir con las metas propuestas.

### 9.9.1 Índices financieros

Los índices financieros permitirán determinar el desempeño que Dharana tendrá durante su implementación.

### 9.9.1.1 Liquidez

Mide la capacidad que tiene el Centro para hacer frente a sus obligaciones financieras a corto plazo.

Tabla 54. Razón Corriente.

LIQUIDEZ					
DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Razón corriente =</b>	Activo Corriente				
	Pasivo Corriente				
Inversionista Esperado	-	124.46	46.78	43.21	53.26
Propio Esperado	-	134.76	54.84	48.79	58.60

Por cada dólar de deuda de corto plazo, se tiene cierta cantidad de dólares cada año para poder pagarlo, obteniendo así liquidez para la solvencia del Centro.

Tabla 55. Prueba ácida.

LIQUIDEZ					
DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Prueba Ácida</b>	Activo Corriente - Inventarios				
	Pasivo Corriente				
Inversionista Esperado	-	124.46	46.78	43.21	53.26
Propio Esperado	-	134.76	54.84	48.79	58.60

Por cada dólar de deuda de corto plazo, incluso descontando el respaldo de inventarios (en Dharana no existen inventarios), se tiene cierta cantidad de dinero para poder pagarlo.

### 9.9.1.2 Rentabilidad

Sirve para determinar cómo se están manejando y utilizando los fondos de Dharana.

Tabla 56. ROI.

RENDIMIENTO					
DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
ROI =			Utilidad Neta		
			Activos Totales		
Inversionista Esperado	(0.78)	0.02	0.35	0.47	0.41
Propio Esperado	(0.68)	0.04	0.31	0.42	0.38

Por cada dólar invertido en los activos totales, para el primer año se genera una pérdida de USD 0.78 centavos. Para el año 2017, se USD 0.02 centavos de utilidad neta. Este valor se va incrementado para los años siguientes. Los demás escenarios se encuentran en los anexos. (Ver Anexo 38)

Tabla 57. ROA.

RENDIMIENTO					
DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
ROA =			Utilidad Neta		
			Patrimonio		
Inversionista Esperado	(0.74)	0.06	0.55	0.72	0.63
Propio Esperado	(0.68)	0.05	0.46	0.64	0.57

Por cada dólar del activo invertido, al primer año, se tiene una pérdida de USD 0.74 centavos antes de impuestos y participaciones. Para los siguientes años, el valor se hace positivo y se empieza a tener utilidad. Los demás escenarios se encuentran en los anexos. (Ver Anexo 38)

Tabla 58. ROE.

RENDIMIENTO					
DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
ROE =			Utilidad Operacional		
			Activos Totales Promedio		
Inversionista Esperado	(1.13)	0.03	0.41	0.50	0.42
Propio Esperado	(0.68)	0.04	0.31	0.43	0.38

El rendimiento sobre el patrimonio para el primer año genera una pérdida. Sin embargo, para los siguientes años, genera una rentabilidad para los socios. Los demás escenarios se encuentran en los anexos. (Ver Anexo 38)

### 9.9.1.3 Desempeño

Los índices de desempeño, no se pueden determinar debido a que Dharana no cuenta con inventarios de mercadería ni cuentas por pagar a proveedores.

### 9.10 Valuación

Analizando los diferentes escenarios, se puede determinar que el VAN es siempre positivo y la TIR está por encima de la tasa de descuento. Se llega a la conclusión de que el proyecto es financieramente viable.

Tabla 59. CAPM.

CAPM	
Tasa libre de riesgo	2,54%
Rendimiento del Mercado	4,85%
Beta	0,91
Riesgo País	5,50%
Tasa de Impuestos	36,25%
<b>CAPM</b>	<b>10,14%</b>

Tabla 60. WACC.

WACC	
<b>2016</b>	9,27%
<b>2017</b>	9,40%
<b>2018</b>	15,24%
<b>2019</b>	9,98%
<b>2020</b>	10,09%

Tabla 61. Valuación del proyecto.

Criterios de Inversión Proyecto		Criterios de Inversión Inversionista	
<b>VAN</b>	\$42,620.16	<b>VAN</b>	\$44,426.04
<b>IR</b>	\$2.37	<b>IR</b>	\$3.56
<b>TIR</b>	28.35%	<b>TIR</b>	32.91%

## 10. PROPUESTA DE NEGOCIO

En el presente capítulo, se desarrollará el financiamiento deseado, la estructura de capital y deuda, la capitalización necesaria y el uso de los fondos para la implementación del Centro.

### 10.1 Financiamiento deseado

La inversión necesaria para poner el negocio en marcha en la ciudad de Quito es de USD 68.401,47 dólares.

### 10.2 Estructura de capital y deuda buscada

La inversión inicial de USD 68.401,47 dólares estará dada por un 80% (USD 54.721,17 dólares) de capital propio y un 20% (USD 13.680,29 dólares) por un préstamo bancario.

### 10.3 Capitalización

En Dharana existirán 3 socios, los cuales cada uno aportarán el 33.33% del capital propio.

Tabla 62. Capitalización de socios.

Socio	Porcentaje	USD
Socio 1	33.33%	\$22,800.49
Socio 2	33.33%	\$22,800.49
Socio 3	33.33%	\$22,800.49
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$68,401.47</b>

### 10.4 Uso de fondos

Del total de la inversión inicial, el dinero se gastará en la compra de maquinaria y equipo, muebles y enseres, equipos de computación, otros activos (artículos decorativos, señaléticas, basureros, uniformes, plantas, entre otros), el capital de trabajo necesario, gastos de constitución y publicidad y promoción para antes de la apertura del Centro.

Tabla 63. Uso de fondos.

<b>Inversión Inicial</b>	
<b>Total</b>	<b>\$ 68,401.47</b>
<b>Maquinaria y Equipo</b>	
Total	\$ 12,146.15
<b>Muebles y Enseres</b>	
Total	\$ 5,234.88
<b>Equipo Computación</b>	
Total	\$ 2,522.21
<b>Adecuaciones</b>	
Total	\$ 10,000.00
<b>Otros activos</b>	
Total	\$ 1,989.13
<b>Capital De Trabajo</b>	
Total	\$ 24,304.38
<b>Publicidad y Promoción</b>	
Total	\$ 11,149.60
<b>Gastos De Constitución</b>	
Total	\$ 1,055.12

### 10.5 Retorno para el inversionista

En los 6 escenarios, se puede determinar que el VAN es siempre positivo y la TIR está por encima de la tasa de descuento siendo un proyecto viable y atractivo para los inversionistas. Los demás escenarios se encuentran en los anexos. (Ver Anexo 39)

Tabla 64. Criterios de Inversión Inversionista.

<b>Criterios de Inversión Inversionista</b>	
<b>Inversionista Esperado</b>	
VAN	\$42,146.33
TIR	32.91%
Tasa Descuento	10.14%
<b>Criterios de Inversión Inversionista</b>	
<b>Propio Esperado</b>	
VAN	\$39,858.73
TIR	28.03%
Tasa Descuento	10.62%

## 11. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El presente capítulo tiene como finalidad presentar las conclusiones y recomendaciones del plan de negocio.

### 11.1 Conclusiones

La industria de enseñanza deportiva en el país se encuentra en una etapa de crecimiento (4%) dando lugar a la apertura de nuevos negocios relacionados al deporte participativo.

El realizar actividad física de forma regular y sistemática se ha consolidado como un hábito entre las personas y es relacionado como una acción beneficiosa para su cuerpo y mente; por lo que, la implementación de un Centro de acondicionamiento físico y ejercicios funcionales es viable.

La ejercitación física y mental ayuda a mantener una salud adecuada; lograr un cuerpo joven y bello; tener una buena respiración y flexibilidad, una correcta circulación y digestión, previene el nerviosismo y evita el cansancio físico y mental mejorando completamente la calidad de vida de la persona.

Al realizar el análisis PESTEL, la mayor fortaleza es la de contar con entrenadores capacitados y certificados, la oportunidad que se debería aprovechar es la del incremento de la tecnología en la utilización de medios digitales para impulsar la demanda del producto. La amenaza que debe ser considerada es el ingreso de nuevos competidores para lo cual se aplicará marketing relacional con el objetivo de lograr fidelidad.

El análisis Porter da como resultado un promedio de 3,4 sobre 5, lo cual significa que Dharana está en un ambiente competitivo.

Del total del mercado objetivo, existe un 80% de aceptación de usuarios que sí acudirían a Dharana para realizar distintas actividades que combinen la

ejercitación física y mental. Las actividades de mayor asentimiento por parte de los usuarios y que se van a implementar son: Fusion Fitness, Budokan, Meditación Nataraj, Chi Kung y Doga.

El precio promedio del mercado dispuesto a pagar por acudir al Centro fue entre \$35 a \$45 dólares, y una vez analizado el mercado y a la competencia, el precio establecido para Dharana es de USD 42 dólares. Dharana realizará una inversión en publicidad y promoción de USD 11.149,60 dólares antes de abrir sus puertas al mercado para atraer usuarios al Centro y así darse a conocer. Posteriormente, invertirá todos los años para atraer más clientes.

La estrategia general de marketing es la de diferenciación debido a que Dharana se distinguirá por la enseñanza de técnicas alternativas apoyadas por entrenadores capacitados para evitar lesiones dispuestas en un ambiente acogedor de paz y tranquilidad con horarios flexibles.

Dharana contará al inicio con un recurso humano de 6 personas y su estructura de organigrama es vertical. Al 3 y 4 año se contratará con 2 entrenadores adicionales para poder atender el crecimiento de clientes.

La inversión inicial para Dharana es de USD 68.401,47 dólares. El 80% (USD 54.721,17 dólares) será cubierto por los socios y el 20% (USD 13.680,29 dólares) será cubierto por un préstamo bancario.

El análisis financiero en los tres escenarios fue positivo, por lo que la implementación de Dharana en la ciudad de Quito es viable.

## **11.2 Recomendaciones**

Dar un constante seguimiento a los usuarios para siempre estar a la vanguardia de sus gustos y preferencias.



Buscar nuevas propuestas de valor para mantener la imagen de diferenciación de Dharana basado en nuevas investigaciones de mercado para determinar y conocer de primera mano que técnicas y servicios adicionales desea el mercado objetivo.

Estar en constante innovación sobre nuevas tendencias digitales que puedan aparecer para aprovecharlas en la publicidad y promoción del Centro para buscar una fidelización de los clientes a través de la implementación de un modelo de CRM.

Mantener e incrementar el nivel de los entrenadores para la enseñanza de técnicas por ser el elemento diferenciador y adicionalmente, evaluar nuevos diseños de la infraestructura para mejorar la imagen de Dharana.

Se recomienda también, aplicar la estrategia de desarrollo de mercados para incursionar en nuevos segmentos como niños y a nivel ejecutivo.

## REFERENCIAS

- ARCOTEL. (2014). Recuperado el 6 de Abril de 2015, de [www.arcotel.gob.ec/](http://www.arcotel.gob.ec/)
- Banco Central del Ecuador. (Marzo de 2015). Recuperado el 8 de Abril de 2015, de Estadísticas Macroeconómicas: <http://www.bce.fin.ec/index.php/estadisticas-economicas>
- Buen Vivir, Plan Nacional. (2015). Recuperado el 26 de Abril de 2015, de <http://www.buenvivir.gob.ec/herramientas>
- Consejo de Regulación y Desarrollo de la Información y Comunicación. (Enero de 8 de 2015). Recuperado el 26 de Abril de 2015, de <http://www.cordicom.gob.ec/retos-y-tendencias-de-la-comunicacion-y-el-periodismo-en-2015/>
- Crossfit Singular Box. (2015). Recuperado el 2 de Abril de 2015, de <http://crossfitsingularbox.com/about-us/que-es-crossfit/>
- Cuerpo de Bomberos. (2015). *Permisos de Funcionamiento*. Recuperado el 14 de Abril de 2015, de [http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6](http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6)
- Diario Hoy. (16 de Junio de 2013). Recuperado el 1 de Abril de 2015, de <http://www.explored.com.ec/noticias-ecuador/yoga-una-tendencia-que-hace-camino-583515.html>
- Efdeportes. (Mayo de 2010). Recuperado el 31 de Marzo de 2015, de <http://www.efdeportes.com/efd144/el-deporte-moderno-y-el-ejercicio-fisico-antiguo.htm>
- Fred, R. (2003). *Concepto de Administración Estratégica* (Novena ed.). México D.F.: Pearson Education.
- Hitt, M., Black, S., & Porter, L. (2006). *Administración* (Novena ed.). México DF, México: Pearson Prentice Hall.
- INEC. (2011). *Proyecciones poblacionales*. Recuperado el 24 de Junio de 2015, de [http://www.inec.gob.ec/proyecciones\\_poblacionales/presentacion.pdf](http://www.inec.gob.ec/proyecciones_poblacionales/presentacion.pdf)
- INEC. (2011). *Sí Emprende*. Recuperado el 7 de Mayo de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/si-emprende/>

- INEC.* (2012). Recuperado el 31 de Marzo de 2015, de <http://www.inec.gob.ec/estadisticas/SIN/descargas/ciiu.pdf>
- INEC.* (19 de Diciembre de 2013). Recuperado el 7 de Octubre de 2014, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/encuesta-nacional-de-salud-y-nutricion-se-presenta-este-miercoles/>
- INEC.* (2015). Recuperado el 8 de Abril de 2015, de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual. (2015). Recuperado el 24 de Abril de 2015, de <http://www.propiedadintelectual.gob.ec/como-registro-una-marca/>
- International Health, Racquet & Sportsclub Association. (2011). Recuperado el 4 de Mayo de 2015
- International Health, Racquet & Sportsclub Association. (2014). Recuperado el 4 de Mayo de 2015
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing* (Octava ed.). México DF: Pearson Prentice Hall.
- Lambin, J.-J., Galluci, C., & Sicurello, C. (2009). *Dirección de Marketing* (Segunda ed.). México D.F.: Mc Graw Hill.
- Lataxnet. (2015). Recuperado el 14 de Abril de 2015, de [http://www.lataxnet.net/partners/Ecuador/ecuador-informacion\\_tributaria/](http://www.lataxnet.net/partners/Ecuador/ecuador-informacion_tributaria/)
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2009). *Marketing de Servicios* (Sexta ed.). México D.F.: Pearson Prentice Hall.
- Ministerio de Relaciones Laborales. (2013). *Reglamento de seguridad y salud de los trabajadores*. Recuperado el 4 de Mayo de 2015, de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/12/Reglamento-de-Seguridad-y-Salud-de-los-Trabajadores-y-Mejoramiento-del-Medio-Ambiente-de-Trabajo-Decreto-Ejecutivo-2393.pdf>
- Ministerio de Salud Pública.* (11 de Febrero de 2014). Recuperado el 6 de Abril de 2015, de <http://www.controlsanitario.gob.ec/wp->

content/uploads/downloads/2014/04/Regla-Permiso-de-Funcionamiento-20141.pdf

Ministerio del Trabajo. (s.f.). *Requisitos y procedimiento para aprobación de reglamentos internos de trabajo*. Recuperado el 12 de Agosto de 2015, de <http://www.trabajo.gob.ec/requisitos-y-procedimiento-para-aprobacion-de-reglamentos-internos-de-trabajo/>

Revista Líderes. (2013). *Parque activo lleva el gimnasio al barrio*. Recuperado el 4 de Mayo de 2015, de <http://www.revistalideres.ec/lideres/parque-activo-lleva-gimnasio-barrio.html>

Revista Líderes. (2014). *Entrenadores que se disputan los 'pupilos'*. Recuperado el 14 de Abril de 2015, de <http://www.revistalideres.ec/lideres/entrenadores-disputan-pupilos.html>

Secretaría de Territorio, Habitat y Vivienda. (2010). *Demografía por barrios y sectores*. Recuperado el 20 de Mayo de 2015, de [http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/Barrios/demografia\\_barrio10.htm](http://sthv.quito.gob.ec/images/indicadores/Barrios/demografia_barrio10.htm)

SENPLADES. (2015). Recuperado el Abril de 10 de 2015, de <http://www.planificacion.gob.ec/programas-y-servicios/>

*Servicios Ciudadanos Quito*. (2015). Recuperado el 6 de Abril de 2015, de <http://serviciosciudadanos.quito.gob.ec/index.php/es/noticias/228-nuevo-proceso-luaeb>

Stanton, W., & Etzel, M. W. (2007). *Fundamentos de Marketing* (Decomocuarta edición ed.). McGraw Hill.

Superintendencia de Compañías. (Mayo de 2014). *Ley de Compañías*. Recuperado el 9 de Abril de 2015, de <http://www.ecuadorlegalonline.com/biblioteca/reforma-ley-companias/>

*Superintendencia de Compañías y Valores*. (2014). Recuperado el 14 de Octubre de 2014, de <http://www.supercias.gob.ec/portalConstitucionElectronica/>

Suramérica, A. P. (24 de Octubre de 2013). *Andes*. Recuperado el 1 de Abril de 2015, de <http://www.andes.info.ec/es/sociedad/ecuador-impulsa-campana-practica-deportiva-institutos-educativos.html>

- Trámites Ecuador. (2013). Recuperado el 14 de Abril de 2015, de <http://tramitesecuador.com/municipio-del-distrito-metropolitano-de-quito/pago-de-patentes-en-el-distrito-metropolitano-de-quito/>
- Universo, E. (2 de Marzo de 2015). Recuperado el 6 de Abril de 2015, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2015/03/02/nota/4611071/previsiones-crecimiento-este-ano-ya-se-ajustan>
- Velasco, B. (8 de Abril de 2015). *El Comercio*. Recuperado el 8 de Abril de 2015, de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ciudades-costa-ranking-economia-ecuador.html>

## **ANEXOS**

**ANEXO 1  
MATRIZ EFE**

<b>Matriz EFE</b>			
<b>Factores clave</b>	<b>Valor</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Valor ponderado</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
1.- Incremento del número de personas que realiza deporte.	0.12	4	0.48
2.- Incremento de porcentajes de problemas saludables en la población.	0.12	3	0.36
3.- Impulso por parte del gobierno de campañas para la práctica deportiva.	0.08	2	0.16
4.- Índices favorables sobre el tiempo que tanto hombres como mujeres destinan a las actividades recreativas.	0.08	2	0.16
5.- Incremento de porcentaje del uso de la tecnología como el Internet y redes sociales.	0.07	3	0.21
6.- Posibilidad de lograr convenios con empresas e instituciones para el apoyo del desarrollo del deporte.	0.08	2	0.16
<b>Subtotal</b>	<b>0.55</b>		<b>1.53</b>
<b>AMENAZAS</b>			
1.- Existencia de varios productos sustitutos en el mercado.	0.12	3	0.36
2.- Pocos proveedores que dan un servicio de calidad.	0.07	1	0.07
3.- Cambios en las políticas gubernamentales del país.	0.06	3	0.18
4.- Espacios públicos donde la gente puede realizar deporte gratuito.	0.11	2	0.22
5.- Expansión y creación de nuevos competidores.	0.09	3	0.27
<b>Subtotal</b>	<b>0.45</b>		<b>1.1</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>2.63</b>

Tomado de Fred, 2003.

**ANEXO 2  
MATRIZ EFI**

<b>Matriz EFE</b>			
<b>Factores clave</b>	<b>Valor</b>	<b>Clasificación</b>	<b>Valor ponderado</b>
<b>FORTALEZAS</b>			
1.- Cuenta con entrenadores de calidad y expertos en el tema de técnicas alternativas.	0.18	3	0.54
2.- Se concentra en varias técnicas alternativas no convencionales.	0.25	4	1
3.- Inversión baja para la implementación del Centro.	0.15	2	0.3
<b>Subtotal</b>	<b>0.58</b>		<b>1.84</b>
<b>DEBILIDADES</b>			
1.- Poca experiencia en el mercado en temas de gestión y administración.	0.20	2	0.4
2.- No existe un poder de negociación con los clientes.	0.22	3	0.66
<b>Subtotal</b>	<b>0.42</b>		<b>1.06</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1.00</b>		<b>2.90</b>

Tomado de Fred, 2003.



### **ANEXO 3**

#### **Preguntas entrevista centros**

- 1.- ¿Cómo nació la idea de implementar el Centro?
- 2.- ¿Cuánto tiempo están en el mercado?
- 3.- ¿Cuál es su mercado objetivo, el perfil de sus asistentes?
- 4.- ¿Cuántas clases tienen por día?
- 5.- ¿Cuál es el promedio de asistentes por clase?
- 6.- ¿Qué días y qué horarios son los más óptimos donde la gente más asiste?
- 7.- ¿Cuál cree que es la ventaja competitiva que ustedes tienen en relación a los servicios que brindan y a las técnicas?
- 8.- ¿Cuáles son los precios promedios que manejan? ¿Realizan promociones?
- 9.- ¿Qué medios son los más utilizados por ustedes para comunicar y promocionar los servicios del centro?

#### **Entrevista 1: Namasté Cumbayá**

**Nombre:** Verónica Oquendo

**Cargo:** Dueña y Directora Namasté

**Fecha:** 4 junio 2015

**Lugar:** Alba Calderón E3-127 y Padre Luis Garzón, 2 cuadras Parque Cumbayá

#### **Resultados**

- Namasté Cumbayá nació como clases particulares que Verónica realizaba y cuando se dio cuenta que tenía bastante acogida, junto a otros amigos formalizó el negocio y se encuentra en el mercado desde el año 2007.
- En cuanto al perfil de los asistentes, Verónica comentó que es muy variado, al centro va gente joven que tiene necesidad de moverse constantemente y realizar ejercicio, también va gente que tiene mucha carga de estrés y tensiones por el diario vivir.

- Sus clases se dictan todos los días y aproximadamente puede haber de 4 a 12 personas por clase. El horario donde más acude la gente es a las 6h30 y en horas de la noche. Donde menos gente hay es al medio día y por la tarde 3 o 4pm. Tiene un promedio de 350 personas al año.
- En un inicio el centro contaba con un promedio de 100 personas, poco a poco debido al boca y boca fue incrementado ese número. Al mes ingresan entre 8 a 10 personas nuevas.
- La ventaja competitiva que menciona Verónica, es la que es un centro de yoga serio, la gente que trabaja ahí es honesta en sus acciones, son auténticos y realmente es un espacio de crecimiento personal.
- El precio promedio por clase mencionó que es de USD 15 dólares y mientras más clases toma más baja el precio. Su principal medio de comunicación es Facebook y un blog.

## **Conclusiones**

- La ventaja competitiva de Namasté Cumbayá es la de ser un centro de yoga serio, donde la gente acude y siente que es un espacio de crecimiento personal, donde los resultados se pueden evidenciar.
- El precio que se cobra por clase es de USD 15 dólares, pero mientras más clases tome la persona más barato se hace el precio por clase.
- Los horarios donde más gente acude es en la mañana a las 6h30 y en la noche 7h30.
- El perfil de clientes que asiste al centro es variado. Asiste desde gente joven hasta gente adulta.

## **Entrevista 2:** Yoga Studio

**Nombre:** Salomé Rangel

**Cargo:** Dueña y Directora Yoga Studio

**Fecha:** 5 junio 2015

**Lugar:** Whympers N28-18 y Orellana, junto restaurant Pekín

### **Resultados**

- Yoga Studio se encuentra en el mercado desde hace 10 años, tiene un promedio de 250 a 300 alumnos por año. Al mes ingresan un promedio de 6 a 8 personas.
- En un inicio tenían al mes un promedio de 90 a 100 personas, poco a poco fue aumentando.
- Salomé nos cuenta que el perfil de alumnos que ella tiene, son más adultos de 30 años en adelante y personas de la tercera edad. Sin embargo, también asisten jóvenes que tienen una necesidad de ejercitación específica.
- En relación a las clases, menciona que dicta unas 25 clases semanales y los horarios pico son a las 7 de la mañana y 7:30 de la noche.
- La ventaja competitiva, es que Yoga Studio se concentra solo en el yoga terapéutico mas no en otro tipo de técnicas como lo son otros centros y eso es lo que le da valor.
- El valor promedio por clase es de USD 7.50 dólares, mientras más clases tomes, más barato se hace el valor por clase.
- En cuanto a los medios de comunicación, Yoga Studio no maneja redes sociales ni medios digitales, solo usa el boca a boca de sus clientes, donde ellos al asistir y ver los resultados, hablan bien y recomiendan el centro. Sin embargo, está consciente de que necesita un plan de medios.

## **Conclusiones**

- La ventaja competitiva que maneja Yoga Studio es la de sólo concentrarse en el yoga terapéutico y brindar solo ese servicio.
- El precio por clase es de USD 7.50 dólares, mientras más clases tome la personas, más barato es el precio de hora clase.
- Los horarios con más asistencia es por la mañana 7am y por la noche 7pm.
- El perfil de asistentes son personas adultas y de la tercera edad, sin embargo también asistente jóvenes de entre 20 a 29 años.

## **Entrevista 3: Dharma Yoga**

**Nombre:** Margarita Orellana

**Cargo:** Dueña y Directora Dharma Yoga

**Fecha:** 9 junio 2015

**Lugar:** Inglaterra y Yugoslavia esq. (A una cuadra de la República del Salvador, Mall el Jardín)

## **Resultados**

- Dharma se encuentra en el mercado desde el año 2011 y nació con la idea de crearlo por la propia salud de la dueña y una manera de poder compartir con otras personas la ayuda que esta técnica tiene en la vida de una persona.
- Las personas que asisten al centro son de diferentes segmentos, existen niños, jóvenes, adultos, mujeres embarazadas, entre otras; no tiene un perfil exacto de los asistentes.

- El precio que se paga por clase es de USD 10 dólares. Sin embargo, existen paquetes de dos clases por semana al mes, tres clases y hasta 5 clases. El más usado por los clientes es el de dos clases a la semana por mes. Tiene un promedio de 250 personas por año. Al mes ingresan un promedio de 5 a 7 personas. En un inicio contaban con un promedio de 100 personas que aumento con el paso del tiempo.
- El medio de comunicación más usado son las redes sociales. También se usa el mailing con la base de datos de los clientes de Dharma.

## **Conclusiones**

- La ventaja competitiva que tiene el centro, es la de tener profesores capacitados y profesionales, son entrenadores que transmiten a la gente confianza y tranquilidad. Este es el principal valor que tiene el centro en relación a otros, el de poseer entrenadores calificados para el servicio de los demás.
- El costo por clase varía dependiendo de las clases tomadas, mientras más clases se tome, más barato es el precio por clase. Precio promedio \$10 dólares.
- El medio de comunicación más usado para informar sobre el centro que les genera un beneficioso es la de las redes sociales.

## **ANEXO 4**

### **Preguntas entrevista experto**

- 1.- Explique porque es importante realizar ejercitación física combinada con la ejercitación mental.
- 2.- ¿Qué otras técnicas benefician la ejercitación física y mental?
- 3.- ¿Cuáles son los beneficios de esta práctica?
- 4.- ¿Cuánto tiempo se debería destinar a realizar la ejercitación?
- 5.- ¿Cuál sería el precio promedio que se paga por recibir una clase de ejercitación física y mental?
- 6.- ¿Considera usted la apertura un nuevo centro de estos en la ciudad?

#### **Entrevista 4: Nelson Pacheco**

**Nombre:** Nelson Pacheco

**Cargo:** Entrenador de yoga

**Fecha:** 8 junio 2015

**Lugar:** Universidad de las Américas, Coordinación de Clubes

#### **Resultados**

- La combinación del ejercicio físico y mental ayuda a las personas q resistir de mejor manera los cambios que hay en la sociedad y a prevenir una situaciones complicadas del estrés.
- Al realizar ejercicio, el cuerpo produce una sustancia química llamada endorfina. Esta sustancia hace que la persona se sienta bien, alegre y satisfecha.
- Los beneficios principales de practicar estas técnicas es la de obtener flexibilidad del cuerpo, la tonificación del cuerpo y los músculos, mejoramiento de los sistemas del cuerpo, comportamiento psicológico y

crear una resistencia antes los problemas cotidianos que permitan una mejor vida.

- La ejercitación se la debe hacer diaria y por lo menos unos 30 minutos.
- El precio promedio mensual es de USD 60 dólares.

## **Conclusiones**

- El realizar una ejercitación física y mental ayuda a las personas a tener un mejor control de su vida, prevenir enfermedades, mejorar su rendimiento físico y mental; y reducir los niveles de estrés.
- El realizar ejercicio debe ser una práctica diaria y constante, se debe por lo menos realizar unos 30 minutos para que el cuerpo y la persona sienta los efectos.
- Lo que hace diferente a la ejercitación física con la combinada, es que esas técnicas occidentalizadas emplean mucho los conceptos biomecánicos de manera que sea una práctica segura y eficiente ayudando al desarrollo físico y mental al mismo tiempo.

## **Entrevista 5: Martha Aleaga**

**Nombre:** Martha Aleaga

**Cargo:** Experta y entrenadora de yoga

**Fecha:** 9 junio 2015

**Lugar:** Universidad de las Américas, Coordinación de Clubes

## **Resultados**

- Los beneficios tienen que ver directamente con mejorar la salud, el cuerpo tiene recursos propios e inteligencia que permite una

autorregulación y si se le da las condiciones necesarias, este tipo de prácticas dan el aporte y son un estímulo para conseguir los beneficios deseables en la fisiología del organismo.

- Lo más recomendable es hacer 30 minutos de ejercicio diarios, si no se lo puede realizar, por lo menos debe ser constante para poder obtener los beneficios deseados.
- El precio promedio por clase se encuentra entre USD 5 a 10 dólares. Un precio por 8 clases al mes está entre USD 35 a 45 dólares.

## **Conclusiones**

- Los beneficios principales que tiene la ejercitación física con la mental es la de integrar todas las dimensiones del ser humano y ayudar a esta en su desarrollo y salud integral.
- Estamos en una época, donde las tendencias del oriente y occidente se han unido para crear prácticas saludables frente a los varios problemas saludables existentes en la sociedad.
- Mientras más clases se toma, más barato es el precio de clase. Según Martha, se paga USD 7,5 por clase.



## ANEXO 5 Encuesta

### PRESENTACIÓN

Buenos días/tardes,

Mi nombre es David Flores, estudiante de Marketing Deportivo de la Universidad de las Américas. Estoy realizando una encuesta sobre la implementación de un Centro de Acondicionamiento Físico y Ejercicios Funcionales, cuyas características principales involucran el realizar ejercicio físico combinado con el ejercicio mental para brindar un cuidado tanto del cuerpo como la mente para tener una vida estable y saludable.

Estoy interesado en conocer su opinión. Gracias.

### PREGUNTAS

1. ¿Realiza alguna actividad física? (Gym, correr, trotar, yoga, bailoterapia, entre otras)

Si ( ) No ( )

Qué tipo de actividad \_\_\_\_\_

2. ¿Ha acudido alguna vez a un centro físico (gimnasio, centro de yoga, box de crossfit u otro centro de ejercitación física)?

Si ( ) Pasar a la pregunta 4

No ( ) Pasar a la pregunta 3

3. ¿Cuáles son las razones por las que usted no asiste a un centro físico? Seleccione todas las respuestas posibles.

- Por falta de tiempo
- No ofrecen rutinas que usted desee practicar
- No existe un gimnasio cerca
- Es muy caro
- Los servicios no son de su agrado
- Otra, especifique \_\_\_\_\_

**NOTA:** Pasar a la pregunta 8.

4. ¿Con qué frecuencia realiza actividad física?

- No realiza actividad física, favor pasar a la pregunta 8.
- 1 vez a la semana
- 2 a 3 veces a la semana
- 4 a 5 veces por semana
- Todos los días
- Otra, especifique \_\_\_\_\_

5. ¿Cuántas horas realiza ejercicio por día? (Con relación a la pregunta anterior)

- 30 minutos a 1 hora
- 1 a 2 horas
- 2 a 3 horas
- 3 horas en adelante

6. ¿Normalmente cuánto paga mensualmente por acudir a un centro físico?

- \$20 - \$30
- \$31 - \$41
- \$42 - \$52
- \$52 en adelante

7. ¿Cuáles son los motivadores para realizar actividad física? Seleccione todas las respuestas posibles.

- Sentirse bien con uno mismo
- Mejorar el rendimiento físico y mental
- Salud
- Estética (verse bien)
- Moda
- Prevención de enfermedades
- Distracción y entretenimiento
- Otra, especifique \_\_\_\_\_

8. ¿Conoce usted sobre los beneficios que tiene la ejercitación física con la ejercitación mental?

Si ( ) Cuáles \_\_\_\_\_

No ( )

9. ¿Conoce usted alguno de estos Centros?

- Hanuma Yoga
- Siri Prem
- Shantaya Yoga y Pilates
- Dharma Yoga
- Sadhana Yoga Studio
- Namasté Cumbayá
- Shakti Yoga
- No conoce ninguno

10. ¿Asiste a alguno de los Centros antes mencionados?

- Si      Cuál \_\_\_\_\_
- No asiste a ninguno

11. ¿Acudiría a un Centro integral donde se realice una ejercitación física y mental?

Si ( )                      No ( ) **Por favor finalice la encuesta. Muchas gracias.**

12. De las siguientes actividades que están mencionadas, ¿Cuáles serían las que más le interesan? Seleccione todas las respuestas posibles.

- Píloga (Realizar yoga en pilates)
- Budokan (Realizar yoga, artes marciales y pilates en una sola sesión)
- Fusion Fitness (Sesión de movimientos y ejercicios aeróbicos de tonificación de los diferentes grupos musculares)

- Chi kung (Terapia medicinal de origen chino que ayuda a canalizar de forma adecuada la energía vital)
- Doga (Sesiones de yoga en compañía del perro)
- Meditación Nataraj (Es danza como una meditación total)
- Otra, especifique \_\_\_\_\_

13. ¿Qué aspectos considera usted que son los más importantes que debe tener el Centro?

- Parqueadero
- Entrenadores capacitados
- Salita de descanso
- Baños equipados con duchas
- Precio
- Variedad de técnicas
- Horarios flexibles
- Otra, especifique \_\_\_\_\_

14. ¿Cuál es el horario que más se adapta a usted para acudir al Centro? Escoja tres opciones.

- De 6h00 a 8h00
- De 8h00 a 10h00
- De 10h00 a 12h00
- De 12h00 a 14h00
- De 14h00 a 16h00
- De 16h00 a 18h00
- De 18h00 a 20h00
- De 20h00 a 22h00

15. ¿Dónde le gustaría que este localizado?

- Quito Norte

- Nayón
- Tumbaco
- Cumbayá

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por los servicios del Centro? Escoja una sola opción.

- \$35 a \$45
- \$46 a \$56
- \$66 a \$76
- Otro, especifique \_\_\_\_\_

17. ¿Cuál es la mejor forma según usted para recibir información, promociones, noticias sobre el Centro? Seleccione todas las respuestas posibles.

- Redes Sociales
- Correos electrónicos
- Boca a boca
- Radio
- Prensa escrita
- Medios digitales
- Otro, especifique \_\_\_\_\_

18. Por favor escriba alguna recomendación y/o sugerencia en relación al Centro.

---

---

---

---

---

---

---

**AGRADECIMIENTO**

La encuesta ha concluido.  
Muchas gracias por su colaboración.

## DATOS DEL ENCUESTADO

Por favor, ayúdeme brindando sus datos personales que serán exclusivamente utilizados con fines académicos.

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

55 Edad:  20-25  26-30  31-35  36-40  41-45  46-50  51-

Sexo:  M  F

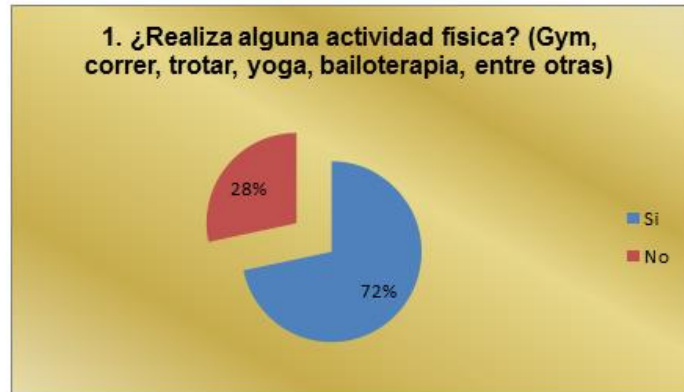
Sector Residencia: \_\_\_\_\_

## ANEXO 6

### Tabulación y resultados encuestas

#### 1. ¿Realiza alguna actividad física? (Gym, correr, trotar, yoga, bailoterapia, entre otras)

Detalle	#	%
Si	286	72%
No	113	28%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>



El 72% de las personas encuestadas realiza algún tipo de actividad física, sea este gimnasio, trote, yoga, ciclismo, artes marciales, aeróbicos, deportes colectivos como el fútbol y básquet; mientras que el 28% no realiza ningún tipo de actividad por diferentes motivos como se detallan en la pregunta 3.

#### 1.1. ¿Qué tipo de actividad?

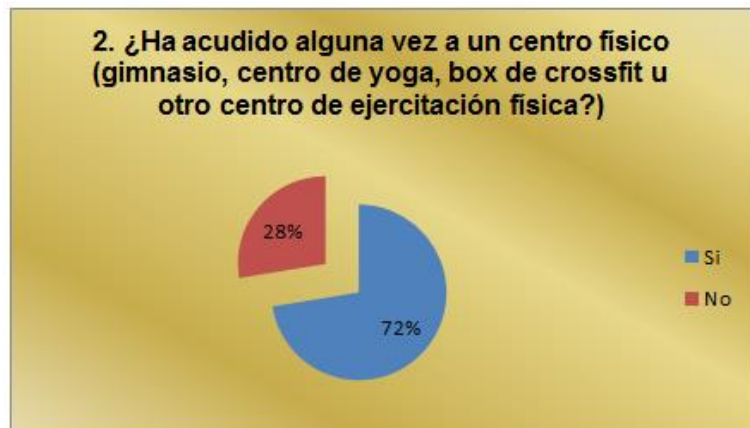
Detalle	#	%
Correr/Trotar	112	33%
Gimnasio	79	24%
Deportes colectivos	40	12%
Aeróbicos	36	11%
Yoga/Pilates	26	8%
Ciclismo	12	3%
Crossfit	12	3%
Artes marciales	9	3%
Natación	6	2%
Treking	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>334</b>	<b>100%</b>



El total de respuestas es de 334, esto es debido a que los encuestados respondían una o más actividades que realizaban. La actividad física que realiza la mayor cantidad de personas es la de correr y/o trotar con un 33%, seguido por la utilización de un gimnasio con 24%, el 12% juega deportes colectivos (fútbol, básquet, vóley), el 11% practica aeróbicos y un 8% realiza yoga. Personas que practican artes marciales, ciclismo y crossfit lo hacen en un 3%, mientras que natación esta con un 2% y trekking en un 1%.

2. ¿Ha acudido alguna vez a un centro físico (gimnasio, centro de yoga, box de crossfit u otro centro de ejercitación física?)

Detalle	#	%
Si	289	72%
No	110	28%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>



El 72% de las personas encuestadas ha acudido alguna vez a un centro físico, sea este gimnasio, centro de yoga, box de crossfit u otro centro de ejercitación. Este porcentaje es alto y da a entender que la mayoría de personas si acude a un centro o lugar para realizar actividad física. El 28% de las personas no ha acudido a un centro físico.



### 3. ¿Cuáles son las razones por las que usted no asiste a un centro físico?

Seleccione todas las respuestas posibles.

Detalle	#	%
Por falta de tiempo	78	47%
No existe un gimnasio cerca	26	16%
Es muy caro	22	14%
No ofrecen rutinas que usted desee practicar	17	10%
Otra (No me gusta)	15	9%
Los servicios no son de su agrado	7	4%
<b>TOTAL</b>	<b>165</b>	<b>100%</b>



Del total de encuestados (110) que no han asistido nunca a un centro físico, el 47% menciona que la razón principal por lo que no asisten a ningún tipo de centro físico es por falta de tiempo. En un 16% porque no existe un gimnasio cerca de sus hogares, el 14% debido a que es muy caro, el 10% porque los centros no ofrecen rutinas que les guste practicar, el 9% debido a que no les gusta asistir y, finalmente, un 4% debido a que los servicios no son del agrado. Cabe mencionar que hay más respuestas debido a que las personas escogieron más de una opción.

### 4. ¿Con qué frecuencia realiza actividad física?

Detalle	#	%
2 a 3 veces a la semana	113	39%
1 vez a la semana	56	19%
4 a 5 veces por semana	53	18%
No realiza actividad física	35	12%
Todos los días	28	10%
Otra (1 vez al mes)	4	2%
<b>TOTAL</b>	<b>289</b>	<b>100%</b>



Del total de encuestados (289) que mencionaron que si han asistido a

algún tipo de Centro, el 39% practica de 2 a 3 veces por semana, el 19% lo hace 1 vez a la semana, el 18% practica de 4 a 5 veces por semana, el 12% no realiza actividad física, el 10% lo hace todos los días de la semana y apenas un 2% lo hace 1 vez al mes.

5. ¿Cuántas horas realiza ejercicio por día? (Con relación a la pregunta anterior)

Detalle	#	%
30 minutos a 1 hora	119	47%
1 a 2 horas	113	45%
2 a 3 horas	16	6%
3 horas en adelante	6	2%
<b>TOTAL</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>



En relación a la pregunta 4, sobre cuál es la frecuencia que practican las personas actividad física, un 47% de los encuestados menciona que lo hace de 30 minutos a 1 hora por día, el 45% lo practica de 1 a 2 horas, apenas un 6% lo hace de 2 a 3 horas y un 2% de 3 horas en adelante. Cabe mencionar que la cantidad de respuestas es en base a los 254 encuestados que marcaron que realizaban actividad física.

6. ¿Normalmente cuánto paga mensualmente por acudir a un centro físico?

Detalle	#	%
\$31 - \$41	92	36%
\$20 - \$30	83	33%
\$42 - \$52	34	13%
\$52 en adelante	26	10%
Nada	19	8%
<b>TOTAL</b>	<b>254</b>	<b>100%</b>



En su mayoría, las personas pagan por acudir a un centro físico entre \$31 a \$41 dólares, un 33% paga entre \$20 a \$30 dólares, el 13% paga \$42 a \$52 dólares, el 10% más de \$52 dólares y apenas un 8% no gasta un valor monetario porque no acude a ningún centro y realiza actividad física en casa o en los parques.

7. ¿Cuáles son los motivadores para realizar actividad física? Seleccione todas las respuestas posibles.

Detalle	#	%
Salud	172	23%
Mejorar el rendimiento físico y mental	139	19%
Sentirse bien con uno mismo	123	17%
Estética (verse bien)	105	14%
Distracción y entretenimiento	102	14%
Prevención de enfermedades	88	12%
Otra (trabajo, estilo de vida)	5	1%
Moda	3	0%
<b>TOTAL</b>	<b>303</b>	<b>41%</b>



Los principales motivadores que tienen las personas para realizar actividad física es la de tener una buena salud, seguido por la mejorar el rendimiento físico y mental y la de sentirse bien consigo mismo. El 14% de los entrevistados mencionan que los motivadores son la distracción y entretenimiento y la de verse bien, es decir tener una buena estética. Muy pocas personas mencionan que la moda sea un motivador para la práctica deportiva. Cabe mencionar que los encuestados marcaron más de una respuesta.

8. ¿Conoce usted sobre los beneficios que tiene la ejercitación física con la ejercitación mental?

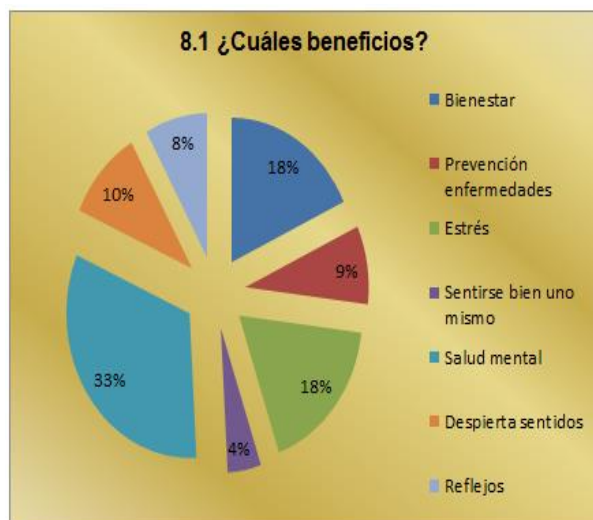
Detalle	#	%
Si	208	52%
No	191	48%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>



Con un 52%, la mayoría de personas sí conoce sobre los beneficios que tiene la ejercitación física y mental, mientras que el 48% de los encuestados mencionó que no conoce acerca de los beneficios que tiene este tipo de práctica.

8.1 ¿Cuáles beneficios?

Detalle	#	%
Salud mental	111	33%
Bienestar	62	18%
Estrés	61	18%
Despierta sentidos	35	10%
Prevención enfermedades	30	9%
Reflejos	28	8%
Sentirse bien uno mismo	15	4%
<b>TOTAL</b>	<b>342</b>	<b>100%</b>

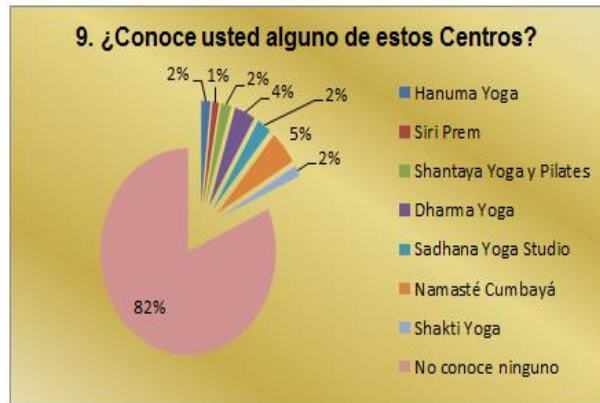


De las personas que mencionaron que sí conocían los beneficios que tiene la ejercitación física y mental, los principales benéficos que mencionaron fueron: con un 33%, la salud mental es el beneficio más conocido por las personas, a este se le junta el de prevención de enfermedades que está ligado

directamente con la salud; le siguen con un 18% el bienestar propio y la liberación del estrés.

9. ¿Conoce usted alguno de estos Centros?

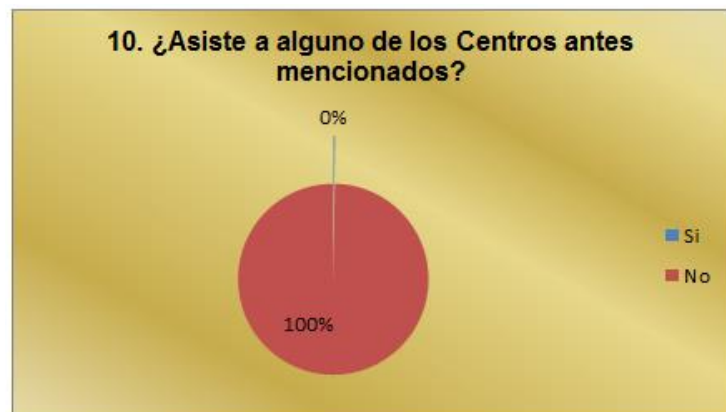
Detalle	#	%
No conoce ninguno	340	82%
Namasté Cumbayá	22	5%
Dharma Yoga	16	4%
Sadhana Yoga Studio	11	2%
Shantaya Yoga y Pilates	8	2%
Hanuma Yoga	7	2%
Shakti Yoga	7	2%
Siri Prem	5	1%
<b>TOTAL</b>	<b>416</b>	<b>100%</b>



El 82% mencionan que no conocen ninguno de los centros propuestos, estos centros están directamente relacionados con Dharana. Esta información ayuda a determinar que no están bien posicionados en el mercado y se podría aprovechar para generar una diferenciación. El centro más conocido por los encuestados es el Namasté Cumbayá con un 5% y Dharma Yoga con un 4%.

10. ¿Asiste a alguno de los Centros antes mencionados?

Detalle	#	%
Si	1	0%
No	398	100%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>



El 100% de las personas no asisten a ninguno de los centros antes mencionados. Algunas personas conocían los centros pero no había acudido a ninguno centro.

11. ¿Acudiría a un Centro integral donde se realice una ejercitación física y mental?

Detalle	#	%
Si	318	80%
No	81	20%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>



El 80% de las personas mencionaron que sí acudirían a un centro integral donde se pueda combinar la ejercitación física y mental, mientras que el 20% dijo que no acudiría. El nivel de aceptación del mercado potencial es alto.

12. De las siguientes actividades que están mencionadas, ¿Cuáles serían las que más le interesan? Seleccione todas las respuestas posibles.

Detalle	#	%
Fusion Fitness	162	26%
Budokan	113	18%
Chi kung	91	15%
Doga	88	14%
Meditación Nataraj	85	14%
Piloga	62	10%
Otra (artes marciales)	15	3%
<b>TOTAL</b>	<b>616</b>	<b>100%</b>



La actividad que tuvo más aceptación por parte de las personas, es la del Fusion Fitness con un 26%, le sigue el Budokan con un 18%. El Chi Kung, el



Doga y la Meditación Nataraj también se encuentran dentro de las más aceptadas con un 15%. El Píloga y la opción de otra (artes marciales), éstas son las menos seleccionadas y aceptadas por el mercado. Cabe mencionar que hay una gran cantidad de respuestas debido a que los encuestados seleccionaron más de una respuesta.

13. ¿Qué aspectos considera usted que son los más importantes que debe tener el Centro?

Detalle	#	%
Entrenadores capacitados	268	24%
Horarios flexibles	226	20%
Baños equipados con duchas	156	14%
Parqueadero	150	14%
Precio	143	13%
Variedad de técnicas	120	11%
Salita de descanso	38	3%
Otra (limpieza, hidratación)	10	1%
<b>TOTAL</b>	<b>1111</b>	<b>100%</b>



Con un 24%, los entrenadores capacitados es el principal aspecto que las personas consideran importante que debería tener el Centro, le sigue con un 20% los horarios flexibles siendo estos importantes también debido a que al poseer diversos horarios beneficia al cliente. En tercer lugar, los baños equipados con duchas y el parqueadero también son un factor importante a considerar. El precio y la variedad de técnicas son aspectos a considerar también a la hora de la implementación del Centro. Cabe mencionar que hay una gran cantidad de respuestas debido a que los encuestados seleccionaron más de una respuesta.

14. ¿Cuál es el horario que más se adapta a usted para acudir al Centro?  
Escoja tres opciones.

Detalle	#	%
De 6h00 a 8h00	154	25%
De 20h00 a 22h00	153	25%
De 18h00 a 20h00	144	24%
De 8h00 a 10h00	65	11%
De 16h00 a 18h00	50	8%
De 10h00 a 12h00	32	5%
De 14h00 a 16h00	9	1%
De 12h00 a 14h00	6	1%
<b>TOTAL</b>	<b>613</b>	<b>100%</b>



Los mejores horarios para la práctica deportiva, con un 25%, es en horario de la mañana de 6h00 a 8h00 y por la noche de 20h00 a 22h00. También con un 24%, el horario de 18h00 a 20h00 es demandado por un alto porcentaje de personas. El horario de 8h00 a 10h00 es un horario que algunas personas también podrían asistir pero en un porcentaje mucho menor. Los horarios del medio día y de la tarde, son horarios no muy aceptados por los clientes y tiene un bajo porcentaje de aceptación.

15. ¿Dónde le gustaría que este localizado?

Detalle	#	%
Quito Norte	226	71%
Cumbayá	38	12%
Nayón	29	9%
Tumbaco	25	8%
<b>TOTAL</b>	<b>318</b>	<b>100%</b>





De la cantidad de personas (318) que si acudiría al Centro, el 71% les gustaría que el Centro esté ubicado en el sector de Quito Norte, un 12% en Cumbayá y con un porcentaje similar del 9 y 8% preferirían que este en Tumbaco o Nayón.

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por los servicios del Centro? Escoja una sola opción.

Detalle	#	%
\$35 a \$45	164	52%
\$46 a \$56	131	41%
\$66 a \$76	15	5%
Otro (\$20, \$140)	8	2%
<b>TOTAL</b>	<b>318</b>	<b>100%</b>



De la cantidad de personas (318) que si acudiría al Centro, el 52% estaría dispuesto a pagar entre \$35 a \$45 dólares, sin embargo, un alto porcentaje también mencionó que estaría dispuesto a pagar entre \$46 a \$56 dólares.

17. ¿Cuál es la mejor forma según usted para recibir información, promociones, noticias sobre el Centro? Seleccione todas las respuestas posibles.

Detalle	#	%
Redes Sociales	265	38%
Correos electrónicos	152	22%
Medios digitales	91	13%
Boca a boca	83	12%
Radio	48	7%
Prensa escrita	47	7%
Otro (volantes, tv)	5	1%
<b>TOTAL</b>	<b>691</b>	<b>100%</b>



Las redes sociales, con un 38%, es la mejor forma de recibir información, promociones y noticias del Centro. La segunda opción aceptada por parte del mercado es la de correos electrónicos personalizados. Con un porcentaje similar, los medios digitales y el boca a boca son factores a considerar también a la hora de notificar todo en relación al Centro.

18. Por favor escriba alguna recomendación y/o sugerencia en relación al Centro.

Detalle	#	%
Profesionalismo / Entrenadores capacitados	75	29%
Horarios de atención 5am, 11pm	60	24%
Ambiente / Limpieza	56	22%
Hidratación / Nutrición	25	10%
Buena comunicación	10	4%
Clases demostrativas	9	3%
Spa	8	3%
Pocos alumnos por clase	5	2%
Actividades con niños	4	2%
Formas de pago	3	1%
<b>TOTAL</b>	<b>255</b>	<b>100%</b>



Entre las diversas sugerencias y/o recomendaciones, el de profesionalismo con entrenadores capacitados que sepan guiar a la hora de realizar las técnicas es el factor más mencionado por parte de los encuestados con un 29%. En segundo lugar, la recomendación de los horarios flexibles también es importante para las personas, mencionan que debería haber horarios a las 5am y a las 11pm. El ambiente y la limpieza del lugar también es importante.

## Edad

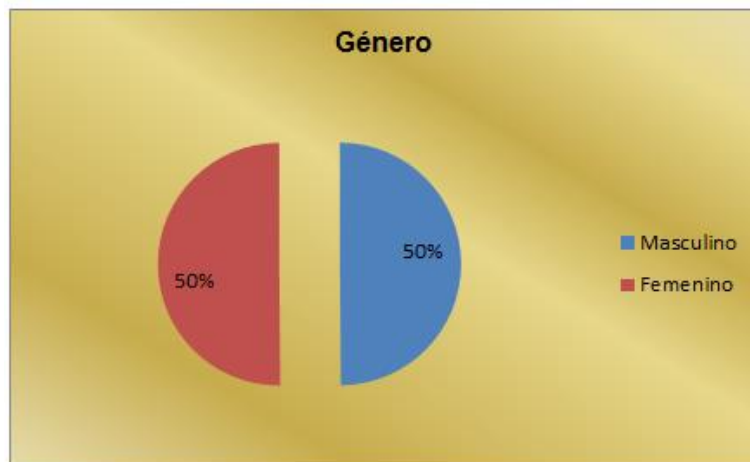
Detalle	#	%
20-25	88	22%
26-30	68	17%
51-55	51	13%
31-35	49	12%
41-45	49	12%
36-40	48	12%
46-50	46	12%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>



El rango de edad fue variado, de 20 a 25 hubo un 22%, de 26 a 30 un 17%, y de ahí los porcentajes de los demás rangos de edad son parecidos con un 12% cada uno. La gente joven es la que más deporte realiza y la que está dispuesta acudir a un centro. Sin embargo, la gente mayor también está dispuesta a acudir debido a los diversos problemas físicos y de salud que se presentan.

## Género

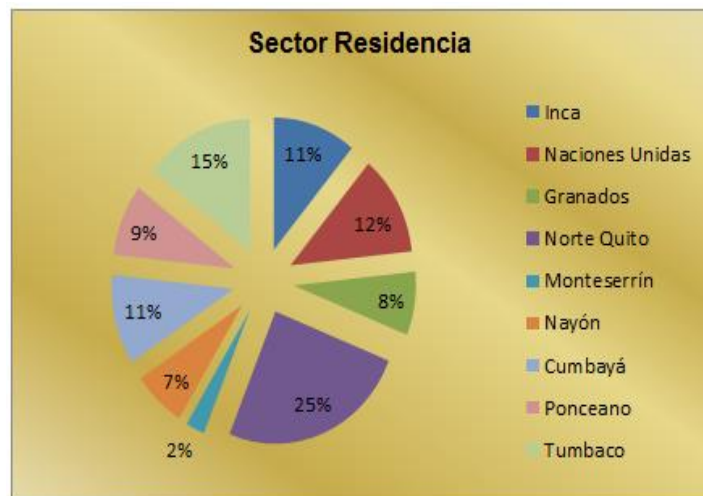
Detalle	#	%
Femenino	200	50%
Masculino	199	50%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>



El género de las personas encuestadas fue de un 50% tanto a hombres como mujeres.

## Sector Residencia

Detalle	#	%
Norte Quito	100	25%
Tumbaco	58	15%
Naciones Unidas	49	12%
Inca	44	11%
Cumbayá	44	11%
Ponciano	35	9%
Granados	31	8%
Nayón	28	7%
Monteserrín	10	2%
<b>TOTAL</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>



La mayoría de personas encuestadas viven en el Norte de Quito, es por eso que el sector de localización del Centro, fue mencionado por las personas que debería ser en el Norte. El sector de los Valles, tiene un alto porcentaje de personas y aceptación a la hora de acudir al Centro.

## ANEXO 7 Diseños de Dharana



Diseño Dharana.





Diseño Dharana.



Diseño Dharana.





Diseño Dharana.



Diseño Dharana.

## Inversión Inicial

MAQUINARIA Y EQUIPO			
ÍTEM	CANT.	\$ UNIT.	TOTAL
Mancuernas 2kg	15	\$ 20.00	\$ 300.00
Mancuernas 3kg	15	\$ 29.00	\$ 435.00
Pisos tatami	80	\$ 45.00	\$ 3,600.00
Bandas 25.4mm	15	\$ 22.00	\$ 330.00
Bandas 29 mm	15	\$ 26.00	\$ 390.00
Balones 2kg	15	\$ 33.00	\$ 495.00
TRX	15	\$ 160.00	\$ 2,400.00
Steps	15	\$ 40.00	\$ 600.00
Body bar 25lbs	15	\$ 25.00	\$ 375.00
Colchonetas	30	\$ 24.00	\$ 720.00
Balones yoga/fitball	15	\$ 25.00	\$ 375.00
Ligas para saltar	15	\$ 17.00	\$ 255.00
Dispensador de agua	3	\$ 41.70	\$ 125.10
Dispensador de gel	5	\$ 8.00	\$ 40.00
Parlantes	2	\$ 96.54	\$ 193.08
Ventiladores	4	\$ 52.90	\$ 211.60
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 10,844.78</b>
<b>IVA</b>			<b>\$ 1,301.37</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 12,146.15</b>
MUEBLES Y ENSERES			
ÍTEM	CANT.	\$ UNIT.	TOTAL
Escritorio	3	\$ 240.00	\$ 720.00
Silla romboy	4	\$ 78.00	\$ 312.00
Sillas visita	8	\$ 39.00	\$ 312.00
Counter roma mixto	1	\$ 320.00	\$ 320.00
Tripersonal	2	\$ 168.00	\$ 336.00
Mesa centro oval	1	\$ 68.00	\$ 68.00
Archivador	2	\$ 350.00	\$ 700.00
Camilla	1	\$ 170.00	\$ 170.00
Lockers	4	\$ 432.00	\$ 1,728.00
Mesa auxiliar	1	\$ 8.00	\$ 8.00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 4,674.00</b>
<b>IVA</b>			<b>\$ 560.88</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 5,234.88</b>



<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>			
<b>ÍTEM</b>	<b>CANT.</b>	<b>\$ UNIT.</b>	<b>TOTAL</b>
Computadora	4	\$ 528.12	\$ 2,112.48
Impresora	1	\$ 139.49	\$ 139.49
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 2,251.97</b>
<b>IVA</b>			<b>\$ 270.24</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 2,522.21</b>
<b>OTROS ACTIVOS</b>			
<b>ÍTEM</b>	<b>CANT.</b>	<b>\$ UNIT.</b>	<b>TOTAL</b>
Teléfono	4	\$ 24.29	\$ 97.16
Tv Plasma	1	\$ 484.96	\$ 484.96
Basurero	4	24.29	\$ 97.16
Balanza digital	2	\$ 15.24	\$ 30.48
Botiquín	1	\$ 67.45	\$ 67.45
Extintor	2	\$ 76.00	\$ 152.00
Detector de humo	4	\$ 15.00	\$ 60.00
Señalización extintor	2	\$ 3.50	\$ 7.00
Señalización salida	3	\$ 7.00	\$ 21.00
Uniformes	6	\$ 50.00	\$ 300.00
Plantas arreglo hierba	10	\$ 21.59	\$ 215.90
Plantas arreglo floral	10	\$ 24.29	\$ 242.90
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 1,776.01</b>
<b>IVA</b>			<b>\$ 213.12</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,989.13</b>
<b>GASTOS CONSTITUCIÓN</b>			
<b>ÍTEM</b>	<b>CANT.</b>	<b>\$ UNIT.</b>	<b>TOTAL</b>
Constitución empresa	1	\$ 400.00	\$ 400.00
Registro marca IEPI	1	\$ 208.00	\$ 208.00
Permiso de funcionamiento	1	\$ 76.32	\$ 76.32
Otros permisos	1	\$ 300.00	\$ 300.00
Notaría	1	\$ 70.80	\$ 70.80
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 1,055.12</b>

<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>			
<b>ÍTEM</b>	<b>CANT.</b>	<b>\$ UNIT.</b>	<b>TOTAL</b>
Arriendo	3	\$ 800.00	\$ 2,400.00
Sueldos y salarios	3	\$ 5,522.77	\$ 16,568.30
Servicios básicos	3	\$ 150.00	\$ 450.00
Seguros	3	\$ 51.76	\$ 155.28
Publicidad y promoción	3	\$ 435.12	\$ 1,305.36
Internet	3	\$ 35.82	\$ 107.46
Uniformes	1	\$ 360.00	\$ 360.00
Cámaras de seguridad	3	\$ 44.76	\$ 134.28
Instalación internet y cámaras	1	\$ 200.00	\$ 200.00
Suministros oficina	1	\$ 94.39	\$ 94.39
CRM	3	\$ 99.00	\$ 297.00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 22,072.07</b>
<b>IVA</b>			<b>\$ 2,232.31</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 24,304.38</b>
<b>GASTOS PUBLICIDAD</b>			
<b>DETALLE</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTO UNITARIO</b>	<b>TOTAL</b>
Revistas	4	\$ 500.00	\$ 2,000.00
Tarjetas de presentación	2500	\$ 0.10	\$ 250.00
Volantes	2500	\$ 0.16	\$ 400.00
Volantes promocionales	500	\$ 0.36	\$ 180.00
Página web	1	\$ 800.00	\$ 800.00
Artículos de Merchandising	-	-	-
Toma todo	833	\$ 1.50	\$ 1,249.50
Mini Toallas	833	\$ 1.50	\$ 1,249.50
Llaveros	834	\$ 1.50	\$ 1,251.00
Kits	50	\$ 4.50	\$ 225.00
Fuerza de ventas	2	\$ 50.00	\$ 100.00
Cursos y/o seminarios	2	\$ 1,000.00	\$ 2,000.00
Conceptualización y diseño del logotipo	1	\$ 250.00	\$ 250.00
<b>SUBTOTAL</b>			<b>\$ 9,955.00</b>
<b>IVA</b>			<b>\$ 1,194.60</b>
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 11,149.60</b>

**ANEXO 9**  
**Ingresos anuales escenario esperado 2016-2020**

	Inicia l	2016											
Mes	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<i>Incremento</i>		0%	23%	2%	1%	2%	1%	8%	2%	2%	2%	2%	0%
<b>Membresías mensuales</b>		100	123	125	127	129	131	141	144	147	150	153	153
<b>Inscripción</b>		100	123	125	127	129	131	141	144	147	150	153	153
<b>Aumento mensual</b>			23	2	1	3	1	10	3	3	3	3	0
<i>Incremento</i>		0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Precio Total</b>	\$ -	\$96.00	\$90.00	\$102.00	\$102.00	\$102.00	\$102.00	\$96.00	\$102.00	\$102.00	\$102.00	\$102.00	\$102.00
<b>Precio membresía</b>	\$ -	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00
<b>Precio inscripción</b>	\$ -	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00
<b>Promoción 10% inscripción</b>	\$ -	\$54.00	\$54.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$54.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Promoción 20% inscripción</b>	\$ -	\$48.00	\$48.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$48.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS</b>		<b>\$9,300.00</b>	<b>\$6,270.00</b>	<b>\$5,269.32</b>	<b>\$5,322.01</b>	<b>\$5,428.45</b>	<b>\$5,482.74</b>	<b>\$6,485.30</b>	<b>\$6,208.97</b>	<b>\$6,333.15</b>	<b>\$6,459.81</b>	<b>\$6,589.00</b>	<b>\$6,409.47</b>



inscripción													
Promoción 10% inscripción	\$60.30	\$60.30	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$60.30	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Promoción 20% inscripción	\$53.60	\$53.60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$53.60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS</b>	<b>\$11,876.36</b>	<b>\$13,113.10</b>	<b>\$12,664.15</b>	<b>\$12,767.84</b>	<b>\$13,414.85</b>	<b>\$13,348.14</b>	<b>\$14,275.97</b>	<b>\$14,255.38</b>	<b>\$14,372.10</b>	<b>\$14,758.59</b>	<b>\$14,879.44</b>	<b>\$14,571.80</b>	

**2019**

Mes	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
Incremento	4%	7%	1%	1%	1%	1%	4%	1%	2%	1%	1%	0%
Membresías mensuales	327	350	354	357	361	363	375	379	385	389	392	392
Inscripción	327	350	354	357	361	363	375	379	385	389	392	392
Aumento mensual	13	23	4	4	4	2	13	4	6	4	4	0

Incremento	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Precio Total	\$111.62	\$104.62	\$118.08	\$118.08	\$118.08	\$118.08	\$111.62	\$118.08	\$118.08	\$118.08	\$118.08	\$118.08
Precio membresía	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62
Precio inscripción	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46
Promoción 10% inscripción	\$63.00	\$63.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$63.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Promoción 20% inscripción	\$56.00	\$56.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$56.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS</b>	<b>\$16,705.43</b>	<b>\$18,309.21</b>	<b>\$17,439.77</b>	<b>\$17,614.16</b>	<b>\$17,790.31</b>	<b>\$17,755.20</b>	<b>\$19,046.48</b>	<b>\$18,690.08</b>	<b>\$19,100.77</b>	<b>\$19,160.14</b>	<b>\$19,351.74</b>	<b>\$19,081.84</b>

2020												
Mes	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
<i>Incremento</i>	3%	5%	0%	1%	1%	1%	3%	1%	1%	1%	1%	0%
<b>Membresías mensuales</b>	404	424	424	429	433	437	448	450	453	455	457	457
<b>Inscripción</b>	404	424	424	429	433	437	448	450	453	455	457	457
<b>Aumento mensual</b>	12	20	0	4	4	4	11	2	2	2	2	0
<i>Incremento</i>	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Precio Total</b>	\$116.75	\$109.45	\$123.98	\$123.98	\$123.98	\$123.98	\$116.75	\$123.98	\$123.98	\$123.98	\$123.98	\$123.98
<b>Precio membresía</b>	\$51.05	\$51.05	\$51.05	\$51.05	\$51.05	\$51.05	\$51.05	\$51.05	\$51.05	\$51.05	\$51.05	\$51.05
<b>Precio inscripción</b>	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93
<b>Promoción 10% inscripción</b>	\$65.70	\$65.70	\$-	\$-	\$-	\$-	\$65.70	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
<b>Promoción 20% inscripción</b>	\$58.40	\$58.40	\$-	\$-	\$-	\$-	\$58.40	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS</b>	<b>\$21,410.56</b>	<b>\$22,849.24</b>	<b>\$21,668.86</b>	<b>\$22,195.10</b>	<b>\$22,417.05</b>	<b>\$22,641.22</b>	<b>\$23,601.87</b>	<b>\$23,161.46</b>	<b>\$23,277.26</b>	<b>\$23,393.65</b>	<b>\$23,510.62</b>	<b>\$23,344.70</b>

**ANEXO 10**  
**Ingresos anuales escenario optimista 2016-2020**

	Inicial	2016											
Mes	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<i>Incremento</i>		0%	23%	2%	1%	2%	1%	8%	2%	2%	2%	2%	0%
<b>Membresías mensuales</b>		110	135	138	139	141	143	154	157	160	163	166	166
<b>Inscripción</b>		110	135	138	139	141	143	154	157	160	163	166	166
<b>Aumento mensual</b>			25	3	1	2	1	11	3	2	3	3	0

<i>Incremento</i>		0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Precio Total</b>	\$ -	\$97.00	\$91.00	\$103.00	\$103.00	\$103.00	\$103.00	\$97.00	\$103.00	\$103.00	\$103.00	\$103.00	\$103.00
<b>Precio membresía</b>	\$ -	\$43.00	\$43.00	\$43.00	\$43.00	\$43.00	\$43.00	\$43.00	\$43.00	\$43.00	\$43.00	\$43.00	\$43.00
<b>Precio inscripción</b>	\$ -	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00
<b>Promoción 10% inscripción</b>	\$ -	\$54.00	\$54.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$54.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Promoción 20% inscripción</b>	\$ -	\$48.00	\$48.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$48.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS</b>		<b>\$9,830.00</b>	<b>\$7,032.30</b>	<b>\$5,934.26</b>	<b>\$5,993.60</b>	<b>\$6,083.50</b>	<b>\$6,144.34</b>	<b>\$7,253.18</b>	<b>\$6,953.79</b>	<b>\$7,011.80</b>	<b>\$7,199.26</b>	<b>\$7,343.25</b>	<b>\$7,147.69</b>

	2017											
Mes	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
<i>Incremento</i>	8%	14%	2%	1%	2%	2%	6%	2%	2%	2%	2%	0%
<b>Membresías mensuales</b>	179	204	207	209	212	216	229	233	237	241	244	244
<b>Inscripción</b>	179	204	207	209	212	216	229	233	237	241	244	244
<b>Aumento mensual</b>	12	25	3	2	3	4	13	3	5	4	4	0
<i>Incremento</i>	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Precio Total</b>	\$101.85	\$95.55	\$108.15	\$108.15	\$108.15	\$108.15	\$101.85	\$108.15	\$108.15	\$108.15	\$108.15	\$108.15
<b>Precio membresía</b>	\$45.15	\$45.15	\$45.15	\$45.15	\$45.15	\$45.15	\$45.15	\$45.15	\$45.15	\$45.15	\$45.15	\$45.15
<b>Precio inscripción</b>	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00
<b>Promoción 10% inscripción</b>	\$56.70	\$56.70	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$56.70	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Promoción 20% inscripción</b>	\$50.40	\$50.40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$50.40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS</b>	<b>\$8,774.82</b>	<b>\$10,458.32</b>	<b>\$9,527.93</b>	<b>\$9,559.04</b>	<b>\$9,767.56</b>	<b>\$10,028.69</b>	<b>\$11,082.84</b>	<b>\$10,719.10</b>	<b>\$11,005.67</b>	<b>\$11,097.48</b>	<b>\$11,263.94</b>	<b>\$11,036.36</b>

2018												
Mes	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
<i>Incremento</i>	5%	10%	2%	2%	2%	2%	4%	2%	2%	2%	2%	0%
<b>Membresías mensuales</b>	257	281	287	291	295	300	312	316	321	328	333	333
<b>Inscripción</b>	257	281	287	291	295	300	312	316	321	328	333	333
<b>Aumento mensual</b>	12	24	6	4	4	4	12	5	5	6	5	0

<i>Incremento</i>	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Precio Total</b>	\$107.71	\$101.01	\$113.56	\$113.56	\$113.56	\$113.56	\$107.71	\$113.56	\$113.56	\$113.56	\$113.56	\$113.56
<b>Precio membresía</b>	\$47.41	\$47.41	\$47.41	\$47.41	\$47.41	\$47.41	\$47.41	\$47.41	\$47.41	\$47.41	\$47.41	\$47.41
<b>Precio inscripción</b>	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15
<b>Promoción 10% inscripción</b>	\$60.30	\$60.30	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$60.30	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Promoción 20% inscripción</b>	\$53.60	\$53.60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$53.60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS</b>	<b>\$12,904.57</b>	<b>\$14,630.42</b>	<b>\$13,961.80</b>	<b>\$14,078.27</b>	<b>\$14,289.45</b>	<b>\$14,503.79</b>	<b>\$15,502.19</b>	<b>\$15,310.20</b>	<b>\$15,539.85</b>	<b>\$15,955.30</b>	<b>\$16,088.41</b>	<b>\$15,763.35</b>

2019												
Mes	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
<i>Incremento</i>	4%	7%	1%	1%	1%	1%	4%	1%	2%	1%	1%	0%
<b>Membresías mensuales</b>	344	368	372	376	379	383	397	401	407	411	415	415
<b>Inscripción</b>	344	368	372	376	379	383	397	401	407	411	415	415
<b>Aumento mensual</b>	12	24	4	4	4	4	13	4	6	4	4	0

<i>Incremento</i>	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Precio Total</b>	\$112.78	\$105.78	\$119.24	\$119.24	\$119.24	\$119.24	\$112.78	\$119.24	\$119.24	\$119.24	\$119.24	\$119.24
<b>Precio membresía</b>	\$49.78	\$49.78	\$49.78	\$49.78	\$49.78	\$49.78	\$49.78	\$49.78	\$49.78	\$49.78	\$49.78	\$49.78
<b>Precio inscripción</b>	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46
<b>Promoción 10% inscripción</b>	\$63.00	\$63.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$63.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Promoción 20% inscripción</b>	\$56.00	\$56.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$56.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS</b>	<b>\$17,864.00</b>	<b>\$19,679.03</b>	<b>\$18,769.05</b>	<b>\$18,956.74</b>	<b>\$19,146.31</b>	<b>\$19,337.77</b>	<b>\$20,586.78</b>	<b>\$20,214.74</b>	<b>\$20,655.69</b>	<b>\$20,723.14</b>	<b>\$20,930.37</b>	<b>\$20,645.15</b>



2020												
Mes	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
<i>Incremento</i>	3%	6%	1%	1%	1%	1%	3%	1%	1%	1%	1%	0%
<b>Membresías mensuales</b>	427	453	455	460	464	469	483	488	493	498	500	500
<b>Inscripción</b>	427	453	455	460	464	469	483	488	493	498	500	500
<b>Aumento mensual</b>	12	26	2	5	5	5	14	5	5	5	2	0
<i>Incremento</i>	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
<b>Precio Total</b>	\$117.97	\$110.67	\$125.20	\$125.20	\$125.20	\$125.20	\$117.97	\$125.20	\$125.20	\$125.20	\$125.20	\$125.20
<b>Precio membresía</b>	\$52.27	\$52.27	\$52.27	\$52.27	\$52.27	\$52.27	\$52.27	\$52.27	\$52.27	\$52.27	\$52.27	\$52.27
<b>Precio inscripción</b>	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93
<b>Promoción 10% inscripción</b>	\$65.70	\$65.70	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$65.70	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Promoción 20% inscripción</b>	\$58.40	\$58.40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$58.40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS</b>	<b>\$23,145.19</b>	<b>\$25,164.26</b>	<b>\$23,950.85</b>	<b>\$24,355.48</b>	<b>\$24,599.04</b>	<b>\$24,845.03</b>	<b>\$26,165.80</b>	<b>\$25,846.28</b>	<b>\$26,104.74</b>	<b>\$26,365.79</b>	<b>\$26,317.98</b>	<b>\$26,136.53</b>

## ANEXO 11 Ingresos anuales escenario pesimista 2016-2020

Mes	Inicial	2016											
	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<i>Incremento</i>		0%	29%	2%	1%	2%	2%	10%	2%	2%	2%	2%	0%
<b>Membresías mensuales</b>		85	110	112	113	115	118	129	132	135	137	140	140
<b>Inscripción</b>		85	110	112	113	115	118	129	132	135	137	140	140
<b>Aumento mensual</b>			25	2	1	2	2	12	3	3	3	3	0
<i>Incremento</i>		0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	\$ -	\$94.00	\$88.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$94.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00	\$100.00
<b>Precio membresía</b>	\$ -	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00	\$40.00
<b>Precio inscripción</b>	\$ -	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00	\$60.00
<b>Promoción 10% inscripción</b>	\$ -	\$54.00	\$54.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$54.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Promoción 20% inscripción</b>	\$ -	\$48.00	\$48.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$48.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS</b>		<b>\$8,500.00</b>	<b>\$5,569.20</b>	<b>\$4,473.72</b>	<b>\$4,518.46</b>	<b>\$4,608.83</b>	<b>\$4,701.00</b>	<b>\$5,805.74</b>	<b>\$5,429.66</b>	<b>\$5,538.25</b>	<b>\$5,649.02</b>	<b>\$5,762.00</b>	<b>\$5,597.37</b>

2017												
Mes	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
<i>Incremento</i>	9%	17%	2%	2%	3%	2%	7%	3%	2%	2%	2%	0%
<b>Membresías mensuales</b>	153	178	181	184	189	192	205	210	214	217	221	221
<b>Inscripción</b>	153	178	181	184	189	192	205	210	214	217	221	221
<b>Aumento mensual</b>	13	25	4	3	5	4	13	5	4	3	3	0

<i>Incremento</i>	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	\$98.70	\$92.40	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$98.70	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00	\$105.00
<b>Precio membresía</b>	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00	\$42.00
<b>Precio inscripción</b>	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00	\$63.00
<b>Promoción 10% inscripción</b>	\$56.70	\$56.70	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$56.70	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Promoción 20% inscripción</b>	\$50.40	\$50.40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$50.40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS</b>	<b>\$7,120.27</b>	<b>\$8,731.63</b>	<b>\$7,836.37</b>	<b>\$7,897.94</b>	<b>\$8,209.58</b>	<b>\$8,315.82</b>	<b>\$9,312.17</b>	<b>\$9,141.01</b>	<b>\$9,259.31</b>	<b>\$9,332.06</b>	<b>\$9,472.04</b>	<b>\$9,266.63</b>

2018												
Mes	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
<i>Incremento</i>	6%	11%	2%	2%	3%	2%	5%	2%	2%	1%	2%	0%
<b>Membresías mensuales</b>	233	258	264	267	276	280	292	298	303	306	310	310
<b>Inscripción</b>	233	258	264	267	276	280	292	298	303	306	310	310
<b>Aumento mensual</b>	12	26	5	4	8	4	13	6	4	3	5	0

<i>Incremento</i>	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	\$104.40	\$97.70	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$104.40	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25	\$110.25
<b>Precio membresía</b>	\$44.10	\$44.10	\$44.10	\$44.10	\$44.10	\$44.10	\$44.10	\$44.10	\$44.10	\$44.10	\$44.10	\$44.10
<b>Precio inscripción</b>	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15	\$66.15
<b>Promoción 10%</b>	\$60.30	\$60.30	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$60.30	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

inscripción												
Promoción 20% inscripción	\$53.60	\$53.60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$53.60	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS</b>	<b>\$10,996.84</b>	<b>\$12,766.67</b>	<b>\$11,963.98</b>	<b>\$12,057.98</b>	<b>\$12,681.22</b>	<b>\$12,606.02</b>	<b>\$13,646.44</b>	<b>\$13,531.98</b>	<b>\$13,638.30</b>	<b>\$13,676.10</b>	<b>\$13,981.31</b>	<b>\$13,678.10</b>
<b>2019</b>												
<b>Mes</b>	<b>37</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>43</b>	<b>44</b>	<b>45</b>	<b>46</b>	<b>47</b>	<b>48</b>
<i>Incremento</i>	4%	8%	1%	1%	1%	1%	4%	1%	2%	1%	1%	0%
<b>Membresías mensuales</b>	323	347	350	354	355	359	372	375	381	385	389	389
<b>Inscripción</b>	323	347	350	354	355	359	372	375	381	385	389	389
<b>Aumento mensual</b>	12	24	3	4	2	4	13	4	6	4	4	0

<i>Incremento</i>	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	\$109.31	\$102.31	\$115.76	\$115.76	\$115.76	\$115.76	\$109.31	\$115.76	\$115.76	\$115.76	\$115.76	\$115.76
<b>Precio membresía</b>	\$46.31	\$46.31	\$46.31	\$46.31	\$46.31	\$46.31	\$46.31	\$46.31	\$46.31	\$46.31	\$46.31	\$46.31
<b>Precio inscripción</b>	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46	\$69.46
<b>Promoción 10% inscripción</b>	\$63.00	\$63.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$63.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Promoción 20% inscripción</b>	\$56.00	\$56.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$56.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS</b>	<b>\$15,718.09</b>	<b>\$17,411.50</b>	<b>\$16,458.14</b>	<b>\$16,622.72</b>	<b>\$16,584.20</b>	<b>\$16,872.89</b>	<b>\$17,999.59</b>	<b>\$17,638.08</b>	<b>\$18,031.71</b>	<b>\$18,081.67</b>	<b>\$18,262.49</b>	<b>\$17,995.24</b>

2020												
Mes	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
<i>Incremento</i>	3%	7%	1%	1%	1%	1%	3%	1%	1%	1%	1%	0%
<b>Membresías mensuales</b>	400	426	428	433	435	439	452	455	457	459	462	462
<b>Inscripción</b>	400	426	428	433	435	439	452	455	457	459	462	462
<b>Aumento mensual</b>	12	26	2	4	2	4	13	2	2	2	2	0
<i>Incremento</i>	5%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
	\$114.32	\$107.02	\$121.55	\$121.55	\$121.55	\$121.55	\$114.32	\$121.55	\$121.55	\$121.55	\$121.55	\$121.55
<b>Precio membresía</b>	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62	\$48.62
<b>Precio inscripción</b>	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93	\$72.93
<b>Promoción 10% inscripción</b>	\$65.70	\$65.70	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$65.70	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Promoción 20% inscripción</b>	\$58.40	\$58.40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$58.40	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>TOTAL INGRESOS VENTAS</b>	<b>\$20,227.82</b>	<b>\$22,246.34</b>	<b>\$20,985.95</b>	<b>\$21,351.26</b>	<b>\$21,301.79</b>	<b>\$21,672.60</b>	<b>\$22,861.82</b>	<b>\$22,271.05</b>	<b>\$22,382.41</b>	<b>\$22,494.32</b>	<b>\$22,606.79</b>	<b>\$22,439.34</b>

**ANEXO 12**  
**Gastos Administrativos 2016-2020**

<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>					
<b>Gerente Deportivo</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldo	\$10,200.00	\$10,710.00	\$11,245.50	\$11,807.78	\$12,398.16
Décimo Tercero	\$850.00	\$892.50	\$937.13	\$983.98	\$1,033.18
Décimo Cuarto	\$354.00	\$371.70	\$390.29	\$409.80	\$430.29
Fondos de Reserva	-	\$892.50	\$937.13	\$983.98	\$1,033.18
Aportes al IESS Patronal	\$1,239.30	\$1,301.27	\$1,366.33	\$1,434.64	\$1,506.38
Aportes al IESS Personal	\$963.90	\$1,012.10	\$1,062.70	\$1,115.83	\$1,171.63
Gastos Sueldos	\$12,643.30	\$14,167.97	\$14,876.36	\$15,620.18	\$16,401.19
Pago Empleado	\$10,440.10	\$10,962.11	\$11,510.21	\$12,085.72	\$12,690.01
Pago IESS	\$2,203.20	\$3,205.86	\$3,366.15	\$3,534.46	\$3,711.18
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>					
<b>Asistente</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldo	\$5,400.00	\$5,670.00	\$5,953.50	\$6,251.18	\$6,563.73
Décimo Tercero	\$450.00	\$472.50	\$474.47	\$476.44	\$546.98
Décimo Cuarto	\$354.00	\$371.70	\$373.25	\$374.80	\$430.29
Fondos de Reserva	-	\$472.50	\$474.47	\$476.44	\$546.98
Aportes al IESS Patronal	\$656.10	\$688.91	\$691.78	\$694.65	\$797.49
Aportes al IESS Personal	\$510.30	\$535.82	\$538.05	\$540.28	\$620.27
Gastos Sueldos	\$6,860.10	\$7,675.61	\$7,707.59	\$7,739.57	\$8,885.47
Pago Empleado	\$5,693.70	\$5,978.39	\$6,003.29	\$6,028.20	\$6,920.73
Pago IESS	\$1,166.40	\$1,697.22	\$1,704.29	\$1,711.36	\$1,964.74
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>					
<b>Entrenador 1</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldo	\$7,200.00	\$7,560.00	\$7,938.00	\$8,334.90	\$8,751.65
Décimo Tercero	\$600.00	\$630.00	\$661.50	\$694.58	\$729.30
Décimo Cuarto	\$354.00	\$371.70	\$390.29	\$409.80	\$430.29
Fondos de Reserva	-	\$630.00	\$661.50	\$694.58	\$729.30
Aportes al IESS Patronal	\$874.80	\$918.54	\$964.47	\$1,012.69	\$1,063.32
Aportes al IESS Personal	\$680.40	\$714.42	\$750.14	\$787.65	\$827.03
Gastos Sueldos	\$9,028.80	\$10,110.24	\$10,615.75	\$11,146.54	\$11,703.87
Pago Empleado	\$7,473.60	\$7,847.28	\$8,239.64	\$8,651.63	\$9,084.21
Pago IESS	\$1,555.20	\$2,262.96	\$2,376.11	\$2,494.91	\$2,619.66
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>					
<b>Entrenador 2</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldo	\$7,200.00	\$7,560.00	\$7,938.00	\$8,334.90	\$8,751.65
Décimo Tercero	\$600.00	\$630.00	\$661.50	\$694.58	\$729.30
Décimo Cuarto	\$354.00	\$371.70	\$390.29	\$409.80	\$430.29
Fondos de Reserva	-	\$630.00	\$661.50	\$694.58	\$729.30
Aportes al IESS Patronal	\$874.80	\$918.54	\$964.47	\$1,012.69	\$1,063.32
Aportes al IESS Personal	\$680.40	\$714.42	\$750.14	\$787.65	\$827.03
Gastos Sueldos	\$9,028.80	\$10,110.24	\$10,615.75	\$11,146.54	\$11,703.87
Pago Empleado	\$7,473.60	\$7,847.28	\$8,239.64	\$8,651.63	\$9,084.21
Pago IESS	\$1,555.20	\$2,262.96	\$2,376.11	\$2,494.91	\$2,619.66
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>					
<b>Entrenador 3</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldo	-	-	\$7,938.00	\$8,334.90	\$8,751.65
Décimo Tercero	-	-	\$661.50	\$694.58	\$729.30

Décimo Cuarto	-	-	\$390.29	\$409.80	\$430.29
Fondos de Reserva	-	-	-	\$694.58	\$729.30
Aportes al IESS Patronal	-	-	\$964.47	\$1,012.69	\$1,063.32
Aportes al IESS Personal	-	-	\$750.14	\$787.65	\$827.03
Gastos Sueldos	-	-	\$9,954.25	\$11,146.54	\$11,703.87
Pago Empleado	-	-	\$8,239.64	\$8,651.63	\$9,084.21
Pago IESS	-	-	\$1,714.61	\$2,494.91	\$2,619.66
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>					
<b>Entrenador 4</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldo	-	-	-	\$8,334.90	\$8,751.65
Décimo Tercero	-	-	-	\$694.58	\$729.30
Décimo Cuarto	-	-	-	\$409.80	\$430.29
Fondos de Reserva	-	-	-	-	\$729.30
Aportes al IESS Patronal	-	-	-	\$1,012.69	\$1,063.32
Aportes al IESS Personal	-	-	-	\$787.65	\$827.03
Gastos Sueldos	-	-	-	\$10,451.96	\$11,703.87
Pago Empleado	-	-	-	\$8,651.63	\$9,084.21
Pago IESS	-	-	-	\$1,800.34	\$2,619.66
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>					
<b>Fisioterapeuta</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldo	\$7,800.00	\$8,190.00	\$8,599.50	\$9,029.48	\$9,480.95
Décimo Tercero	\$650.00	\$682.50	\$716.63	\$752.46	\$790.08
Décimo Cuarto	\$354.00	\$371.70	\$390.29	\$409.80	\$430.29
Fondos de Reserva	\$0.00	\$682.50	\$716.63	\$752.46	\$790.08
Aportes al IESS Patronal	\$947.70	\$995.09	\$1,044.84	\$1,097.08	\$1,151.94
Aportes al IESS Personal	\$737.10	\$773.96	\$812.65	\$853.29	\$895.95
Gastos Sueldos	\$9,751.70	\$10,921.79	\$11,467.87	\$12,041.27	\$12,643.33
Pago Empleado	\$8,066.90	\$8,470.25	\$8,893.76	\$9,338.45	\$9,805.37
Pago IESS	\$1,684.80	\$2,451.54	\$2,574.12	\$2,702.82	\$2,837.96
<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>					
<b>Personal Limpieza</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldo	\$3,000.00	\$3,150.00	\$3,307.50	\$3,472.88	\$3,646.52
Décimo Tercero	\$250.00	\$262.50	\$275.63	\$289.41	\$303.88
Décimo Cuarto	\$354.00	\$371.70	\$390.29	\$409.80	\$430.29
Fondos de Reserva	\$0.00	\$262.50	\$275.63	\$289.41	\$303.88
Aportes al IESS Patronal	\$364.50	\$382.73	\$401.86	\$421.95	\$443.05
Aportes al IESS Personal	\$283.50	\$297.68	\$312.56	\$328.19	\$344.60
Gastos Sueldos	\$3,968.50	\$4,429.43	\$4,650.90	\$4,883.44	\$5,127.61
Pago Empleado	\$3,320.50	\$3,486.53	\$3,660.85	\$3,843.89	\$4,036.09
Pago IESS	\$648.00	\$942.90	\$990.05	\$1,039.55	\$1,091.52

<b>SUELDOS Y SALARIOS</b>					
<b>Contador</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldo	\$2,400.00	\$2,520.00	\$2,646.00	\$2,778.30	\$2,917.22
Décimo Tercero	\$200.00	\$210.00	\$220.50	\$231.53	\$243.10
Décimo Cuarto	\$354.00	\$371.70	\$390.29	\$409.80	\$430.29
Fondos de Reserva	\$0.00	\$210.00	\$220.50	\$231.53	\$243.10
Aportes al IESS Patronal	\$291.60	\$306.18	\$321.49	\$337.56	\$354.44
Aportes al IESS Personal	\$226.80	\$238.14	\$250.05	\$262.55	\$275.68
Gastos Sueldos	\$3,245.60	\$3,617.88	\$3,798.77	\$3,988.71	\$4,188.15
Pago Empleado	\$2,727.20	\$2,863.56	\$3,006.74	\$3,157.07	\$3,314.93
Pago IESS	\$518.40	\$754.32	\$792.04	\$831.64	\$873.22
<b>Asesor Legal</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Sueldo	\$2,124.00	\$2,230.20	\$2,341.71	\$2,458.80	\$2,581.74
Décimo Tercero	\$177.00	\$185.85	\$195.14	\$204.90	\$215.14
Décimo Cuarto	\$354.00	\$371.70	\$390.29	\$409.80	\$430.29
Fondos de Reserva	\$0.00	\$185.85	\$195.14	\$204.90	\$215.14
Aportes al IESS Patronal	\$258.07	\$270.97	\$284.52	\$298.74	\$313.68
Aportes al IESS Personal	\$200.72	\$210.75	\$221.29	\$232.36	\$243.97
Gastos Sueldos	\$2,913.07	\$3,244.57	\$3,406.80	\$3,577.14	\$3,755.99
Pago Empleado	\$2,454.28	\$2,577.00	\$2,705.85	\$2,841.14	\$2,983.20
Pago IESS	\$458.78	\$667.57	\$700.95	\$736.00	\$772.80

\*Variación de 5% anual.

**ANEXO 13**  
**Gastos Generales 2016-2020**

<b>GASTOS GENERALES</b>					
<b>GASTO</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Arriendo	\$9,600.00	\$10,080.00	\$10,584.00	\$11,113.20	\$11,668.86
Servicios Básicos	\$1,440.00	\$1,512.00	\$1,587.60	\$1,666.98	\$1,750.33
Internet	\$429.84	\$451.34	\$473.90	\$497.59	\$522.47
Uniformes	\$360.00	\$378.00	\$396.90	\$416.75	\$437.58
Cámaras de seguridad	\$537.12	\$563.98	\$592.17	\$621.78	\$652.87
Seguros	\$621.12	\$652.18	\$684.78	\$719.02	\$754.98
Publicidad y promoción	\$5,221.44	\$6,688.64	\$7,077.52	\$7,431.40	\$7,802.97
Instalación internet y cámaras	\$224.00	-	-	-	-
Gastos Constitución	\$1,055.12	-	-	-	-
Suministros oficina	\$283.17	\$297.33	\$312.19	\$327.80	\$344.19
Implementos deportivos	\$10,275.00	\$10,788.75	\$12,083.40	\$13,533.41	\$15,157.42
Dispensador de agua	\$734.10	\$680.40	\$714.42	\$750.14	\$787.65
Dispensador de gel	\$317.76	\$302.40	\$317.52	\$333.40	\$350.07
Balanza digital	\$34.14	-	\$35.85	-	\$37.64
Extintor	\$170.24	\$14.78	\$15.52	\$16.29	\$17.11
Rediseño de clases	-	-	\$7,000.00	-	-
Mejora infraestructura Centro	-	-	-	-	\$12,000.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$44,263.05</b>	<b>\$46,017.80</b>	<b>\$56,164.17</b>	<b>\$52,430.58</b>	<b>\$68,037.10</b>

\*Variación de 5% anual.



**ANEXO 14**  
**Gastos Depreciación 2016-2020**

**MAQUINARIA**

<i>Ítem</i>	<i>Cantidad (unidades)</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo Total</i>	<i>Vida Útil (años)</i>	<i>Valor de rescate unitario</i>	<i>Valor de mercado al fin del proyecto</i>	<i>Valor contable a la vida del proyecto</i>	<i>Valor residual después de impuestos (unitario)</i>	<i>Valor residual después de impuestos (total)</i>
Televisión	1	\$543.16	\$543.16	10	\$54.32	\$150.00	\$298.74	\$200.12	\$200.12
Teléfonos	4	\$27.20	\$108.80	10	\$2.72	\$5.00	\$14.96	\$8.36	\$33.43
Parlantes	2	\$108.13	\$216.26	10	\$10.81	\$40.00	\$59.47	\$46.56	\$93.12
Ventiladores	4	\$59.25	\$237.00	10	\$5.93	\$20.00	\$32.59	\$24.24	\$96.97
Detector de humo	4	\$16.80	\$67.20	10	\$1.68	\$2.00	\$9.24	\$4.44	\$17.76

<b>PERIODO</b>	<b>Inicial</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Televisión</b>						
Costo de compra	\$543.16	\$543.16	\$543.16	\$543.16	\$543.16	\$543.16
Gasto de depreciación	-	\$4.07	\$4.07	\$4.07	\$4.07	\$4.07
Depreciación Acum	\$0.00	\$48.88	\$97.77	\$146.65	\$195.54	\$244.42
Valor en libros	\$543.16	\$494.28	\$445.39	\$396.51	\$347.62	\$298.74
<b>PERIODO</b>	<b>Inicial</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Teléfonos</b>						
Costo de compra	\$108.80	\$108.80	\$108.80	\$108.80	\$108.80	\$108.80
Gasto de depreciación	-	\$0.82	\$0.82	\$0.82	\$0.82	\$0.82
Depreciación Acum	\$0.00	\$9.79	\$19.58	\$29.38	\$39.17	\$48.96
Valor en libros	\$108.80	\$99.01	\$89.22	\$79.42	\$69.63	\$59.84

PERIODO	Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Parlantes</b>						
Costo de compra	\$216.26	\$216.26	\$216.26	\$216.26	\$216.26	\$216.26
Gasto de depreciación	-	\$1.62	\$1.62	\$1.62	\$1.62	\$1.62
Depreciación Acum	\$0.00	\$19.46	\$38.93	\$58.39	\$77.85	\$97.32
Valor en libros	\$216.26	\$196.80	\$177.33	\$157.87	\$138.41	\$118.94

PERIODO	Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Ventiladores</b>						
Costo de compra	\$237.00	\$237.00	\$237.00	\$237.00	\$237.00	\$237.00
Gasto de depreciación	-	\$1.78	\$1.78	\$1.78	\$1.78	\$1.78
Depreciación Acum	\$0.00	\$21.33	\$42.66	\$63.99	\$85.32	\$106.65
Valor en libros	\$237.00	\$215.67	\$194.34	\$173.01	\$151.68	\$130.35

PERIODO	Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Detector de humo</b>						
Costo de compra	\$67.20	\$67.20	\$67.20	\$67.20	\$67.20	\$67.20
Gasto de depreciación	-	\$0.50	\$0.50	\$0.50	\$0.50	\$0.50
Depreciación Acum	\$0.00	\$6.05	\$12.10	\$18.14	\$24.19	\$30.24
Valor en libros	\$67.20	\$61.15	\$55.10	\$49.06	\$43.01	\$36.96

**EQUIPO DE  
COMPUTACIÓN**

<i>Equipo</i>	<i>Cantidad (unidades)</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo Total</i>	<i>Vida Útil (años)</i>	<i>Valor de rescate unitario</i>	<i>Valor de mercado unitario</i>	<i>Valor contable a la vida del proyecto</i>	<i>Valor residual después de impuestos (unitario)</i>	<i>Valor residual después de impuestos (total)</i>
Computadoras	4	\$591.49	\$2,365.98	3	\$195.19	\$250.00	\$195.19	\$231.53	\$926.12
Impresora	1	\$156.23	\$156.23	3	\$51.56	\$70.00	\$51.56	\$63.78	\$63.78

PERIODO	Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Computadoras</b>						
Costo de compra	\$2,365.98	\$2,365.98	\$2,365.98	\$2,365.98	\$2,365.98	\$2,365.98
Gasto de depreciación	-	\$44.03	\$44.03	\$44.03	-	-
Depreciación Acum	\$0.00	\$528.40	\$1,056.80	\$1,585.20	-	-
Valor en libros	\$2,365.98	\$1,837.58	\$1,309.17	\$780.77	-	-

PERIODO	Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Impresora</b>						
Costo de compra	\$156.23	\$156.23	\$156.23	\$156.23	\$156.23	\$156.23
Gasto de depreciación	-	\$2.91	\$2.91	\$2.91	-	-
Depreciación Acum	\$0.00	\$34.89	\$69.78	\$104.67	-	-
Valor en libros	\$156.23	\$121.34	\$86.45	\$51.56	-	-

**REINVERSIONES**

PERIODO	Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Computadoras</b>						
Costo de compra	-	-	-	-	\$2,365.98	\$2,365.98
Gasto de depreciación	-	-	-	-	\$44.03	\$44.03
Depreciación Acum	-	-	-	-	\$484.37	\$1,012.77
Valor en libros	-	-	-	-	\$1,881.61	\$1,353.21

PERIODO	Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Impresora</b>						
Costo de compra	-	-	-	-	\$156.23	\$156.23
Gasto de depreciación	-	-	-	-	\$2.91	\$2.91
Depreciación Acum	-	-	-	-	\$31.98	\$66.88
Valor en libros	-	-	-	-	\$124.25	\$89.35

**MUEBLES Y  
ENSERES**

<i>Equipo</i>	<i>Cantidad (unidades)</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo Total</i>	<i>Vida Útil (años)</i>	<i>Valor de rescate unitario</i>	<i>Valor de mercado unitario</i>	<b>Valor contable a la vida del proyecto</b>	<b>Valor residual después de impuestos (unitario)</b>	<b>Valor residual después de impuestos (total)</b>
Escritorio	3	\$268.80	\$806.40	10	\$26.88	\$100.00	\$26.88	\$75.36	\$226.08
Silla romboy	4	\$87.36	\$349.44	10	\$8.74	\$15.00	\$8.74	\$12.89	\$51.56
Sillas visita	8	\$43.68	\$349.44	10	\$4.37	\$15.00	\$4.37	\$11.42	\$91.34
Counter roma mixto	1	\$358.40	\$358.40	10	\$35.84	\$120.00	\$35.84	\$91.64	\$91.64
Tripersonal	2	\$188.16	\$376.32	10	\$18.82	\$70.00	\$18.82	\$52.75	\$105.50
Mesa centro oval	1	\$76.16	\$76.16	10	\$7.62	\$20.00	\$7.62	\$15.83	\$15.83
Archivador	2	\$392.00	\$784.00	10	\$39.20	\$150.00	\$39.20	\$112.66	\$225.32
Camilla	2	\$190.40	\$380.80	10	\$19.04	\$70.00	\$19.04	\$52.83	\$105.65
Lockers	4	\$483.84	\$1,935.36	10	\$48.38	\$180.00	\$48.38	\$135.65	\$542.58
Mesa auxiliar	1	\$8.96	\$8.96	10	\$0.90	\$2.00	\$0.90	\$1.63	\$1.63

<b>PERIODO</b>	<b>Inicial</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Escritorio</b>						
Costo de compra	\$806.40	\$806.40	\$806.40	\$806.40	\$806.40	\$806.40
Gasto de depreciación	-	\$6.05	\$6.05	\$6.05	\$6.05	\$6.05
Depreciación Acum	\$0.00	\$72.58	\$145.15	\$217.73	\$290.30	\$362.88
Valor en libros	\$806.40	\$733.82	\$661.25	\$588.67	\$516.10	\$443.52
<b>PERIODO</b>	<b>Inicial</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>



Gasto de depreciación		\$0.57	\$0.57	\$0.57	\$0.57	\$0.57
Depreciación Acum	\$0.00	\$6.85	\$13.71	\$20.56	\$27.42	\$34.27
Valor en libros	\$76.16	\$69.31	\$62.45	\$55.60	\$48.74	\$41.89

PERIODO	Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Archivador</b>						
Costo de compra	\$784.00	\$784.00	\$784.00	\$784.00	\$784.00	\$784.00
Gasto de depreciación		\$5.88	\$5.88	\$5.88	\$5.88	\$5.88
Depreciación Acum	\$0.00	\$70.56	\$141.12	\$211.68	\$282.24	\$352.80
Valor en libros	\$784.00	\$713.44	\$642.88	\$572.32	\$501.76	\$431.20

PERIODO	Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Camilla</b>						
Costo de compra	\$380.80	\$380.80	\$380.80	\$380.80	\$380.80	\$380.80
Gasto de depreciación		\$2.86	\$2.86	\$2.86	\$2.86	\$2.86
Depreciación Acum	\$0.00	\$34.27	\$68.54	\$102.82	\$137.09	\$171.36
Valor en libros	\$380.80	\$346.53	\$312.26	\$277.98	\$243.71	\$209.44

PERIODO	Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Lockers</b>						
Costo de compra	\$1,935.36	\$1,935.36	\$1,935.36	\$1,935.36	\$1,935.36	\$1,935.36
Gasto de depreciación		\$14.52	\$14.52	\$14.52	\$14.52	\$14.52
Depreciación Acum	\$0.00	\$174.18	\$348.36	\$522.55	\$696.73	\$870.91
Valor en libros	\$1,935.36	\$1,761.18	\$1,587.00	\$1,412.81	\$1,238.63	\$1,064.45

PERIODO	Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Mesa auxiliar</b>						
Costo de compra	\$8.96	\$8.96	\$8.96	\$8.96	\$8.96	\$8.96
Gasto de depreciación	-	\$0.07	\$0.07	\$0.07	\$0.07	\$0.07
Depreciación Acum	\$0.00	\$0.81	\$1.61	\$2.42	\$3.23	\$4.03
Valor en libros	\$8.96	\$8.15	\$7.35	\$6.54	\$5.73	\$4.93

### **REINVERSIONES**

PERIODO	Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Lockers</b>						
Costo de compra	-	-	-	\$1,935.36	\$1,935.36	\$1,935.36
Gasto de depreciación	-	-	-	\$14.52	\$14.52	\$14.52
Depreciación Acum	-	-	-	\$522.55	\$696.73	\$870.91
Valor en libros	-	-	-	\$1,412.81	\$1,238.63	\$1,064.45

PERIODO	Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Camilla</b>						
Costo de compra	-	-	-	\$380.80	\$380.80	\$380.80
Gasto de depreciación	-	-	-	\$2.86	\$2.86	\$2.86
Depreciación Acum	-	-	-	\$102.82	\$137.09	\$171.36
Valor en libros	-	-	-	\$277.98	\$243.71	\$209.44



**ANEXO 15**  
**Gastos Amortización 2016-2020**

**SOFTWARE (LICENCIAS)**

<i>Ítem</i>	<i>Cantidad (unidades)</i>	<i>Costo Unitario</i>	<i>Costo Total</i>	<i>Vida Útil (años)</i>
Programa CRM	12	\$110.88	\$1,330.56	5

<b>PERIODO</b>	<b>Inicial</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>SOFTWARE (LICENCIAS)</b>						
Costo de compra	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56
Gasto de amortización		\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
Amortización Acum	\$0.00	\$266.11	\$532.22	\$798.34	\$1,064.45	\$1,330.56
Valor en libros	\$1,330.56	\$1,064.45	\$798.34	\$532.22	\$266.11	\$0.00

**ANEXO 16**  
**Estado de Resultado Inversionista Esperado 2016-2020 Mensual**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2016</b>												
<b>ESCENARIO INVERSIONISTA ESPERADO</b>												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ventas	\$9,300.00	\$6,270.00	\$5,269.32	\$5,322.01	\$5,428.45	\$5,482.74	\$6,485.30	\$6,208.97	\$6,333.15	\$6,459.81	\$6,589.00	\$6,409.47
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>9,300.00</b>	<b>6,270.00</b>	<b>5,269.32</b>	<b>5,322.01</b>	<b>5,428.45</b>	<b>5,482.74</b>	<b>6,485.30</b>	<b>6,208.97</b>	<b>6,333.15</b>	<b>6,459.81</b>	<b>6,589.00</b>	<b>6,409.47</b>
Gastos sueldos	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66
Gastos generales	\$5,555.46	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,596.10	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,596.10	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71
Gastos de depreciación	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(1,160.72)</b>	<b>(2,136.97)</b>	<b>(3,137.65)</b>	<b>(3,084.95)</b>	<b>(3,072.90)</b>	<b>(2,924.23)</b>	<b>(1,921.67)</b>	<b>(2,198.00)</b>	<b>(2,168.21)</b>	<b>(1,947.16)</b>	<b>(1,817.96)</b>	<b>(1,997.50)</b>
Gastos de intereses	\$131.10	\$129.48	\$127.83	\$126.18	\$124.50	\$122.81	\$121.10	\$119.38	\$117.64	\$115.89	\$114.11	\$112.32
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(1,291.82)</b>	<b>(2,266.44)</b>	<b>(3,265.48)</b>	<b>(3,211.13)</b>	<b>(3,197.40)</b>	<b>(3,047.04)</b>	<b>(2,042.77)</b>	<b>(2,317.38)</b>	<b>(2,285.85)</b>	<b>(2,063.04)</b>	<b>(1,932.08)</b>	<b>(2,109.82)</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(1,291.82)</b>	<b>(2,266.44)</b>	<b>(3,265.48)</b>	<b>(3,211.13)</b>	<b>(3,197.40)</b>	<b>(3,047.04)</b>	<b>(2,042.77)</b>	<b>(2,317.38)</b>	<b>(2,285.85)</b>	<b>(2,063.04)</b>	<b>(1,932.08)</b>	<b>(2,109.82)</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(1,291.82)</b>	<b>(2,266.44)</b>	<b>(3,265.48)</b>	<b>(3,211.13)</b>	<b>(3,197.40)</b>	<b>(3,047.04)</b>	<b>(2,042.77)</b>	<b>(2,317.38)</b>	<b>(2,285.85)</b>	<b>(2,063.04)</b>	<b>(1,932.08)</b>	<b>(2,109.82)</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	-12.48%	-34.08%	-59.55%	-57.97%	-56.61%	-53.34%	-29.63%	-35.40%	-34.24%	-30.14%	-27.59%	-31.16%
MARGEN NETO	-13.89%	-36.15%	-61.97%	-60.34%	-58.90%	-55.58%	-31.50%	-37.32%	-36.09%	-31.94%	-29.32%	-32.92%

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2017**

**ESCENARIO INVERSIONISTA ESPERADO**

	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Ventas	\$7,960.56	\$9,448.84	\$8,688.36	\$8,759.50	\$9,099.23	\$9,219.94	\$9,993.71	\$9,988.90	\$10,121.42	\$10,204.29	\$10,357.35	\$10,143.21
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>7,960.56</b>	<b>9,448.84</b>	<b>8,688.36</b>	<b>8,759.50</b>	<b>9,099.23</b>	<b>9,219.94</b>	<b>9,993.71</b>	<b>9,988.90</b>	<b>10,121.42</b>	<b>10,204.29</b>	<b>10,357.35</b>	<b>10,143.21</b>
Gastos sueldos	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48
Gastos generales	\$4,269.20	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,876.42	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,876.42	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31
Gastos de depreciación	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(1,783.71)</b>	<b>\$196.45</b>	<b>(564.02)</b>	<b>(492.88)</b>	<b>(252.26)</b>	<b>-\$32.45</b>	<b>\$741.33</b>	<b>\$736.52</b>	<b>\$769.92</b>	<b>\$951.91</b>	<b>\$1,104.97</b>	<b>\$890.83</b>
Gastos de intereses	\$110.52	\$108.69	\$106.85	\$104.99	\$103.12	\$101.22	\$99.31	\$97.38	\$95.43	\$93.46	\$91.47	\$89.46
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(1,894.23)</b>	<b>\$87.76</b>	<b>(670.87)</b>	<b>(597.87)</b>	<b>(355.38)</b>	<b>(133.67)</b>	<b>\$642.02</b>	<b>\$639.15</b>	<b>\$674.50</b>	<b>\$858.45</b>	<b>\$1,013.50</b>	<b>\$801.37</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	(284.13)	\$13.16	(100.63)	(89.68)	(53.31)	(20.05)	\$96.30	\$95.87	\$101.17	\$128.77	\$152.03	\$120.21
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(1,610.10)</b>	<b>\$74.60</b>	<b>(570.24)</b>	<b>(508.19)</b>	<b>(302.07)</b>	<b>(113.62)</b>	<b>\$545.72</b>	<b>\$543.27</b>	<b>\$573.32</b>	<b>\$729.68</b>	<b>\$861.48</b>	<b>\$681.16</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	(354.22)	16.41	(125.45)	(111.80)	(66.46)	(25.00)	120.06	119.52	126.13	160.53	189.53	149.86
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(1,255.87)</b>	<b>\$58.19</b>	<b>(444.79)</b>	<b>(396.39)</b>	<b>(235.62)</b>	<b>(88.62)</b>	<b>\$425.66</b>	<b>\$423.75</b>	<b>\$447.19</b>	<b>\$569.15</b>	<b>\$671.95</b>	<b>\$531.31</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	-22.41%	2.08%	-6.49%	-5.63%	-2.77%	-0.35%	7.42%	7.37%	7.61%	9.33%	10.67%	8.78%
MARGEN NETO	-15.78%	0.62%	-5.12%	-4.53%	-2.59%	-0.96%	4.26%	4.24%	4.42%	5.58%	6.49%	5.24%

## ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2018

### ESCENARIO INVERSIONISTA ESPERADO

	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Ventas	\$11,876.36	\$13,113.10	\$12,664.15	\$12,767.84	\$13,414.85	\$13,348.14	\$14,275.97	\$14,255.38	\$14,372.10	\$14,758.59	\$14,879.44	\$14,571.80
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>11,876.36</b>	<b>13,113.10</b>	<b>12,664.15</b>	<b>12,767.84</b>	<b>13,414.85</b>	<b>13,348.14</b>	<b>14,275.97</b>	<b>14,255.38</b>	<b>14,372.10</b>	<b>14,758.59</b>	<b>14,879.44</b>	<b>14,571.80</b>
Gastos sueldos	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82
Gastos generales	\$5,169.31	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,721.04	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,721.04	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98
Gastos de depreciación	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$117.26</b>	<b>\$1,906.33</b>	<b>\$1,457.38</b>	<b>\$1,561.07</b>	<b>\$2,104.02</b>	<b>\$2,141.37</b>	<b>\$3,069.20</b>	<b>\$3,048.61</b>	<b>\$3,061.27</b>	<b>\$3,551.82</b>	<b>\$3,672.67</b>	<b>\$3,365.03</b>
Gastos de intereses	\$87.44	\$85.39	\$83.33	\$81.24	\$79.14	\$77.01	\$74.87	\$72.70	\$70.51	\$68.31	\$66.08	\$63.83
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$29.82</b>	<b>\$1,820.94</b>	<b>\$1,374.05</b>	<b>\$1,479.83</b>	<b>\$2,024.89</b>	<b>\$2,064.36</b>	<b>\$2,994.33</b>	<b>\$2,975.91</b>	<b>\$2,990.75</b>	<b>\$3,483.52</b>	<b>\$3,606.59</b>	<b>\$3,301.20</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$4.47	\$273.14	\$206.11	\$221.97	\$303.73	\$309.65	\$449.15	\$446.39	\$448.61	\$522.53	\$540.99	\$495.18
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$25.35</b>	<b>\$1,547.80</b>	<b>\$1,167.94</b>	<b>\$1,257.86</b>	<b>\$1,721.15</b>	<b>\$1,754.70</b>	<b>\$2,545.18</b>	<b>\$2,529.52</b>	<b>\$2,542.14</b>	<b>\$2,960.99</b>	<b>\$3,065.60</b>	<b>\$2,806.02</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$5.58	\$340.52	\$256.95	\$276.73	\$378.65	\$386.04	\$559.94	\$556.49	\$559.27	\$651.42	\$674.43	\$617.32
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$19.77</b>	<b>\$1,207.28</b>	<b>\$911.00</b>	<b>\$981.13</b>	<b>\$1,342.50</b>	<b>\$1,368.67</b>	<b>\$1,985.24</b>	<b>\$1,973.03</b>	<b>\$1,982.87</b>	<b>\$2,309.57</b>	<b>\$2,391.17</b>	<b>\$2,188.70</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	0.99%	14.54%	11.51%	12.23%	15.68%	16.04%	21.50%	21.39%	21.30%	24.07%	24.68%	23.09%
MARGEN NETO	0.17%	9.21%	7.19%	7.68%	10.01%	10.25%	13.91%	13.84%	13.80%	15.65%	16.07%	15.02%

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2019**

**ESCENARIO INVERSIONISTA ESPERADO**

	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
Ventas	\$16,705.43	\$18,309.21	\$17,439.77	\$17,614.16	\$17,790.31	\$17,755.20	\$19,046.48	\$18,690.08	\$19,100.77	\$19,160.14	\$19,351.74	\$19,081.84
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>16,705.43</b>	<b>18,309.21</b>	<b>17,439.77</b>	<b>17,614.16</b>	<b>17,790.31</b>	<b>17,755.20</b>	<b>19,046.48</b>	<b>18,690.08</b>	<b>19,100.77</b>	<b>19,160.14</b>	<b>19,351.74</b>	<b>19,081.84</b>
Gastos sueldos	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39
Gastos generales	\$4,848.12	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,415.08	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,415.08	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81
Gastos de depreciación	\$66.85	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$4,062.89</b>	<b>\$6,162.03</b>	<b>\$5,292.59</b>	<b>\$5,466.99</b>	<b>\$5,533.86</b>	<b>\$5,608.02</b>	<b>\$6,899.31</b>	<b>\$6,542.91</b>	<b>\$6,844.33</b>	<b>\$7,012.96</b>	<b>\$7,204.56</b>	<b>\$6,934.67</b>
Gastos de intereses	\$61.56	\$59.26	\$56.95	\$54.61	\$52.25	\$49.87	\$47.46	\$45.03	\$42.58	\$40.11	\$37.61	\$35.08
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$4,001.33</b>	<b>\$6,102.77</b>	<b>\$5,235.65</b>	<b>\$5,412.38</b>	<b>\$5,481.61</b>	<b>\$5,558.16</b>	<b>\$6,851.85</b>	<b>\$6,497.87</b>	<b>\$6,801.74</b>	<b>\$6,972.86</b>	<b>\$7,166.96</b>	<b>\$6,899.58</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$600.20	\$915.42	\$785.35	\$811.86	\$822.24	\$833.72	\$1,027.78	\$974.68	\$1,020.26	\$1,045.93	\$1,075.04	\$1,034.94
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$3,401.13</b>	<b>\$5,187.35</b>	<b>\$4,450.30</b>	<b>\$4,600.52</b>	<b>\$4,659.37</b>	<b>\$4,724.43</b>	<b>\$5,824.07</b>	<b>\$5,523.19</b>	<b>\$5,781.48</b>	<b>\$5,926.93</b>	<b>\$6,091.91</b>	<b>\$5,864.64</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$748.25	\$1,141.22	\$979.07	\$1,012.12	\$1,025.06	\$1,039.38	\$1,281.30	\$1,215.10	\$1,271.93	\$1,303.92	\$1,340.22	\$1,290.22
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$2,652.88</b>	<b>\$4,046.14</b>	<b>\$3,471.23</b>	<b>\$3,588.41</b>	<b>\$3,634.31</b>	<b>\$3,685.06</b>	<b>\$4,542.78</b>	<b>\$4,308.09</b>	<b>\$4,509.56</b>	<b>\$4,623.00</b>	<b>\$4,751.69</b>	<b>\$4,574.42</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	24.32%	33.66%	30.35%	31.04%	31.11%	31.59%	36.22%	35.01%	35.83%	36.60%	37.23%	36.34%
MARGEN NETO	15.88%	22.10%	19.90%	20.37%	20.43%	20.75%	23.85%	23.05%	23.61%	24.13%	24.55%	23.97%

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2020</b>												
<b>ESCENARIO INVERSIONISTA ESPERADO</b>												
	<b>49</b>	<b>50</b>	<b>51</b>	<b>52</b>	<b>53</b>	<b>54</b>	<b>55</b>	<b>56</b>	<b>57</b>	<b>58</b>	<b>59</b>	<b>60</b>
Ventas	\$21,410.56	\$22,849.24	\$21,668.86	\$22,195.10	\$22,417.05	\$22,641.22	\$23,601.87	\$23,161.46	\$23,277.26	\$23,393.65	\$23,510.62	\$23,344.70
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>21,410.56</b>	<b>22,849.24</b>	<b>21,668.86</b>	<b>22,195.10</b>	<b>22,417.05</b>	<b>22,641.22</b>	<b>23,601.87</b>	<b>23,161.46</b>	<b>23,277.26</b>	<b>23,393.65</b>	<b>23,510.62</b>	<b>23,344.70</b>
Gastos sueldos	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43
Gastos generales	\$6,207.11	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,714.78	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,714.78	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05
Gastos de depreciación	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$6,916.04</b>	<b>\$8,961.79</b>	<b>\$7,781.41</b>	<b>\$8,307.65</b>	<b>\$8,414.87</b>	<b>\$8,753.77</b>	<b>\$9,714.42</b>	<b>\$9,274.00</b>	<b>\$9,275.08</b>	<b>\$9,506.20</b>	<b>\$9,623.16</b>	<b>\$9,457.25</b>
Gastos de intereses	\$32.54	\$29.97	\$27.37	\$24.75	\$22.10	\$19.43	\$16.73	\$14.01	\$11.26	\$8.49	\$5.68	\$2.86
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$6,883.51</b>	<b>\$8,931.82</b>	<b>\$7,754.04</b>	<b>\$8,282.90</b>	<b>\$8,392.77</b>	<b>\$8,734.34</b>	<b>\$9,697.68</b>	<b>\$9,259.99</b>	<b>\$9,263.82</b>	<b>\$9,497.71</b>	<b>\$9,617.48</b>	<b>\$9,454.39</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$1,032.53	\$1,339.77	\$1,163.11	\$1,242.44	\$1,258.91	\$1,310.15	\$1,454.65	\$1,389.00	\$1,389.57	\$1,424.66	\$1,442.62	\$1,418.16
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$5,850.98</b>	<b>\$7,592.05</b>	<b>\$6,590.93</b>	<b>\$7,040.47</b>	<b>\$7,133.85</b>	<b>\$7,424.19</b>	<b>\$8,243.03</b>	<b>\$7,870.99</b>	<b>\$7,874.24</b>	<b>\$8,073.05</b>	<b>\$8,174.86</b>	<b>\$8,036.23</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$1,287.22	\$1,670.25	\$1,450.00	\$1,548.90	\$1,569.45	\$1,633.32	\$1,813.47	\$1,731.62	\$1,732.33	\$1,776.07	\$1,798.47	\$1,767.97
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$4,563.77</b>	<b>\$5,921.80</b>	<b>\$5,140.93</b>	<b>\$5,491.56</b>	<b>\$5,564.40</b>	<b>\$5,790.87</b>	<b>\$6,429.56</b>	<b>\$6,139.37</b>	<b>\$6,141.91</b>	<b>\$6,296.98</b>	<b>\$6,376.39</b>	<b>\$6,268.26</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	32.30%	39.22%	35.91%	37.43%	37.54%	38.66%	41.16%	40.04%	39.85%	40.64%	40.93%	40.51%
MARGEN NETO	21.32%	25.92%	23.72%	24.74%	24.82%	25.58%	27.24%	26.51%	26.39%	26.92%	27.12%	26.85%

**ANEXO 17**  
**Estado de Resultado Propio Esperado 2016-2020 Mensual**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2016</b>												
<b>ESCENARIO PROPIO ESPERADO</b>												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ventas	\$9,300.00	\$6,270.00	\$5,269.32	\$5,322.01	\$5,428.45	\$5,482.74	\$6,485.30	\$6,208.97	\$6,333.15	\$6,459.81	\$6,589.00	\$6,409.47
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>9,300.00</b>	<b>6,270.00</b>	<b>5,269.32</b>	<b>5,322.01</b>	<b>5,428.45</b>	<b>5,482.74</b>	<b>6,485.30</b>	<b>6,208.97</b>	<b>6,333.15</b>	<b>6,459.81</b>	<b>6,589.00</b>	<b>6,409.47</b>
Gastos sueldos	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66
Gastos generales	\$5,555.46	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,596.10	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,596.10	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71
Gastos de depreciación	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(1,160.72)</b>	<b>(2,136.97)</b>	<b>(3,137.65)</b>	<b>(3,084.95)</b>	<b>(3,072.90)</b>	<b>(2,924.23)</b>	<b>(1,921.67)</b>	<b>(2,198.00)</b>	<b>(2,168.21)</b>	<b>(1,947.16)</b>	<b>(1,817.96)</b>	<b>(1,997.50)</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(1,160.72)</b>	<b>(2,136.97)</b>	<b>(3,137.65)</b>	<b>(3,084.95)</b>	<b>(3,072.90)</b>	<b>(2,924.23)</b>	<b>(1,921.67)</b>	<b>(2,198.00)</b>	<b>(2,168.21)</b>	<b>(1,947.16)</b>	<b>(1,817.96)</b>	<b>(1,997.50)</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(1,160.72)</b>	<b>(2,136.97)</b>	<b>(3,137.65)</b>	<b>(3,084.95)</b>	<b>(3,072.90)</b>	<b>(2,924.23)</b>	<b>(1,921.67)</b>	<b>(2,198.00)</b>	<b>(2,168.21)</b>	<b>(1,947.16)</b>	<b>(1,817.96)</b>	<b>(1,997.50)</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(1,160.72)</b>	<b>(2,136.97)</b>	<b>(3,137.65)</b>	<b>(3,084.95)</b>	<b>(3,072.90)</b>	<b>(2,924.23)</b>	<b>(1,921.67)</b>	<b>(2,198.00)</b>	<b>(2,168.21)</b>	<b>(1,947.16)</b>	<b>(1,817.96)</b>	<b>(1,997.50)</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	-12.48%	-34.08%	-59.55%	-57.97%	-56.61%	-53.34%	-29.63%	-35.40%	-34.24%	-30.14%	-27.59%	-31.16%
MARGEN NETO	-12.48%	-34.08%	-59.55%	-57.97%	-56.61%	-53.34%	-29.63%	-35.40%	-34.24%	-30.14%	-27.59%	-31.16%

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2017</b>												
<b>ESCENARIO PROPIO ESPERADO</b>												
	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Ventas	\$7,960.56	\$9,448.84	\$8,688.36	\$8,759.50	\$9,099.23	\$9,219.94	\$9,993.71	\$9,988.90	\$10,121.42	\$10,204.29	\$10,357.35	\$10,143.21
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>7,960.56</b>	<b>9,448.84</b>	<b>8,688.36</b>	<b>8,759.50</b>	<b>9,099.23</b>	<b>9,219.94</b>	<b>9,993.71</b>	<b>9,988.90</b>	<b>10,121.42</b>	<b>10,204.29</b>	<b>10,357.35</b>	<b>10,143.21</b>
Gastos sueldos	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48
Gastos generales	\$4,269.20	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,876.42	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,876.42	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31
Gastos de depreciación	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(1,783.71)</b>	<b>\$196.45</b>	<b>(564.02)</b>	<b>(492.88)</b>	<b>(252.26)</b>	<b>-\$32.45</b>	<b>\$741.33</b>	<b>\$736.52</b>	<b>\$769.92</b>	<b>\$951.91</b>	<b>\$1,104.97</b>	<b>\$890.83</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(1,783.71)</b>	<b>\$196.45</b>	<b>(564.02)</b>	<b>(492.88)</b>	<b>(252.26)</b>	<b>(32.45)</b>	<b>\$741.33</b>	<b>\$736.52</b>	<b>\$769.92</b>	<b>\$951.91</b>	<b>\$1,104.97</b>	<b>\$890.83</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	(267.56)	\$29.47	(84.60)	(73.93)	(37.84)	(4.87)	\$111.20	\$110.48	\$115.49	\$142.79	\$165.75	\$133.62
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(1,516.16)</b>	<b>\$166.99</b>	<b>(479.42)</b>	<b>(418.95)</b>	<b>(214.43)</b>	<b>(27.58)</b>	<b>\$630.13</b>	<b>\$626.04</b>	<b>\$654.44</b>	<b>\$809.12</b>	<b>\$939.23</b>	<b>\$757.21</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	(333.55)	36.74	(105.47)	(92.17)	(47.17)	(6.07)	138.63	137.73	143.98	178.01	206.63	166.59
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(1,182.60)</b>	<b>\$130.25</b>	<b>(373.95)</b>	<b>(326.78)</b>	<b>(167.25)</b>	<b>(21.51)</b>	<b>\$491.50</b>	<b>\$488.31</b>	<b>\$510.46</b>	<b>\$631.12</b>	<b>\$732.60</b>	<b>\$590.62</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	-22.41%	2.08%	-6.49%	-5.63%	-2.77%	-0.35%	7.42%	7.37%	7.61%	9.33%	10.67%	8.78%
<b>MARGEN NETO</b>	-14.86%	1.38%	-4.30%	-3.73%	-1.84%	-0.23%	4.92%	4.89%	5.04%	6.18%	7.07%	5.82%



<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2018</b>												
<b>ESCENARIO PROPIO ESPERADO</b>												
	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>34</b>	<b>35</b>	<b>36</b>
Ventas	\$11,876.36	\$13,113.10	\$12,664.15	\$12,767.84	\$13,414.85	\$13,348.14	\$14,275.97	\$14,255.38	\$14,372.10	\$14,758.59	\$14,879.44	\$14,571.80
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>11,876.36</b>	<b>13,113.10</b>	<b>12,664.15</b>	<b>12,767.84</b>	<b>13,414.85</b>	<b>13,348.14</b>	<b>14,275.97</b>	<b>14,255.38</b>	<b>14,372.10</b>	<b>14,758.59</b>	<b>14,879.44</b>	<b>14,571.80</b>
Gastos sueldos	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82
Gastos generales	\$5,169.31	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,721.04	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,721.04	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98
Gastos de depreciación	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$117.26</b>	<b>\$1,906.33</b>	<b>\$1,457.38</b>	<b>\$1,561.07</b>	<b>\$2,104.02</b>	<b>\$2,141.37</b>	<b>\$3,069.20</b>	<b>\$3,048.61</b>	<b>\$3,061.27</b>	<b>\$3,551.82</b>	<b>\$3,672.67</b>	<b>\$3,365.03</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$117.26</b>	<b>\$1,906.33</b>	<b>\$1,457.38</b>	<b>\$1,561.07</b>	<b>\$2,104.02</b>	<b>\$2,141.37</b>	<b>\$3,069.20</b>	<b>\$3,048.61</b>	<b>\$3,061.27</b>	<b>\$3,551.82</b>	<b>\$3,672.67</b>	<b>\$3,365.03</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$17.59	\$285.95	\$218.61	\$234.16	\$315.60	\$321.21	\$460.38	\$457.29	\$459.19	\$532.77	\$550.90	\$504.75
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$99.67</b>	<b>\$1,620.38</b>	<b>\$1,238.77</b>	<b>\$1,326.91</b>	<b>\$1,788.42</b>	<b>\$1,820.16</b>	<b>\$2,608.82</b>	<b>\$2,591.32</b>	<b>\$2,602.08</b>	<b>\$3,019.05</b>	<b>\$3,121.77</b>	<b>\$2,860.27</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$21.93	\$356.48	\$272.53	\$291.92	\$393.45	\$400.44	\$573.94	\$570.09	\$572.46	\$664.19	\$686.79	\$629.26
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$77.74</b>	<b>\$1,263.90</b>	<b>\$966.24</b>	<b>\$1,034.99</b>	<b>\$1,394.97</b>	<b>\$1,419.73</b>	<b>\$2,034.88</b>	<b>\$2,021.23</b>	<b>\$2,029.62</b>	<b>\$2,354.86</b>	<b>\$2,434.98</b>	<b>\$2,231.01</b>

<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	0.99%	14.54%	11.51%	12.23%	15.68%	16.04%	21.50%	21.39%	21.30%	24.07%	24.68%	23.09%
<b>MARGEN NETO</b>	0.65%	9.64%	7.63%	8.11%	10.40%	10.64%	14.25%	14.18%	14.12%	15.96%	16.36%	15.31%

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2019</b>												
<b>ESCENARIO PROPIO ESPERADO</b>												
	<b>37</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>43</b>	<b>44</b>	<b>45</b>	<b>46</b>	<b>47</b>	<b>48</b>
Ventas	\$16,705.43	\$18,309.21	\$17,439.77	\$17,614.16	\$17,790.31	\$17,755.20	\$19,046.48	\$18,690.08	\$19,100.77	\$19,160.14	\$19,351.74	\$19,081.84
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>16,705.43</b>	<b>18,309.21</b>	<b>17,439.77</b>	<b>17,614.16</b>	<b>17,790.31</b>	<b>17,755.20</b>	<b>19,046.48</b>	<b>18,690.08</b>	<b>19,100.77</b>	<b>19,160.14</b>	<b>19,351.74</b>	<b>19,081.84</b>
Gastos sueldos	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39
Gastos generales	\$4,848.12	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,415.08	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,415.08	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81
Gastos de depreciación	\$66.85	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$4,062.89</b>	<b>\$6,162.03</b>	<b>\$5,292.59</b>	<b>\$5,466.99</b>	<b>\$5,533.86</b>	<b>\$5,608.02</b>	<b>\$6,899.31</b>	<b>\$6,542.91</b>	<b>\$6,844.33</b>	<b>\$7,012.96</b>	<b>\$7,204.56</b>	<b>\$6,934.67</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$4,062.89</b>	<b>\$6,162.03</b>	<b>\$5,292.59</b>	<b>\$5,466.99</b>	<b>\$5,533.86</b>	<b>\$5,608.02</b>	<b>\$6,899.31</b>	<b>\$6,542.91</b>	<b>\$6,844.33</b>	<b>\$7,012.96</b>	<b>\$7,204.56</b>	<b>\$6,934.67</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$609.43	\$924.30	\$793.89	\$820.05	\$830.08	\$841.20	\$1,034.90	\$981.44	\$1,026.65	\$1,051.94	\$1,080.68	\$1,040.20
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$3,453.45</b>	<b>\$5,237.73</b>	<b>\$4,498.70</b>	<b>\$4,646.94</b>	<b>\$4,703.78</b>	<b>\$4,766.82</b>	<b>\$5,864.41</b>	<b>\$5,561.47</b>	<b>\$5,817.68</b>	<b>\$5,961.02</b>	<b>\$6,123.88</b>	<b>\$5,894.47</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$759.76	\$1,152.30	\$989.71	\$1,022.33	\$1,034.83	\$1,048.70	\$1,290.17	\$1,223.52	\$1,279.89	\$1,311.42	\$1,347.25	\$1,296.78
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$2,693.69</b>	<b>\$4,085.43</b>	<b>\$3,508.99</b>	<b>\$3,624.61</b>	<b>\$3,668.95</b>	<b>\$3,718.12</b>	<b>\$4,574.24</b>	<b>\$4,337.95</b>	<b>\$4,537.79</b>	<b>\$4,649.59</b>	<b>\$4,776.63</b>	<b>\$4,597.68</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	24.32%	33.66%	30.35%	31.04%	31.11%	31.59%	36.22%	35.01%	35.83%	36.60%	37.23%	36.34%
<b>MARGEN NETO</b>	16.12%	22.31%	20.12%	20.58%	20.62%	20.94%	24.02%	23.21%	23.76%	24.27%	24.68%	24.09%

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2020</b>												
<b>ESCENARIO PROPIO ESPERADO</b>												
	<b>49</b>	<b>50</b>	<b>51</b>	<b>52</b>	<b>53</b>	<b>54</b>	<b>55</b>	<b>56</b>	<b>57</b>	<b>58</b>	<b>59</b>	<b>60</b>
Ventas	\$21,410.56	\$22,849.24	\$21,668.86	\$22,195.10	\$22,417.05	\$22,641.22	\$23,601.87	\$23,161.46	\$23,277.26	\$23,393.65	\$23,510.62	\$23,344.70
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>21,410.56</b>	<b>22,849.24</b>	<b>21,668.86</b>	<b>22,195.10</b>	<b>22,417.05</b>	<b>22,641.22</b>	<b>23,601.87</b>	<b>23,161.46</b>	<b>23,277.26</b>	<b>23,393.65</b>	<b>23,510.62</b>	<b>23,344.70</b>
Gastos sueldos	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43
Gastos generales	\$6,207.11	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,714.78	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,714.78	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05
Gastos de depreciación	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$6,916.04</b>	<b>\$8,961.79</b>	<b>\$7,781.41</b>	<b>\$8,307.65</b>	<b>\$8,414.87</b>	<b>\$8,753.77</b>	<b>\$9,714.42</b>	<b>\$9,274.00</b>	<b>\$9,275.08</b>	<b>\$9,506.20</b>	<b>\$9,623.16</b>	<b>\$9,457.25</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$6,916.04</b>	<b>\$8,961.79</b>	<b>\$7,781.41</b>	<b>\$8,307.65</b>	<b>\$8,414.87</b>	<b>\$8,753.77</b>	<b>\$9,714.42</b>	<b>\$9,274.00</b>	<b>\$9,275.08</b>	<b>\$9,506.20</b>	<b>\$9,623.16</b>	<b>\$9,457.25</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$1,037.41	\$1,344.27	\$1,167.21	\$1,246.15	\$1,262.23	\$1,313.07	\$1,457.16	\$1,391.10	\$1,391.26	\$1,425.93	\$1,443.47	\$1,418.59
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$5,878.64</b>	<b>\$7,617.52</b>	<b>\$6,614.19</b>	<b>\$7,061.50</b>	<b>\$7,152.64</b>	<b>\$7,440.71</b>	<b>\$8,257.26</b>	<b>\$7,882.90</b>	<b>\$7,883.82</b>	<b>\$8,080.27</b>	<b>\$8,179.69</b>	<b>\$8,038.66</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$1,293.30	\$1,675.85	\$1,455.12	\$1,553.53	\$1,573.58	\$1,636.96	\$1,816.60	\$1,734.24	\$1,734.44	\$1,777.66	\$1,799.53	\$1,768.50
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$4,585.34</b>	<b>\$5,941.67</b>	<b>\$5,159.07</b>	<b>\$5,507.97</b>	<b>\$5,579.06</b>	<b>\$5,803.75</b>	<b>\$6,440.66</b>	<b>\$6,148.66</b>	<b>\$6,149.38</b>	<b>\$6,302.61</b>	<b>\$6,380.16</b>	<b>\$6,270.15</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	32.30%	39.22%	35.91%	37.43%	37.54%	38.66%	41.16%	40.04%	39.85%	40.64%	40.93%	40.51%
MARGEN NETO	21.42%	26.00%	23.81%	24.82%	24.89%	25.63%	27.29%	26.55%	26.42%	26.94%	27.14%	26.86%

## ANEXO 18

### Estado de Resultado Inversionista Optimista 2016-2020 Mensual

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2016</b>												
<b>ESCENARIO INVERSIONISTA OPTIMISTA</b>												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ventas	\$9,830.00	\$7,032.30	\$5,934.26	\$5,993.60	\$6,083.50	\$6,144.34	\$7,253.18	\$6,953.79	\$7,011.80	\$7,199.26	\$7,343.25	\$7,147.69
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$9,830.00</b>	<b>\$7,032.30</b>	<b>\$5,934.26</b>	<b>\$5,993.60</b>	<b>\$6,083.50</b>	<b>\$6,144.34</b>	<b>\$7,253.18</b>	<b>\$6,953.79</b>	<b>\$7,011.80</b>	<b>\$7,199.26</b>	<b>\$7,343.25</b>	<b>\$7,147.69</b>
Gastos sueldos	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66
Gastos generales	\$5,555.46	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,596.10	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,596.10	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71
Gastos de depreciación	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(630.72)</b>	<b>(1,374.67)</b>	<b>(2,472.71)</b>	<b>(2,413.36)</b>	<b>(2,417.85)</b>	<b>(2,262.63)</b>	<b>(1,153.79)</b>	<b>(1,453.17)</b>	<b>(1,489.55)</b>	<b>(1,207.70)</b>	<b>(1,063.72)</b>	<b>(1,259.28)</b>
Gastos de intereses	\$131.10	\$129.48	\$127.83	\$126.18	\$124.50	\$122.81	\$121.10	\$119.38	\$117.64	\$115.89	\$114.11	\$112.32
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(761.82)</b>	<b>(1,504.14)</b>	<b>(2,600.54)</b>	<b>(2,539.54)</b>	<b>(2,542.35)</b>	<b>(2,385.44)</b>	<b>(1,274.89)</b>	<b>(1,572.56)</b>	<b>(1,607.20)</b>	<b>(1,323.59)</b>	<b>(1,177.83)</b>	<b>(1,371.60)</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(761.82)</b>	<b>(1,504.14)</b>	<b>(2,600.54)</b>	<b>(2,539.54)</b>	<b>(2,542.35)</b>	<b>(2,385.44)</b>	<b>(1,274.89)</b>	<b>(1,572.56)</b>	<b>(1,607.20)</b>	<b>(1,323.59)</b>	<b>(1,177.83)</b>	<b>(1,371.60)</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(761.82)</b>	<b>(1,504.14)</b>	<b>(2,600.54)</b>	<b>(2,539.54)</b>	<b>(2,542.35)</b>	<b>(2,385.44)</b>	<b>(1,274.89)</b>	<b>(1,572.56)</b>	<b>(1,607.20)</b>	<b>(1,323.59)</b>	<b>(1,177.83)</b>	<b>(1,371.60)</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	-6.42%	-19.55%	-41.67%	-40.27%	-39.74%	-36.82%	-15.91%	-20.90%	-21.24%	-16.78%	-14.49%	-17.62%
<b>MARGEN NETO</b>	-7.75%	-21.39%	-43.82%	-42.37%	-41.79%	-38.82%	-17.58%	-22.61%	-22.92%	-18.39%	-16.04%	-19.19%

## ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2017

### ESCENARIO INVERSIONISTA OPTIMISTA

	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Ventas	\$8,774.8 2	\$10,458.3 2	\$9,527.9 3	\$9,559.0 4	\$9,767.5 6	\$10,028.6 9	\$11,082.8 4	\$10,719.1 0	\$11,005.6 7	\$11,097.4 8	\$11,263.9 4	\$11,036.3 6
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$8,774.8 2</b>	<b>\$10,458.3 2</b>	<b>\$9,527.9 3</b>	<b>\$9,559.0 4</b>	<b>\$9,767.5 6</b>	<b>\$10,028.6 9</b>	<b>\$11,082.8 4</b>	<b>\$10,719.1 0</b>	<b>\$11,005.6 7</b>	<b>\$11,097.4 8</b>	<b>\$11,263.9 4</b>	<b>\$11,036.3 6</b>
Gastos sueldos	\$5,356.4 8	\$5,356.48	\$5,356.4 8	\$5,356.4 8	\$5,356.4 8	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48
Gastos generales	\$4,269.2 0	\$3,777.31	\$3,777.3 1	\$3,777.3 1	\$3,876.4 2	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,876.42	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31
Gastos de depreciación	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(969.45)</b>	<b>\$1,205.94</b>	<b>275.55</b>	<b>306.66</b>	<b>416.07</b>	<b>\$776.31</b>	<b>\$1,830.46</b>	<b>\$1,466.71</b>	<b>\$1,654.18</b>	<b>\$1,845.10</b>	<b>\$2,011.56</b>	<b>\$1,783.98</b>
Gastos de intereses	\$110.52	\$108.69	\$106.85	\$104.99	\$103.12	\$101.22	\$99.31	\$97.38	\$95.43	\$93.46	\$91.47	\$89.46
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(1,079.96 )</b>	<b>\$1,097.24</b>	<b>168.70</b>	<b>201.67</b>	<b>312.95</b>	<b>\$675.09</b>	<b>\$1,731.15</b>	<b>\$1,369.34</b>	<b>\$1,558.75</b>	<b>\$1,751.64</b>	<b>\$1,920.09</b>	<b>\$1,694.52</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	(161.99)	\$164.59	25.30	30.25	46.94	\$101.26	\$259.67	\$205.40	\$233.81	\$262.75	\$288.01	\$254.18
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(917.97)</b>	<b>\$932.66</b>	<b>143.39</b>	<b>171.42</b>	<b>266.01</b>	<b>573.83</b>	<b>\$1,471.48</b>	<b>\$1,163.94</b>	<b>\$1,324.94</b>	<b>\$1,488.90</b>	<b>\$1,632.08</b>	<b>\$1,440.34</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	(201.95)	205.18	31.55	37.71	58.52	126.24	323.73	256.07	291.49	327.56	359.06	316.87
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(716.02)</b>	<b>\$727.47</b>	<b>111.85</b>	<b>133.71</b>	<b>207.49</b>	<b>447.59</b>	<b>\$1,147.75</b>	<b>\$907.87</b>	<b>\$1,033.45</b>	<b>\$1,161.34</b>	<b>\$1,273.02</b>	<b>\$1,123.47</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	-11.05%	11.53%	2.89%	3.21%	4.26%	7.74%	16.52%	13.68%	15.03%	16.63%	17.86%	16.16%
MARGEN NETO	-8.16%	6.96%	1.17%	1.40%	2.12%	4.46%	10.36%	8.47%	9.39%	10.46%	11.30%	10.18%

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2018**  
**ESCENARIO INVERSIONISTA OPTIMISTA**

	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Ventas	\$12,904.57	\$14,630.42	\$13,961.80	\$14,078.27	\$14,289.45	\$14,503.79	\$15,502.19	\$15,310.20	\$15,539.85	\$15,955.30	\$16,088.41	\$15,763.35
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$12,904.57</b>	<b>\$14,630.42</b>	<b>\$13,961.80</b>	<b>\$14,078.27</b>	<b>\$14,289.45</b>	<b>\$14,503.79</b>	<b>\$15,502.19</b>	<b>\$15,310.20</b>	<b>\$15,539.85</b>	<b>\$15,955.30</b>	<b>\$16,088.41</b>	<b>\$15,763.35</b>
Gastos sueldos	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82
Gastos generales	\$5,169.31	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,721.04	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,721.04	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98
Gastos de depreciación	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$1,145.47</b>	<b>\$3,423.65</b>	<b>\$2,755.03</b>	<b>\$2,871.50</b>	<b>\$2,978.61</b>	<b>\$3,297.02</b>	<b>\$4,295.43</b>	<b>\$4,103.43</b>	<b>\$4,229.02</b>	<b>\$4,748.54</b>	<b>\$4,881.64</b>	<b>\$4,556.58</b>
Gastos de intereses	\$87.44	\$85.39	\$83.33	\$81.24	\$79.14	\$77.01	\$74.87	\$72.70	\$70.51	\$68.31	\$66.08	\$63.83
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$1,058.03</b>	<b>\$3,338.26</b>	<b>\$2,671.71</b>	<b>\$2,790.26</b>	<b>\$2,899.48</b>	<b>\$3,220.01</b>	<b>\$4,220.56</b>	<b>\$4,030.73</b>	<b>\$4,158.50</b>	<b>\$4,680.23</b>	<b>\$4,815.56</b>	<b>\$4,492.76</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$158.71	\$500.74	\$400.76	\$418.54	\$434.92	\$483.00	\$633.08	\$604.61	\$623.78	\$702.03	\$722.33	\$673.91
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$899.33</b>	<b>\$2,837.52</b>	<b>\$2,270.95</b>	<b>\$2,371.72</b>	<b>\$2,464.55</b>	<b>\$2,737.01</b>	<b>\$3,587.48</b>	<b>\$3,426.12</b>	<b>\$3,534.73</b>	<b>\$3,978.20</b>	<b>\$4,093.23</b>	<b>\$3,818.84</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$197.85	\$624.25	\$499.61	\$521.78	\$542.20	\$602.14	\$789.24	\$753.75	\$777.64	\$875.20	\$900.51	\$840.15
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$701.48</b>	<b>\$2,213.27</b>	<b>\$1,771.34</b>	<b>\$1,849.94</b>	<b>\$1,922.35</b>	<b>\$2,134.87</b>	<b>\$2,798.23</b>	<b>\$2,672.37</b>	<b>\$2,757.09</b>	<b>\$3,102.99</b>	<b>\$3,192.72</b>	<b>\$2,978.70</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	8.88%	23.40%	19.73%	20.40%	20.84%	22.73%	27.71%	26.80%	27.21%	29.76%	30.34%	28.91%
<b>MARGEN NETO</b>	5.44%	15.13%	12.69%	13.14%	13.45%	14.72%	18.05%	17.45%	17.74%	19.45%	19.84%	18.90%

## ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2019

### ESCENARIO INVERSIONISTA OPTIMISTA

	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
Ventas	\$17,864.00	\$19,679.03	\$18,769.05	\$18,956.74	\$19,146.31	\$19,337.77	\$20,586.78	\$20,214.74	\$20,655.69	\$20,723.14	\$20,930.37	\$20,645.15
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$17,864.00</b>	<b>\$19,679.03</b>	<b>\$18,769.05</b>	<b>\$18,956.74</b>	<b>\$19,146.31</b>	<b>\$19,337.77</b>	<b>\$20,586.78</b>	<b>\$20,214.74</b>	<b>\$20,655.69</b>	<b>\$20,723.14</b>	<b>\$20,930.37</b>	<b>\$20,645.15</b>
Gastos sueldos	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39
Gastos generales	\$4,848.12	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,415.08	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,415.08	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81
Gastos de depreciación	\$66.85	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$5,221.46</b>	<b>\$7,531.86</b>	<b>\$6,621.87</b>	<b>\$6,809.57</b>	<b>\$6,889.86</b>	<b>\$7,190.60</b>	<b>\$8,439.61</b>	<b>\$8,067.56</b>	<b>\$8,399.25</b>	<b>\$8,575.96</b>	<b>\$8,783.20</b>	<b>\$8,497.98</b>
Gastos de intereses	\$61.56	\$59.26	\$56.95	\$54.61	\$52.25	\$49.87	\$47.46	\$45.03	\$42.58	\$40.11	\$37.61	\$35.08
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$5,159.91</b>	<b>\$7,472.60</b>	<b>\$6,564.93</b>	<b>\$6,754.96</b>	<b>\$6,837.61</b>	<b>\$7,140.73</b>	<b>\$8,392.14</b>	<b>\$8,022.53</b>	<b>\$8,356.67</b>	<b>\$8,535.86</b>	<b>\$8,745.59</b>	<b>\$8,462.89</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$773.99	\$1,120.89	\$984.74	\$1,013.24	\$1,025.64	\$1,071.11	\$1,258.82	\$1,203.38	\$1,253.50	\$1,280.38	\$1,311.84	\$1,269.43
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$4,385.92</b>	<b>\$6,351.71</b>	<b>\$5,580.19</b>	<b>\$5,741.71</b>	<b>\$5,811.97</b>	<b>\$6,069.62</b>	<b>\$7,133.32</b>	<b>\$6,819.15</b>	<b>\$7,103.17</b>	<b>\$7,255.48</b>	<b>\$7,433.75</b>	<b>\$7,193.46</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$964.90	\$1,397.38	\$1,227.64	\$1,263.18	\$1,278.63	\$1,335.32	\$1,569.33	\$1,500.21	\$1,562.70	\$1,596.21	\$1,635.43	\$1,582.56
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$3,421.02</b>	<b>\$4,954.33</b>	<b>\$4,352.55</b>	<b>\$4,478.54</b>	<b>\$4,533.34</b>	<b>\$4,734.30</b>	<b>\$5,563.99</b>	<b>\$5,318.94</b>	<b>\$5,540.47</b>	<b>\$5,659.27</b>	<b>\$5,798.33</b>	<b>\$5,610.90</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	29.23%	38.27%	35.28%	35.92%	35.99%	37.18%	41.00%	39.91%	40.66%	41.38%	41.96%	41.16%
<b>MARGEN NETO</b>	19.15%	25.18%	23.19%	23.63%	23.68%	24.48%	27.03%	26.31%	26.82%	27.31%	27.70%	27.18%

**ESTADO DE RESULTADOS, PROYECTADO 2020**

**ESCENARIO INVERSIONISTA OPTIMISTA**

	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
Ventas	\$23,145.19	\$25,164.26	\$23,950.85	\$24,355.48	\$24,599.04	\$24,845.03	\$26,165.80	\$25,846.28	\$26,104.74	\$26,365.79	\$26,317.98	\$26,136.53
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$23,145.19</b>	<b>\$25,164.26</b>	<b>\$23,950.85</b>	<b>\$24,355.48</b>	<b>\$24,599.04</b>	<b>\$24,845.03</b>	<b>\$26,165.80</b>	<b>\$25,846.28</b>	<b>\$26,104.74</b>	<b>\$26,365.79</b>	<b>\$26,317.98</b>	<b>\$26,136.53</b>
Gastos sueldos	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43
Gastos generales	\$6,207.11	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,714.78	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,714.78	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05
Gastos de depreciación	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$8,650.68</b>	<b>\$11,276.81</b>	<b>\$10,063.40</b>	<b>\$10,468.03</b>	<b>\$10,596.85</b>	<b>\$10,957.57</b>	<b>\$12,278.35</b>	<b>\$11,958.83</b>	<b>\$12,102.56</b>	<b>\$12,478.34</b>	<b>\$12,430.52</b>	<b>\$12,249.08</b>
Gastos de intereses	\$32.54	\$29.97	\$27.37	\$24.75	\$22.10	\$19.43	\$16.73	\$14.01	\$11.26	\$8.49	\$5.68	\$2.86
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$8,618.14</b>	<b>\$11,246.84</b>	<b>\$10,036.03</b>	<b>\$10,443.28</b>	<b>\$10,574.75</b>	<b>\$10,938.14</b>	<b>\$12,261.62</b>	<b>\$11,944.82</b>	<b>\$12,091.30</b>	<b>\$12,469.85</b>	<b>\$12,424.84</b>	<b>\$12,246.22</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$1,292.72	\$1,687.03	\$1,505.40	\$1,566.49	\$1,586.21	\$1,640.72	\$1,839.24	\$1,791.72	\$1,813.69	\$1,870.48	\$1,863.73	\$1,836.93
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$7,325.42</b>	<b>\$9,559.81</b>	<b>\$8,530.62</b>	<b>\$8,876.79</b>	<b>\$8,988.54</b>	<b>\$9,297.42</b>	<b>\$10,422.37</b>	<b>\$10,153.09</b>	<b>\$10,277.60</b>	<b>\$10,599.37</b>	<b>\$10,561.11</b>	<b>\$10,409.29</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$1,611.59	\$2,103.16	\$1,876.74	\$1,952.89	\$1,977.48	\$2,045.43	\$2,292.92	\$2,233.68	\$2,261.07	\$2,331.86	\$2,323.44	\$2,290.04
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$5,713.83</b>	<b>\$7,456.65</b>	<b>\$6,653.89</b>	<b>\$6,923.89</b>	<b>\$7,011.06</b>	<b>\$7,251.99</b>	<b>\$8,129.45</b>	<b>\$7,919.41</b>	<b>\$8,016.53</b>	<b>\$8,267.51</b>	<b>\$8,237.67</b>	<b>\$8,119.25</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	37.38%	44.81%	42.02%	42.98%	43.08%	44.10%	46.93%	46.27%	46.36%	47.33%	47.23%	46.87%
MARGEN NETO	24.69%	29.63%	27.78%	28.43%	28.50%	29.19%	31.07%	30.64%	30.71%	31.36%	31.30%	31.06%



**ANEXO 19**  
**Estado de Resultado Propio Optimista 2016-2020 Mensual**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2016</b>												
<b>ESCENARIO PROPIO OPTIMISTA</b>												
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ventas	\$9,830.00	\$7,032.30	\$5,934.26	\$5,993.60	\$6,083.50	\$6,144.34	\$7,253.18	\$6,953.79	\$7,011.80	\$7,199.26	\$7,343.25	\$7,147.69
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$9,830.00</b>	<b>\$7,032.30</b>	<b>\$5,934.26</b>	<b>\$5,993.60</b>	<b>\$6,083.50</b>	<b>\$6,144.34</b>	<b>\$7,253.18</b>	<b>\$6,953.79</b>	<b>\$7,011.80</b>	<b>\$7,199.26</b>	<b>\$7,343.25</b>	<b>\$7,147.69</b>
Gastos sueldos	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66
Gastos generales	\$5,555.46	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,596.10	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,596.10	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71
Gastos de depreciación	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(630.72)</b>	<b>(1,374.67)</b>	<b>(2,472.71)</b>	<b>(2,413.36)</b>	<b>(2,417.85)</b>	<b>(2,262.63)</b>	<b>(1,153.79)</b>	<b>(1,453.17)</b>	<b>(1,489.55)</b>	<b>(1,207.70)</b>	<b>(1,063.72)</b>	<b>(1,259.28)</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(630.72)</b>	<b>(1,374.67)</b>	<b>(2,472.71)</b>	<b>(2,413.36)</b>	<b>(2,417.85)</b>	<b>(2,262.63)</b>	<b>(1,153.79)</b>	<b>(1,453.17)</b>	<b>(1,489.55)</b>	<b>(1,207.70)</b>	<b>(1,063.72)</b>	<b>(1,259.28)</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(630.72)</b>	<b>(1,374.67)</b>	<b>(2,472.71)</b>	<b>(2,413.36)</b>	<b>(2,417.85)</b>	<b>(2,262.63)</b>	<b>(1,153.79)</b>	<b>(1,453.17)</b>	<b>(1,489.55)</b>	<b>(1,207.70)</b>	<b>(1,063.72)</b>	<b>(1,259.28)</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(630.72)</b>	<b>(1,374.67)</b>	<b>(2,472.71)</b>	<b>(2,413.36)</b>	<b>(2,417.85)</b>	<b>(2,262.63)</b>	<b>(1,153.79)</b>	<b>(1,453.17)</b>	<b>(1,489.55)</b>	<b>(1,207.70)</b>	<b>(1,063.72)</b>	<b>(1,259.28)</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	-6.42%	-19.55%	-41.67%	-40.27%	-39.74%	-36.82%	-15.91%	-20.90%	-21.24%	-16.78%	-14.49%	-17.62%
<b>MARGEN NETO</b>	-6.42%	-19.55%	-41.67%	-40.27%	-39.74%	-36.82%	-15.91%	-20.90%	-21.24%	-16.78%	-14.49%	-17.62%

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2017**

**ESCENARIO PROPIO OPTIMISTA**

	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Ventas	\$8,774.8 2	\$10,458.3 2	\$9,527.9 3	\$9,559.0 4	\$9,767.5 6	\$10,028.6 9	\$11,082.8 4	\$10,719.1 0	\$11,005.6 7	\$11,097.4 8	\$11,263.9 4	\$11,036.3 6
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$8,774.8 2</b>	<b>\$10,458.3 2</b>	<b>\$9,527.9 3</b>	<b>\$9,559.0 4</b>	<b>\$9,767.5 6</b>	<b>\$10,028.6 9</b>	<b>\$11,082.8 4</b>	<b>\$10,719.1 0</b>	<b>\$11,005.6 7</b>	<b>\$11,097.4 8</b>	<b>\$11,263.9 4</b>	<b>\$11,036.3 6</b>
Gastos sueldos	\$5,356.4 8	\$5,356.48	\$5,356.4 8	\$5,356.4 8	\$5,356.4 8	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48
Gastos generales	\$4,269.2 0	\$3,777.31	\$3,777.3 1	\$3,777.3 1	\$3,876.4 2	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,876.42	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31
Gastos de depreciación	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(969.45)</b>	<b>\$1,205.94</b>	<b>275.55</b>	<b>306.66</b>	<b>416.07</b>	<b>\$776.31</b>	<b>\$1,830.46</b>	<b>\$1,466.71</b>	<b>\$1,654.18</b>	<b>\$1,845.10</b>	<b>\$2,011.56</b>	<b>\$1,783.98</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(969.45)</b>	<b>\$1,205.94</b>	<b>275.55</b>	<b>306.66</b>	<b>416.07</b>	<b>\$776.31</b>	<b>\$1,830.46</b>	<b>\$1,466.71</b>	<b>\$1,654.18</b>	<b>\$1,845.10</b>	<b>\$2,011.56</b>	<b>\$1,783.98</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	(145.42)	\$180.89	41.33	46.00	62.41	\$116.45	\$274.57	\$220.01	\$248.13	\$276.76	\$301.73	\$267.60
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(824.03)</b>	<b>\$1,025.04</b>	<b>234.22</b>	<b>260.66</b>	<b>353.66</b>	<b>659.86</b>	<b>\$1,555.89</b>	<b>\$1,246.71</b>	<b>\$1,406.05</b>	<b>\$1,568.33</b>	<b>\$1,709.83</b>	<b>\$1,516.38</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	(181.29)	225.51	51.53	57.35	77.80	145.17	342.30	274.28	309.33	345.03	376.16	333.60
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(642.74)</b>	<b>\$799.54</b>	<b>182.69</b>	<b>203.32</b>	<b>275.85</b>	<b>514.69</b>	<b>\$1,213.59</b>	<b>\$972.43</b>	<b>\$1,096.72</b>	<b>\$1,223.30</b>	<b>\$1,333.66</b>	<b>\$1,182.78</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	-11.05%	11.53%	2.89%	3.21%	4.26%	7.74%	16.52%	13.68%	15.03%	16.63%	17.86%	16.16%
MARGEN NETO	-7.32%	7.64%	1.92%	2.13%	2.82%	5.13%	10.95%	9.07%	9.97%	11.02%	11.84%	10.72%

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2018**

**ESCENARIO PROPIO OPTIMISTA**

	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Ventas	\$12,904.57	\$14,630.42	\$13,961.80	\$14,078.27	\$14,289.45	\$14,503.79	\$15,502.19	\$15,310.20	\$15,539.85	\$15,955.30	\$16,088.41	\$15,763.35
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$12,904.57</b>	<b>\$14,630.42</b>	<b>\$13,961.80</b>	<b>\$14,078.27</b>	<b>\$14,289.45</b>	<b>\$14,503.79</b>	<b>\$15,502.19</b>	<b>\$15,310.20</b>	<b>\$15,539.85</b>	<b>\$15,955.30</b>	<b>\$16,088.41</b>	<b>\$15,763.35</b>
Gastos sueldos	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82
Gastos generales	\$5,169.31	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,721.04	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,721.04	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98
Gastos de depreciación	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$1,145.47</b>	<b>\$3,423.65</b>	<b>\$2,755.03</b>	<b>\$2,871.50</b>	<b>\$2,978.61</b>	<b>\$3,297.02</b>	<b>\$4,295.43</b>	<b>\$4,103.43</b>	<b>\$4,229.02</b>	<b>\$4,748.54</b>	<b>\$4,881.64</b>	<b>\$4,556.58</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$1,145.47</b>	<b>\$3,423.65</b>	<b>\$2,755.03</b>	<b>\$2,871.50</b>	<b>\$2,978.61</b>	<b>\$3,297.02</b>	<b>\$4,295.43</b>	<b>\$4,103.43</b>	<b>\$4,229.02</b>	<b>\$4,748.54</b>	<b>\$4,881.64</b>	<b>\$4,556.58</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$171.82	\$513.55	\$413.25	\$430.73	\$446.79	\$494.55	\$644.31	\$615.51	\$634.35	\$712.28	\$732.25	\$683.49
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$973.65</b>	<b>\$2,910.10</b>	<b>\$2,341.78</b>	<b>\$2,440.78</b>	<b>\$2,531.82</b>	<b>\$2,802.47</b>	<b>\$3,651.11</b>	<b>\$3,487.92</b>	<b>\$3,594.66</b>	<b>\$4,036.26</b>	<b>\$4,149.39</b>	<b>\$3,873.10</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$214.20	\$640.22	\$515.19	\$536.97	\$557.00	\$616.54	\$803.24	\$767.34	\$790.83	\$887.98	\$912.87	\$852.08
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$759.45</b>	<b>\$2,269.88</b>	<b>\$1,826.59</b>	<b>\$1,903.81</b>	<b>\$1,974.82</b>	<b>\$2,185.92</b>	<b>\$2,847.87</b>	<b>\$2,720.57</b>	<b>\$2,803.84</b>	<b>\$3,148.28</b>	<b>\$3,236.53</b>	<b>\$3,021.02</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	8.88%	23.40%	19.73%	20.40%	20.84%	22.73%	27.71%	26.80%	27.21%	29.76%	30.34%	28.91%
MARGEN NETO	5.89%	15.51%	13.08%	13.52%	13.82%	15.07%	18.37%	17.77%	18.04%	19.73%	20.12%	19.16%

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2019**

**ESCENARIO PROPIO OPTIMISTA**

	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48
Ventas	\$17,864.00	\$19,679.03	\$18,769.05	\$18,956.74	\$19,146.31	\$19,337.77	\$20,586.78	\$20,214.74	\$20,655.69	\$20,723.14	\$20,930.37	\$20,645.15
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$17,864.00</b>	<b>\$19,679.03</b>	<b>\$18,769.05</b>	<b>\$18,956.74</b>	<b>\$19,146.31</b>	<b>\$19,337.77</b>	<b>\$20,586.78</b>	<b>\$20,214.74</b>	<b>\$20,655.69</b>	<b>\$20,723.14</b>	<b>\$20,930.37</b>	<b>\$20,645.15</b>
Gastos sueldos	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39
Gastos generales	\$4,848.12	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,415.08	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,415.08	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81
Gastos de depreciación	\$66.85	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$5,221.46</b>	<b>\$7,531.86</b>	<b>\$6,621.87</b>	<b>\$6,809.57</b>	<b>\$6,889.86</b>	<b>\$7,190.60</b>	<b>\$8,439.61</b>	<b>\$8,067.56</b>	<b>\$8,399.25</b>	<b>\$8,575.96</b>	<b>\$8,783.20</b>	<b>\$8,497.98</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$5,221.46</b>	<b>\$7,531.86</b>	<b>\$6,621.87</b>	<b>\$6,809.57</b>	<b>\$6,889.86</b>	<b>\$7,190.60</b>	<b>\$8,439.61</b>	<b>\$8,067.56</b>	<b>\$8,399.25</b>	<b>\$8,575.96</b>	<b>\$8,783.20</b>	<b>\$8,497.98</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$783.22	\$1,129.78	\$993.28	\$1,021.43	\$1,033.48	\$1,078.59	\$1,265.94	\$1,210.13	\$1,259.89	\$1,286.39	\$1,317.48	\$1,274.70
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$4,438.24</b>	<b>\$6,402.08</b>	<b>\$5,628.59</b>	<b>\$5,788.13</b>	<b>\$5,856.38</b>	<b>\$6,112.01</b>	<b>\$7,173.66</b>	<b>\$6,857.43</b>	<b>\$7,139.36</b>	<b>\$7,289.57</b>	<b>\$7,465.72</b>	<b>\$7,223.28</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$976.41	\$1,408.46	\$1,238.29	\$1,273.39	\$1,288.40	\$1,344.64	\$1,578.21	\$1,508.63	\$1,570.66	\$1,603.71	\$1,642.46	\$1,589.12
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$3,461.83</b>	<b>\$4,993.62</b>	<b>\$4,390.30</b>	<b>\$4,514.74</b>	<b>\$4,567.98</b>	<b>\$4,767.36</b>	<b>\$5,595.46</b>	<b>\$5,348.79</b>	<b>\$5,568.70</b>	<b>\$5,685.86</b>	<b>\$5,823.26</b>	<b>\$5,634.16</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	29.23%	38.27%	35.28%	35.92%	35.99%	37.18%	41.00%	39.91%	40.66%	41.38%	41.96%	41.16%
<b>MARGEN NETO</b>	19.38%	25.38%	23.39%	23.82%	23.86%	24.65%	27.18%	26.46%	26.96%	27.44%	27.82%	27.29%

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2020**

**ESCENARIO PROPIO OPTIMISTA**

	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
Ventas	\$23,145.19	\$25,164.26	\$23,950.85	\$24,355.48	\$24,599.04	\$24,845.03	\$26,165.80	\$25,846.28	\$26,104.74	\$26,365.79	\$26,317.98	\$26,136.53
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$23,145.19</b>	<b>\$25,164.26</b>	<b>\$23,950.85</b>	<b>\$24,355.48</b>	<b>\$24,599.04</b>	<b>\$24,845.03</b>	<b>\$26,165.80</b>	<b>\$25,846.28</b>	<b>\$26,104.74</b>	<b>\$26,365.79</b>	<b>\$26,317.98</b>	<b>\$26,136.53</b>
Gastos sueldos	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43
Gastos generales	\$6,207.11	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,714.78	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,714.78	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05
Gastos de depreciación	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$8,650.68</b>	<b>\$11,276.81</b>	<b>\$10,063.40</b>	<b>\$10,468.03</b>	<b>\$10,596.85</b>	<b>\$10,957.57</b>	<b>\$12,278.35</b>	<b>\$11,958.83</b>	<b>\$12,102.56</b>	<b>\$12,478.34</b>	<b>\$12,430.52</b>	<b>\$12,249.08</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$8,650.68</b>	<b>\$11,276.81</b>	<b>\$10,063.40</b>	<b>\$10,468.03</b>	<b>\$10,596.85</b>	<b>\$10,957.57</b>	<b>\$12,278.35</b>	<b>\$11,958.83</b>	<b>\$12,102.56</b>	<b>\$12,478.34</b>	<b>\$12,430.52</b>	<b>\$12,249.08</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$1,297.60	\$1,691.52	\$1,509.51	\$1,570.20	\$1,589.53	\$1,643.64	\$1,841.75	\$1,793.82	\$1,815.38	\$1,871.75	\$1,864.58	\$1,837.36
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$7,353.07</b>	<b>\$9,585.28</b>	<b>\$8,553.89</b>	<b>\$8,897.82</b>	<b>\$9,007.32</b>	<b>\$9,313.94</b>	<b>\$10,436.60</b>	<b>\$10,165.00</b>	<b>\$10,287.17</b>	<b>\$10,606.59</b>	<b>\$10,565.94</b>	<b>\$10,411.72</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$1,617.68	\$2,108.76	\$1,881.86	\$1,957.52	\$1,981.61	\$2,049.07	\$2,296.05	\$2,236.30	\$2,263.18	\$2,333.45	\$2,324.51	\$2,290.58
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$5,735.40</b>	<b>\$7,476.52</b>	<b>\$6,672.03</b>	<b>\$6,940.30</b>	<b>\$7,025.71</b>	<b>\$7,264.87</b>	<b>\$8,140.55</b>	<b>\$7,928.70</b>	<b>\$8,024.00</b>	<b>\$8,273.14</b>	<b>\$8,241.44</b>	<b>\$8,121.14</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	37.38%	44.81%	42.02%	42.98%	43.08%	44.10%	46.93%	46.27%	46.36%	47.33%	47.23%	46.87%
MARGEN NETO	24.78%	29.71%	27.86%	28.50%	28.56%	29.24%	31.11%	30.68%	30.74%	31.38%	31.31%	31.07%

**ANEXO 20**  
**Estado de Resultado Inversionista Pesimista 2016-2020 Mensual**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2016</b>												
<b>ESCENARIO INVERSIONISTA PESIMISTA</b>												
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>
Ventas	\$8,500.00	\$5,569.20	\$4,473.72	\$4,518.46	\$4,608.83	\$4,701.00	\$5,805.74	\$5,429.66	\$5,538.25	\$5,649.02	\$5,762.00	\$5,597.37
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$8,500.00</b>	<b>\$5,569.20</b>	<b>\$4,473.72</b>	<b>\$4,518.46</b>	<b>\$4,608.83</b>	<b>\$4,701.00</b>	<b>\$5,805.74</b>	<b>\$5,429.66</b>	<b>\$5,538.25</b>	<b>\$5,649.02</b>	<b>\$5,762.00</b>	<b>\$5,597.37</b>
Gastos sueldos	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66
Gastos generales	\$5,555.46	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,596.10	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,596.10	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71
Gastos de depreciación	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(1,960.72)</b>	<b>(2,837.77)</b>	<b>(3,933.25)</b>	<b>(3,888.51)</b>	<b>(3,892.53)</b>	<b>(3,705.96)</b>	<b>(2,601.23)</b>	<b>(2,977.31)</b>	<b>(2,963.10)</b>	<b>(2,757.95)</b>	<b>(2,644.97)</b>	<b>(2,809.60)</b>
Gastos de intereses	\$131.10	\$129.48	\$127.83	\$126.18	\$124.50	\$122.81	\$121.10	\$119.38	\$117.64	\$115.89	\$114.11	\$112.32
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(2,091.82)</b>	<b>(2,967.24)</b>	<b>(4,061.08)</b>	<b>(4,014.68)</b>	<b>(4,017.03)</b>	<b>(3,828.77)</b>	<b>(2,722.33)</b>	<b>(3,096.69)</b>	<b>(3,080.75)</b>	<b>(2,873.84)</b>	<b>(2,759.08)</b>	<b>(2,921.92)</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(2,091.82)</b>	<b>(2,967.24)</b>	<b>(4,061.08)</b>	<b>(4,014.68)</b>	<b>(4,017.03)</b>	<b>(3,828.77)</b>	<b>(2,722.33)</b>	<b>(3,096.69)</b>	<b>(3,080.75)</b>	<b>(2,873.84)</b>	<b>(2,759.08)</b>	<b>(2,921.92)</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(2,091.82)</b>	<b>(2,967.24)</b>	<b>(4,061.08)</b>	<b>(4,014.68)</b>	<b>(4,017.03)</b>	<b>(3,828.77)</b>	<b>(2,722.33)</b>	<b>(3,096.69)</b>	<b>(3,080.75)</b>	<b>(2,873.84)</b>	<b>(2,759.08)</b>	<b>(2,921.92)</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	-23.07%	-50.95%	-87.92%	-86.06%	-84.46%	-78.83%	-44.80%	-54.83%	-53.50%	-48.82%	-45.90%	-50.19%
<b>MARGEN NETO</b>	-24.61%	-53.28%	-90.78%	-88.85%	-87.16%	-81.45%	-46.89%	-57.03%	-55.63%	-50.87%	-47.88%	-52.20%

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2017**

**ESCENARIO INVERSIONISTA PESIMISTA**

	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Ventas	\$7,120.27	\$8,731.63	\$7,836.37	\$7,897.94	\$8,209.58	\$8,315.82	\$9,312.17	\$9,141.01	\$9,259.31	\$9,332.06	\$9,472.04	\$9,266.63
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$7,120.27</b>	<b>\$8,731.63</b>	<b>\$7,836.37</b>	<b>\$7,897.94</b>	<b>\$8,209.58</b>	<b>\$8,315.82</b>	<b>\$9,312.17</b>	<b>\$9,141.01</b>	<b>\$9,259.31</b>	<b>\$9,332.06</b>	<b>\$9,472.04</b>	<b>\$9,266.63</b>
Gastos sueldos	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48
Gastos generales	\$4,269.20	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,876.42	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,876.42	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31
Gastos de depreciación	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(2,624.00)</b>	<b>-\$520.75</b>	<b>(1,416.01)</b>	<b>(1,354.44)</b>	<b>(1,141.91)</b>	<b>-\$936.56</b>	<b>\$59.79</b>	<b>-\$111.37</b>	<b>-\$92.18</b>	<b>\$79.68</b>	<b>\$219.66</b>	<b>\$14.24</b>
Gastos de intereses	\$110.52	\$108.69	\$106.85	\$104.99	\$103.12	\$101.22	\$99.31	\$97.38	\$95.43	\$93.46	\$91.47	\$89.46
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(2,734.52)</b>	<b>-\$629.44</b>	<b>(1,522.86)</b>	<b>(1,459.43)</b>	<b>(1,245.03)</b>	<b>-\$1,037.78</b>	<b>-\$39.52</b>	<b>-\$208.74</b>	<b>-\$187.61</b>	<b>-\$13.78</b>	<b>\$128.19</b>	<b>-\$75.22</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	\$0.00	-	-	-	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(2,734.52)</b>	<b>-\$629.44</b>	<b>(1,522.86)</b>	<b>(1,459.43)</b>	<b>(1,245.03)</b>	<b>(1,037.78)</b>	<b>-\$39.52</b>	<b>-\$208.74</b>	<b>-\$187.61</b>	<b>-\$13.78</b>	<b>\$128.19</b>	<b>-\$75.22</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(2,734.52)</b>	<b>-\$629.44</b>	<b>(1,522.86)</b>	<b>(1,459.43)</b>	<b>(1,245.03)</b>	<b>(1,037.78)</b>	<b>-\$39.52</b>	<b>-\$208.74</b>	<b>-\$187.61</b>	<b>-\$13.78</b>	<b>\$128.19</b>	<b>-\$75.22</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	-36.85%	-5.96%	-18.07%	-17.15%	-13.91%	-11.26%	0.64%	-1.22%	-1.00%	0.85%	2.32%	0.15%
MARGEN NETO	-38.40%	-7.21%	-19.43%	-18.48%	-15.17%	-12.48%	-0.42%	-2.28%	-2.03%	-0.15%	1.35%	-0.81%

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2018</b>												
<b>ESCENARIO INVERSIONISTA PESIMISTA</b>												
	<b>25</b>	<b>26</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>30</b>	<b>31</b>	<b>32</b>	<b>33</b>	<b>34</b>	<b>35</b>	<b>36</b>
Ventas	\$10,996.84	\$12,766.67	\$11,963.98	\$12,057.98	\$12,681.22	\$12,606.02	\$13,646.44	\$13,531.98	\$13,638.30	\$13,676.10	\$13,981.31	\$13,678.10
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$10,996.84</b>	<b>\$12,766.67</b>	<b>\$11,963.98</b>	<b>\$12,057.98</b>	<b>\$12,681.22</b>	<b>\$12,606.02</b>	<b>\$13,646.44</b>	<b>\$13,531.98</b>	<b>\$13,638.30</b>	<b>\$13,676.10</b>	<b>\$13,981.31</b>	<b>\$13,678.10</b>
Gastos sueldos	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82
Gastos generales	\$5,169.31	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,721.04	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,721.04	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98
Gastos de depreciación	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-\$762.26</b>	<b>\$1,559.90</b>	<b>\$757.21</b>	<b>\$851.21</b>	<b>\$1,370.39</b>	<b>\$1,399.25</b>	<b>\$2,439.67</b>	<b>\$2,325.21</b>	<b>\$2,327.47</b>	<b>\$2,469.33</b>	<b>\$2,774.54</b>	<b>\$2,471.33</b>
Gastos de intereses	\$87.44	\$85.39	\$83.33	\$81.24	\$79.14	\$77.01	\$74.87	\$72.70	\$70.51	\$68.31	\$66.08	\$63.83
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>-\$849.70</b>	<b>\$1,474.51</b>	<b>\$673.88</b>	<b>\$769.97</b>	<b>\$1,291.25</b>	<b>\$1,322.24</b>	<b>\$2,364.80</b>	<b>\$2,252.51</b>	<b>\$2,256.96</b>	<b>\$2,401.02</b>	<b>\$2,708.46</b>	<b>\$2,407.50</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-\$127.45	\$221.18	\$101.08	\$115.50	\$193.69	\$198.34	\$354.72	\$337.88	\$338.54	\$360.15	\$406.27	\$361.13
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-\$722.24</b>	<b>\$1,253.33</b>	<b>\$572.80</b>	<b>\$654.48</b>	<b>\$1,097.56</b>	<b>\$1,123.90</b>	<b>\$2,010.08</b>	<b>\$1,914.64</b>	<b>\$1,918.41</b>	<b>\$2,040.87</b>	<b>\$2,302.19</b>	<b>\$2,046.38</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-\$158.89	\$275.73	\$126.02	\$143.98	\$241.46	\$247.26	\$442.22	\$421.22	\$422.05	\$448.99	\$506.48	\$450.20
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-\$563.35</b>	<b>\$977.60</b>	<b>\$446.79</b>	<b>\$510.49</b>	<b>\$856.10</b>	<b>\$876.64</b>	<b>\$1,567.86</b>	<b>\$1,493.42</b>	<b>\$1,496.36</b>	<b>\$1,591.88</b>	<b>\$1,795.71</b>	<b>\$1,596.17</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	-6.93%	12.22%	6.33%	7.06%	10.81%	11.10%	17.88%	17.18%	17.07%	18.06%	19.84%	18.07%
<b>MARGEN NETO</b>	-5.12%	7.66%	3.73%	4.23%	6.75%	6.95%	11.49%	11.04%	10.97%	11.64%	12.84%	11.67%



<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2019</b>												
<b>ESCENARIO INVERSIONISTA PESIMISTA</b>												
	<b>37</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>43</b>	<b>44</b>	<b>45</b>	<b>46</b>	<b>47</b>	<b>48</b>
Ventas	\$15,718.09	\$17,411.50	\$16,458.14	\$16,622.72	\$16,584.20	\$16,872.89	\$17,999.59	\$17,638.08	\$18,031.71	\$18,081.67	\$18,262.49	\$17,995.24
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$15,718.09</b>	<b>\$17,411.50</b>	<b>\$16,458.14</b>	<b>\$16,622.72</b>	<b>\$16,584.20</b>	<b>\$16,872.89</b>	<b>\$17,999.59</b>	<b>\$17,638.08</b>	<b>\$18,031.71</b>	<b>\$18,081.67</b>	<b>\$18,262.49</b>	<b>\$17,995.24</b>
Gastos sueldos	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39
Gastos generales	\$4,848.12	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,415.08	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,415.08	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81
Gastos de depreciación	\$66.85	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$3,075.55</b>	<b>\$5,264.33</b>	<b>\$4,310.96</b>	<b>\$4,475.55</b>	<b>\$4,327.76</b>	<b>\$4,725.72</b>	<b>\$5,852.42</b>	<b>\$5,490.90</b>	<b>\$5,775.27</b>	<b>\$5,934.50</b>	<b>\$6,115.32</b>	<b>\$5,848.06</b>
Gastos de intereses	\$61.56	\$59.26	\$56.95	\$54.61	\$52.25	\$49.87	\$47.46	\$45.03	\$42.58	\$40.11	\$37.61	\$35.08
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$3,013.99</b>	<b>\$5,205.07</b>	<b>\$4,254.02</b>	<b>\$4,420.94</b>	<b>\$4,275.51</b>	<b>\$4,675.85</b>	<b>\$5,804.96</b>	<b>\$5,445.87</b>	<b>\$5,732.68</b>	<b>\$5,894.40</b>	<b>\$6,077.71</b>	<b>\$5,812.98</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$452.10	\$780.76	\$638.10	\$663.14	\$641.33	\$701.38	\$870.74	\$816.88	\$859.90	\$884.16	\$911.66	\$871.95
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$2,561.89</b>	<b>\$4,424.31</b>	<b>\$3,615.91</b>	<b>\$3,757.80</b>	<b>\$3,634.19</b>	<b>\$3,974.47</b>	<b>\$4,934.21</b>	<b>\$4,628.99</b>	<b>\$4,872.78</b>	<b>\$5,010.24</b>	<b>\$5,166.05</b>	<b>\$4,941.03</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$563.62	\$973.35	\$795.50	\$826.72	\$799.52	\$874.38	\$1,085.53	\$1,018.38	\$1,072.01	\$1,102.25	\$1,136.53	\$1,235.26
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$1,998.28</b>	<b>\$3,450.96</b>	<b>\$2,820.41</b>	<b>\$2,931.08</b>	<b>\$2,834.66</b>	<b>\$3,100.09</b>	<b>\$3,848.69</b>	<b>\$3,610.61</b>	<b>\$3,800.77</b>	<b>\$3,907.98</b>	<b>\$4,029.52</b>	<b>\$3,705.77</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	19.57%	30.23%	26.19%	26.92%	26.10%	28.01%	32.51%	31.13%	32.03%	32.82%	33.49%	32.50%
<b>MARGEN NETO</b>	12.71%	19.82%	17.14%	17.63%	17.09%	18.37%	21.38%	20.47%	21.08%	21.61%	22.06%	20.59%

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2020**

**ESCENARIO INVERSIONISTA PESIMISTA**

	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
Ventas	\$20,227.82	\$22,246.34	\$20,985.95	\$21,351.26	\$21,301.79	\$21,672.60	\$22,861.82	\$22,271.05	\$22,382.41	\$22,494.32	\$22,606.79	\$22,439.34
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$20,227.82</b>	<b>\$22,246.34</b>	<b>\$20,985.95</b>	<b>\$21,351.26</b>	<b>\$21,301.79</b>	<b>\$21,672.60</b>	<b>\$22,861.82</b>	<b>\$22,271.05</b>	<b>\$22,382.41</b>	<b>\$22,494.32</b>	<b>\$22,606.79</b>	<b>\$22,439.34</b>
Gastos sueldos	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43
Gastos generales	\$6,207.11	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,714.78	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,714.78	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05
Gastos de depreciación	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$5,733.31</b>	<b>\$8,358.89</b>	<b>\$7,098.50</b>	<b>\$7,463.81</b>	<b>\$7,299.61</b>	<b>\$7,785.15</b>	<b>\$8,974.37</b>	<b>\$8,383.60</b>	<b>\$8,380.22</b>	<b>\$8,606.87</b>	<b>\$8,719.34</b>	<b>\$8,551.88</b>
Gastos de intereses	\$32.54	\$29.97	\$27.37	\$24.75	\$22.10	\$19.43	\$16.73	\$14.01	\$11.26	\$8.49	\$5.68	\$2.86
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$5,700.77</b>	<b>\$8,328.92</b>	<b>\$7,071.13</b>	<b>\$7,439.06</b>	<b>\$7,277.50</b>	<b>\$7,765.72</b>	<b>\$8,957.64</b>	<b>\$8,369.59</b>	<b>\$8,368.96</b>	<b>\$8,598.38</b>	<b>\$8,713.66</b>	<b>\$8,549.03</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$855.12	\$1,249.34	\$1,060.67	\$1,115.86	\$1,091.63	\$1,164.86	\$1,343.65	\$1,255.44	\$1,255.34	\$1,289.76	\$1,307.05	\$1,282.35
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$4,845.66</b>	<b>\$7,079.58</b>	<b>\$6,010.46</b>	<b>\$6,323.20</b>	<b>\$6,185.88</b>	<b>\$6,600.86</b>	<b>\$7,613.99</b>	<b>\$7,114.15</b>	<b>\$7,113.62</b>	<b>\$7,308.62</b>	<b>\$7,406.61</b>	<b>\$7,266.67</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$1,066.04	\$1,557.51	\$1,322.30	\$1,391.10	\$1,360.89	\$1,452.19	\$1,675.08	\$1,565.11	\$1,565.00	\$1,607.90	\$1,629.45	\$1,598.67
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$3,779.61</b>	<b>\$5,522.07</b>	<b>\$4,688.16</b>	<b>\$4,932.10</b>	<b>\$4,824.98</b>	<b>\$5,148.67</b>	<b>\$5,938.91</b>	<b>\$5,549.04</b>	<b>\$5,548.62</b>	<b>\$5,700.73</b>	<b>\$5,777.15</b>	<b>\$5,668.00</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	28.34%	37.57%	33.83%	34.96%	34.27%	35.92%	39.25%	37.64%	37.44%	38.26%	38.57%	38.11%
MARGEN NETO	18.69%	24.82%	22.34%	23.10%	22.65%	23.76%	25.98%	24.92%	24.79%	25.34%	25.55%	25.26%

**ANEXO 21**  
**Estado de Resultado Propio Pesimista 2016-2020 Mensual**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2016</b>												
<b>ESCENARIO PROPIO PESIMISTA</b>												
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>
Ventas	\$8,500.00	\$5,569.20	\$4,473.72	\$4,518.46	\$4,608.83	\$4,701.00	\$5,805.74	\$5,429.66	\$5,538.25	\$5,649.02	\$5,762.00	\$5,597.37
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$8,500.00</b>	<b>\$5,569.20</b>	<b>\$4,473.72</b>	<b>\$4,518.46</b>	<b>\$4,608.83</b>	<b>\$4,701.00</b>	<b>\$5,805.74</b>	<b>\$5,429.66</b>	<b>\$5,538.25</b>	<b>\$5,649.02</b>	<b>\$5,762.00</b>	<b>\$5,597.37</b>
Gastos sueldos	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66	\$4,786.66
Gastos generales	\$5,555.46	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,596.10	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,596.10	\$3,501.71	\$3,501.71	\$3,501.71
Gastos de depreciación	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(1,960.72)</b>	<b>(2,837.77)</b>	<b>(3,933.25)</b>	<b>(3,888.51)</b>	<b>(3,892.53)</b>	<b>(3,705.96)</b>	<b>(2,601.23)</b>	<b>(2,977.31)</b>	<b>(2,963.10)</b>	<b>(2,757.95)</b>	<b>(2,644.97)</b>	<b>(2,809.60)</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(1,960.72)</b>	<b>(2,837.77)</b>	<b>(3,933.25)</b>	<b>(3,888.51)</b>	<b>(3,892.53)</b>	<b>(3,705.96)</b>	<b>(2,601.23)</b>	<b>(2,977.31)</b>	<b>(2,963.10)</b>	<b>(2,757.95)</b>	<b>(2,644.97)</b>	<b>(2,809.60)</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(1,960.72)</b>	<b>(2,837.77)</b>	<b>(3,933.25)</b>	<b>(3,888.51)</b>	<b>(3,892.53)</b>	<b>(3,705.96)</b>	<b>(2,601.23)</b>	<b>(2,977.31)</b>	<b>(2,963.10)</b>	<b>(2,757.95)</b>	<b>(2,644.97)</b>	<b>(2,809.60)</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(1,960.72)</b>	<b>(2,837.77)</b>	<b>(3,933.25)</b>	<b>(3,888.51)</b>	<b>(3,892.53)</b>	<b>(3,705.96)</b>	<b>(2,601.23)</b>	<b>(2,977.31)</b>	<b>(2,963.10)</b>	<b>(2,757.95)</b>	<b>(2,644.97)</b>	<b>(2,809.60)</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	-23.07%	-50.95%	-87.92%	-86.06%	-84.46%	-78.83%	-44.80%	-54.83%	-53.50%	-48.82%	-45.90%	-50.19%
<b>MARGEN NETO</b>	-23.07%	-50.95%	-87.92%	-86.06%	-84.46%	-78.83%	-44.80%	-54.83%	-53.50%	-48.82%	-45.90%	-50.19%

## ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2017

### ESCENARIO PROPIO PESIMISTA

	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
Ventas	\$7,120.27	\$8,731.63	\$7,836.37	\$7,897.94	\$8,209.58	\$8,315.82	\$9,312.17	\$9,141.01	\$9,259.31	\$9,332.06	\$9,472.04	\$9,266.63
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$7,120.27</b>	<b>\$8,731.63</b>	<b>\$7,836.37</b>	<b>\$7,897.94</b>	<b>\$8,209.58</b>	<b>\$8,315.82</b>	<b>\$9,312.17</b>	<b>\$9,141.01</b>	<b>\$9,259.31</b>	<b>\$9,332.06</b>	<b>\$9,472.04</b>	<b>\$9,266.63</b>
Gastos sueldos	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48	\$5,356.48
Gastos generales	\$4,269.20	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,876.42	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,876.42	\$3,777.31	\$3,777.31	\$3,777.31
Gastos de depreciación	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42	\$96.42
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(2,624.00)</b>	<b>-\$520.75</b>	<b>(1,416.01)</b>	<b>(1,354.44)</b>	<b>(1,141.91)</b>	<b>-\$936.56</b>	<b>\$59.79</b>	<b>-\$111.37</b>	<b>-\$92.18</b>	<b>\$79.68</b>	<b>\$219.66</b>	<b>\$14.24</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(2,624.00)</b>	<b>-\$520.75</b>	<b>(1,416.01)</b>	<b>(1,354.44)</b>	<b>(1,141.91)</b>	<b>-\$936.56</b>	<b>\$59.79</b>	<b>-\$111.37</b>	<b>-\$92.18</b>	<b>\$79.68</b>	<b>\$219.66</b>	<b>\$14.24</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	\$0.00	-	-	-	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(2,624.00)</b>	<b>-\$520.75</b>	<b>(1,416.01)</b>	<b>(1,354.44)</b>	<b>(1,141.91)</b>	<b>(936.56)</b>	<b>\$59.79</b>	<b>-\$111.37</b>	<b>-\$92.18</b>	<b>\$79.68</b>	<b>\$219.66</b>	<b>\$14.24</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(2,624.00)</b>	<b>-\$520.75</b>	<b>(1,416.01)</b>	<b>(1,354.44)</b>	<b>(1,141.91)</b>	<b>(936.56)</b>	<b>\$59.79</b>	<b>-\$111.37</b>	<b>-\$92.18</b>	<b>\$79.68</b>	<b>\$219.66</b>	<b>\$14.24</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	-36.85%	-5.96%	-18.07%	-17.15%	-13.91%	-11.26%	0.64%	-1.22%	-1.00%	0.85%	2.32%	0.15%
MARGEN NETO	-36.85%	-5.96%	-18.07%	-17.15%	-13.91%	-11.26%	0.64%	-1.22%	-1.00%	0.85%	2.32%	0.15%

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2018**

**ESCENARIO PROPIO PESIMISTA**

	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36
Ventas	\$10,996.84	\$12,766.67	\$11,963.98	\$12,057.98	\$12,681.22	\$12,606.02	\$13,646.44	\$13,531.98	\$13,638.30	\$13,676.10	\$13,981.31	\$13,678.10
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$10,996.84</b>	<b>\$12,766.67</b>	<b>\$11,963.98</b>	<b>\$12,057.98</b>	<b>\$12,681.22</b>	<b>\$12,606.02</b>	<b>\$13,646.44</b>	<b>\$13,531.98</b>	<b>\$13,638.30</b>	<b>\$13,676.10</b>	<b>\$13,981.31</b>	<b>\$13,678.10</b>
Gastos sueldos	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82	\$6,453.82
Gastos generales	\$5,169.31	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,721.04	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,721.04	\$4,616.98	\$4,616.98	\$4,616.98
Gastos de depreciación	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-\$762.26</b>	<b>\$1,559.90</b>	<b>\$757.21</b>	<b>\$851.21</b>	<b>\$1,370.39</b>	<b>\$1,399.25</b>	<b>\$2,439.67</b>	<b>\$2,325.21</b>	<b>\$2,327.47</b>	<b>\$2,469.33</b>	<b>\$2,774.54</b>	<b>\$2,471.33</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>-\$762.26</b>	<b>\$1,559.90</b>	<b>\$757.21</b>	<b>\$851.21</b>	<b>\$1,370.39</b>	<b>\$1,399.25</b>	<b>\$2,439.67</b>	<b>\$2,325.21</b>	<b>\$2,327.47</b>	<b>\$2,469.33</b>	<b>\$2,774.54</b>	<b>\$2,471.33</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-\$114.34	\$233.99	\$113.58	\$127.68	\$205.56	\$209.89	\$365.95	\$348.78	\$349.12	\$370.40	\$416.18	\$370.70
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>-\$647.92</b>	<b>\$1,325.92</b>	<b>\$643.63</b>	<b>\$723.53</b>	<b>\$1,164.83</b>	<b>\$1,189.36</b>	<b>\$2,073.72</b>	<b>\$1,976.43</b>	<b>\$1,978.35</b>	<b>\$2,098.93</b>	<b>\$2,358.36</b>	<b>\$2,100.63</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-\$142.54	\$291.70	\$141.60	\$159.18	\$256.26	\$261.66	\$456.22	\$434.81	\$435.24	\$461.76	\$518.84	\$462.14
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-\$505.38</b>	<b>\$1,034.22</b>	<b>\$502.03</b>	<b>\$564.35</b>	<b>\$908.57</b>	<b>\$927.70</b>	<b>\$1,617.50</b>	<b>\$1,541.62</b>	<b>\$1,543.11</b>	<b>\$1,637.17</b>	<b>\$1,839.52</b>	<b>\$1,638.49</b>

MARGEN BRUTO	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
MARGEN OPERACIONAL	-6.93%	12.22%	6.33%	7.06%	10.81%	11.10%	17.88%	17.18%	17.07%	18.06%	19.84%	18.07%
MARGEN NETO	-4.60%	8.10%	4.20%	4.68%	7.16%	7.36%	11.85%	11.39%	11.31%	11.97%	13.16%	11.98%

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2019</b>												
<b>ESCENARIO PROPIO PESIMISTA</b>												
	<b>37</b>	<b>38</b>	<b>39</b>	<b>40</b>	<b>41</b>	<b>42</b>	<b>43</b>	<b>44</b>	<b>45</b>	<b>46</b>	<b>47</b>	<b>48</b>
Ventas	\$15,718.09	\$17,411.50	\$16,458.14	\$16,622.72	\$16,584.20	\$16,872.89	\$17,999.59	\$17,638.08	\$18,031.71	\$18,081.67	\$18,262.49	\$17,995.24
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$15,718.09</b>	<b>\$17,411.50</b>	<b>\$16,458.14</b>	<b>\$16,622.72</b>	<b>\$16,584.20</b>	<b>\$16,872.89</b>	<b>\$17,999.59</b>	<b>\$17,638.08</b>	<b>\$18,031.71</b>	<b>\$18,081.67</b>	<b>\$18,262.49</b>	<b>\$17,995.24</b>
Gastos sueldos	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39	\$7,705.39
Gastos generales	\$4,848.12	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,415.08	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,415.08	\$4,305.81	\$4,305.81	\$4,305.81
Gastos de depreciación	\$66.85	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$3,075.55</b>	<b>\$5,264.33</b>	<b>\$4,310.96</b>	<b>\$4,475.55</b>	<b>\$4,327.76</b>	<b>\$4,725.72</b>	<b>\$5,852.42</b>	<b>\$5,490.90</b>	<b>\$5,775.27</b>	<b>\$5,934.50</b>	<b>\$6,115.32</b>	<b>\$5,848.06</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$3,075.55</b>	<b>\$5,264.33</b>	<b>\$4,310.96</b>	<b>\$4,475.55</b>	<b>\$4,327.76</b>	<b>\$4,725.72</b>	<b>\$5,852.42</b>	<b>\$5,490.90</b>	<b>\$5,775.27</b>	<b>\$5,934.50</b>	<b>\$6,115.32</b>	<b>\$5,848.06</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$461.33	\$789.65	\$646.64	\$671.33	\$649.16	\$708.86	\$877.86	\$823.64	\$866.29	\$890.18	\$917.30	\$877.21
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$2,614.22</b>	<b>\$4,474.68</b>	<b>\$3,664.32</b>	<b>\$3,804.21</b>	<b>\$3,678.60</b>	<b>\$4,016.86</b>	<b>\$4,974.56</b>	<b>\$4,667.27</b>	<b>\$4,908.98</b>	<b>\$5,044.33</b>	<b>\$5,198.02</b>	<b>\$4,970.85</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$575.13	\$984.43	\$806.15	\$836.93	\$809.29	\$883.71	\$1,094.40	\$1,026.80	\$1,079.97	\$1,109.75	\$1,143.56	\$1,093.59
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$2,039.09</b>	<b>\$3,490.25</b>	<b>\$2,858.17</b>	<b>\$2,967.29</b>	<b>\$2,869.31</b>	<b>\$3,133.15</b>	<b>\$3,880.15</b>	<b>\$3,640.47</b>	<b>\$3,829.00</b>	<b>\$3,934.57</b>	<b>\$4,054.46</b>	<b>\$3,877.27</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	19.57%	30.23%	26.19%	26.92%	26.10%	28.01%	32.51%	31.13%	32.03%	32.82%	33.49%	32.50%
<b>MARGEN NETO</b>	12.97%	20.05%	17.37%	17.85%	17.30%	18.57%	21.56%	20.64%	21.23%	21.76%	22.20%	21.55%

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO 2020</b>												
<b>ESCENARIO PROPIO PESIMISTA</b>												
	<b>49</b>	<b>50</b>	<b>51</b>	<b>52</b>	<b>53</b>	<b>54</b>	<b>55</b>	<b>56</b>	<b>57</b>	<b>58</b>	<b>59</b>	<b>60</b>
Ventas	\$20,227.82	\$22,246.34	\$20,985.95	\$21,351.26	\$21,301.79	\$21,672.60	\$22,861.82	\$22,271.05	\$22,382.41	\$22,494.32	\$22,606.79	\$22,439.34
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$20,227.82</b>	<b>\$22,246.34</b>	<b>\$20,985.95</b>	<b>\$21,351.26</b>	<b>\$21,301.79</b>	<b>\$21,672.60</b>	<b>\$22,861.82</b>	<b>\$22,271.05</b>	<b>\$22,382.41</b>	<b>\$22,494.32</b>	<b>\$22,606.79</b>	<b>\$22,439.34</b>
Gastos sueldos	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43	\$8,151.43
Gastos generales	\$6,207.11	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,714.78	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,600.05	\$5,714.78	\$5,600.05	\$5,600.05
Gastos de depreciación	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80	\$113.80
Gastos de amortización	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18	\$22.18
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$5,733.31</b>	<b>\$8,358.89</b>	<b>\$7,098.50</b>	<b>\$7,463.81</b>	<b>\$7,299.61</b>	<b>\$7,785.15</b>	<b>\$8,974.37</b>	<b>\$8,383.60</b>	<b>\$8,380.22</b>	<b>\$8,606.87</b>	<b>\$8,719.34</b>	<b>\$8,551.88</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>\$5,733.31</b>	<b>\$8,358.89</b>	<b>\$7,098.50</b>	<b>\$7,463.81</b>	<b>\$7,299.61</b>	<b>\$7,785.15</b>	<b>\$8,974.37</b>	<b>\$8,383.60</b>	<b>\$8,380.22</b>	<b>\$8,606.87</b>	<b>\$8,719.34</b>	<b>\$8,551.88</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	\$860.00	\$1,253.83	\$1,064.77	\$1,119.57	\$1,094.94	\$1,167.77	\$1,346.16	\$1,257.54	\$1,257.03	\$1,291.03	\$1,307.90	\$1,282.78
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$4,873.31</b>	<b>\$7,105.05</b>	<b>\$6,033.72</b>	<b>\$6,344.24</b>	<b>\$6,204.67</b>	<b>\$6,617.37</b>	<b>\$7,628.22</b>	<b>\$7,126.06</b>	<b>\$7,123.19</b>	<b>\$7,315.84</b>	<b>\$7,411.44</b>	<b>\$7,269.10</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	\$1,072.13	\$1,563.11	\$1,327.42	\$1,395.73	\$1,365.03	\$1,455.82	\$1,678.21	\$1,567.73	\$1,567.10	\$1,609.48	\$1,630.52	\$1,599.20
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$3,801.18</b>	<b>\$5,541.94</b>	<b>\$4,706.30</b>	<b>\$4,948.51</b>	<b>\$4,839.64</b>	<b>\$5,161.55</b>	<b>\$5,950.01</b>	<b>\$5,558.33</b>	<b>\$5,556.09</b>	<b>\$5,706.35</b>	<b>\$5,780.92</b>	<b>\$5,669.90</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	28.34%	37.57%	33.83%	34.96%	34.27%	35.92%	39.25%	37.64%	37.44%	38.26%	38.57%	38.11%
<b>MARGEN NETO</b>	18.79%	24.91%	22.43%	23.18%	22.72%	23.82%	26.03%	24.96%	24.82%	25.37%	25.57%	25.27%

**ANEXO 22**  
**Estado de Resultado Inversionista Esperado 2016-2020 Anual**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO - ANUAL</b>					
<b>ESCENARIO INVERSIONISTA ESPERADO</b>					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Ventas	\$75,558.21	\$113,985.31	\$164,297.70	\$220,045.10	\$273,471.60
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$75,558.21</b>	<b>\$113,985.31</b>	<b>\$164,297.70</b>	<b>\$220,045.10</b>	<b>\$273,471.60</b>
Gastos sueldos	\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
Gastos generales	\$44,263.05	\$46,017.78	\$56,164.18	\$52,430.59	\$68,037.10
Gastos de depreciación	\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(27,567.90)</b>	<b>\$2,266.62</b>	<b>\$29,056.02</b>	<b>\$73,565.12</b>	<b>\$105,985.63</b>
Gastos de intereses	\$1,462.35	\$1,201.89	\$909.83	\$582.37	\$215.19
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(29,030.26)</b>	<b>\$1,064.73</b>	<b>\$28,146.19</b>	<b>\$72,982.76</b>	<b>\$105,770.44</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	\$159.71	\$4,221.93	\$10,947.41	\$15,865.57
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(29,030.26)</b>	<b>\$905.02</b>	<b>\$23,924.26</b>	<b>\$62,035.34</b>	<b>\$89,904.88</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-	\$199.10	\$5,263.34	\$13,647.78	\$19,779.07
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(29,030.26)</b>	<b>\$705.92</b>	<b>\$18,660.92</b>	<b>\$48,387.57</b>	<b>\$70,125.80</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	-36.49%	1.99%	17.68%	33.43%	38.76%
<b>MARGEN NETO</b>	-38.42%	0.62%	11.36%	21.99%	25.64%



**ANEXO 23**  
**Estado de Resultado Propio Esperado 2016-2020 Anual**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO - ANUAL</b>					
<b>ESCENARIO PROPIO ESPERADO</b>					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Ventas	\$75,558.21	\$113,985.31	\$164,297.70	\$220,045.10	\$273,471.60
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$75,558.21</b>	<b>\$113,985.31</b>	<b>\$164,297.70</b>	<b>\$220,045.10</b>	<b>\$273,471.60</b>
Gastos sueldos	\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
Gastos generales	\$44,263.05	\$46,017.78	\$56,164.18	\$52,430.59	\$68,037.10
Gastos de depreciación	\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(27,567.90)</b>	<b>\$2,266.62</b>	<b>\$29,056.02</b>	<b>\$73,565.12</b>	<b>\$105,985.63</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(27,567.90)</b>	<b>\$2,266.62</b>	<b>\$29,056.02</b>	<b>\$73,565.12</b>	<b>\$105,985.63</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	\$339.99	\$4,358.40	\$11,034.77	\$15,897.84
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(27,567.90)</b>	<b>\$1,926.62</b>	<b>\$24,697.62</b>	<b>\$62,530.35</b>	<b>\$90,087.79</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-	\$423.86	\$5,433.48	\$13,756.68	\$19,819.31
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(27,567.90)</b>	<b>\$1,502.77</b>	<b>\$19,264.14</b>	<b>\$48,773.68</b>	<b>\$70,268.47</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	-36.49%	1.99%	17.68%	33.43%	38.76%
<b>MARGEN NETO</b>	-36.49%	1.32%	11.73%	22.17%	25.69%

**ANEXO 24**  
**Estado de Resultado Inversionista Optimista 2016-2020 Anual**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO - ANUAL</b>					
<b>ESCENARIO INVERSIONISTA OPTIMISTA</b>					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Ventas	\$83,926.97	\$124,321.76	\$178,527.60	\$237,508.76	\$302,996.97
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$83,926.97</b>	<b>\$124,321.76</b>	<b>\$178,527.60</b>	<b>\$237,508.76</b>	<b>\$302,996.97</b>
Gastos sueldos	\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
Gastos generales	\$44,263.05	\$46,017.78	\$56,164.18	\$52,430.59	\$68,037.10
Gastos de depreciación	\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(19,199.14)</b>	<b>\$12,603.07</b>	<b>\$43,285.92</b>	<b>\$91,028.77</b>	<b>\$135,511.00</b>
Gastos de intereses	\$1,462.35	\$1,201.89	\$909.83	\$582.37	\$215.19
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(20,661.50)</b>	<b>\$11,401.18</b>	<b>\$42,376.09</b>	<b>\$90,446.41</b>	<b>\$135,295.81</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	\$1,710.18	\$6,356.41	\$13,566.96	\$20,294.37
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(20,661.50)</b>	<b>\$9,691.00</b>	<b>\$36,019.67</b>	<b>\$76,879.45</b>	<b>\$115,001.44</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-	\$2,132.02	\$7,924.33	\$16,913.48	\$25,300.32
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(20,661.50)</b>	<b>\$7,558.98</b>	<b>\$28,095.35</b>	<b>\$59,965.97</b>	<b>\$89,701.12</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	-22.88%	10.14%	24.25%	38.33%	44.72%
<b>MARGEN NETO</b>	-24.62%	6.08%	15.74%	25.25%	29.60%

**ANEXO 25**  
**Estado de Resultado Propio Optimista 2016-2020 Anual**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO - ANUAL</b>					
<b>ESCENARIO PROPIO OPTIMISTA</b>					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Ventas	\$83,926.97	\$124,321.76	\$178,527.60	\$237,508.76	\$302,996.97
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$83,926.97</b>	<b>\$124,321.76</b>	<b>\$178,527.60</b>	<b>\$237,508.76</b>	<b>\$302,996.97</b>
Gastos sueldos	\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
Gastos generales	\$44,263.05	\$46,017.78	\$56,164.18	\$52,430.59	\$68,037.10
Gastos de depreciación	\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(19,199.14)</b>	<b>\$12,603.07</b>	<b>\$43,285.92</b>	<b>\$91,028.77</b>	<b>\$135,511.00</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(19,199.14)</b>	<b>\$12,603.07</b>	<b>\$43,285.92</b>	<b>\$91,028.77</b>	<b>\$135,511.00</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	\$1,890.46	\$6,492.89	\$13,654.32	\$20,326.65
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(19,199.14)</b>	<b>\$10,712.61</b>	<b>\$36,793.03</b>	<b>\$77,374.46</b>	<b>\$115,184.35</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-	\$2,356.77	\$8,094.47	\$17,022.38	\$25,340.56
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(19,199.14)</b>	<b>\$8,355.83</b>	<b>\$28,698.57</b>	<b>\$60,352.08</b>	<b>\$89,843.79</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	-22.88%	10.14%	24.25%	38.33%	44.72%
<b>MARGEN NETO</b>	-22.88%	6.72%	16.08%	25.41%	29.65%

**ANEXO 26**  
**Estado de Resultado Inversionista Pesimista 2016-2020 Anual**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO - ANUAL</b>					
<b>ESCENARIO INVERSIONISTA PESIMISTA</b>					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Ventas	\$66,153.24	\$103,894.84	\$155,224.93	\$207,676.32	\$262,841.52
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$66,153.24</b>	<b>\$103,894.84</b>	<b>\$155,224.93</b>	<b>\$207,676.32</b>	<b>\$262,841.52</b>
Gastos sueldos	\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
Gastos generales	\$44,263.05	\$46,017.78	\$56,164.18	\$52,430.59	\$68,037.10
Gastos de depreciación	\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(36,972.88)</b>	<b>-\$7,823.85</b>	<b>\$19,983.25</b>	<b>\$61,196.34</b>	<b>\$95,355.55</b>
Gastos de intereses	\$1,462.35	\$1,201.89	\$909.83	\$582.37	\$215.19
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(38,435.23)</b>	<b>-\$9,025.74</b>	<b>\$19,073.42</b>	<b>\$60,613.97</b>	<b>\$95,140.36</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	\$0.00	\$2,861.01	\$9,092.10	\$14,271.05
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(38,435.23)</b>	<b>-\$9,025.74</b>	<b>\$16,212.40</b>	<b>\$51,521.88</b>	<b>\$80,869.30</b>
25% IMPUESTO A LA RENTA	-	\$0.00	\$3,566.73	\$11,483.04	\$17,791.25
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(38,435.23)</b>	<b>-\$9,025.74</b>	<b>\$12,645.68</b>	<b>\$40,038.83</b>	<b>\$63,078.06</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	-55.89%	-7.53%	12.87%	29.47%	36.28%
<b>MARGEN NETO</b>	-58.10%	-8.69%	8.15%	19.28%	24.00%

**ANEXO 27**  
**Estado de Resultado Propio Pesimista 2016-2020 Anual**

<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO - ANUAL</b>					
<b>ESCENARIO PROPIO PESIMISTA</b>					
	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Ventas	\$66,153.24	\$103,894.84	\$155,224.93	\$207,676.32	\$262,841.52
Costo de los productos vendidos	-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$66,153.24</b>	<b>\$103,894.84</b>	<b>\$155,224.93</b>	<b>\$207,676.32</b>	<b>\$262,841.52</b>
Gastos sueldos	\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
Gastos generales	\$44,263.05	\$46,017.78	\$56,164.18	\$52,430.59	\$68,037.10
Gastos de depreciación	\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>(36,972.88)</b>	<b>-\$7,823.85</b>	<b>\$19,983.25</b>	<b>\$61,196.34</b>	<b>\$95,355.55</b>
Gastos de intereses	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>	<b>(36,972.88)</b>	<b>-\$7,823.85</b>	<b>\$19,983.25</b>	<b>\$61,196.34</b>	<b>\$95,355.55</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	-	\$0.00	\$2,997.49	\$9,179.45	\$14,303.33
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>(36,972.88)</b>	<b>-\$7,823.85</b>	<b>\$16,985.76</b>	<b>\$52,016.89</b>	<b>\$81,052.21</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA	-	\$0.00	\$3,736.87	\$11,443.72	\$17,831.49
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>(36,972.88)</b>	<b>-\$7,823.85</b>	<b>\$13,248.89</b>	<b>\$40,573.17</b>	<b>\$63,220.73</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
<b>MARGEN OPERACIONAL</b>	-55.89%	-7.53%	12.87%	29.47%	36.28%
<b>MARGEN NETO</b>	-55.89%	-7.53%	8.54%	19.54%	24.05%

**ANEXO 28**  
**Estado de Situación Inversionista Esperado 2016-2020**

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO						
ESCENARIO INVERSIONISTA ESPERADO						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>ACTIVOS</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$37,223.18</b>	<b>\$35,790.66</b>	<b>\$52,593.47</b>	<b>\$101,965.68</b>	<b>\$169,557.26</b>
<i>Corrientes</i>	\$63,376.28	\$33,621.19	\$33,611.87	\$52,046.33	\$100,481.04	\$169,704.27
Efectivo	\$63,376.28	\$33,621.19	\$33,611.87	\$52,046.33	\$100,481.04	\$169,704.27

<i>No Corrientes</i>	\$5,025.19	\$3,601.99	\$2,178.79	\$547.14	\$1,484.64	(147.02)
Propiedad, Planta y Equipo	\$3,694.63	\$3,694.63	\$3,694.63	\$3,694.63	\$6,216.84	\$6,216.84
Depreciación acumulada	-	\$1,157.09	\$2,314.17	\$3,679.71	\$4,998.31	\$6,363.85

Intangibles	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56
Amortización acumulada	-	\$266.11	\$532.22	\$798.34	\$1,064.45	\$1,330.56

<b>PASIVOS</b>	<b>\$13,680.29</b>	<b>\$11,532.26</b>	<b>\$9,393.83</b>	<b>\$7,535.72</b>	<b>\$5,720.35</b>	<b>\$3,186.13</b>
<i>Corrientes</i>	-	-	\$270.06	\$1,112.50	\$2,325.16	\$3,186.13
Impuestos por pagar	-	-	\$270.06	\$1,112.50	\$2,325.16	\$3,186.13

<i>No Corrientes</i>	\$13,680.29	\$11,532.26	\$9,123.76	\$6,423.21	\$3,395.19	-
Deuda a largo plazo	\$13,680.29	\$11,532.26	\$9,123.76	\$6,423.21	\$3,395.19	-

<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$54,721.17</b>	<b>\$25,690.92</b>	<b>\$26,396.83</b>	<b>\$45,057.76</b>	<b>\$96,245.32</b>	<b>\$166,371.13</b>
Capital	\$54,721.17	\$54,721.17	\$54,721.17	\$54,721.17	\$57,521.17	\$57,521.17
Utilidades retenidas	-	(29,030.26)	(28,324.34)	(9,663.42)	\$38,724.15	\$108,849.95

<i>Comprobación</i>	-	-	-	-	-	-
---------------------	---	---	---	---	---	---

<b>Valoración Empresa</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$37,223.18</b>	<b>\$35,790.66</b>	<b>\$52,593.47</b>	<b>\$101,965.68</b>	<b>\$169,557.26</b>
---------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	---------------------	---------------------

Estructura de Capital						
Años	0	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Estructura de Capital</b>						
<b>Deuda</b>	20.00%	30.98%	26.25%	14.33%	5.61%	1.88%
<b>Capital</b>	80.00%	69.02%	73.75%	85.67%	94.39%	98.12%

**ANEXO 29**  
**Estado de Situación Propio Esperado 2016-2020**

<b>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA PROYECTADO</b>						
<b>ESCENARIO PROPIO ESPERADO</b>						
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>ACTIVOS</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$40,833.56</b>	<b>\$42,636.54</b>	<b>\$62,734.49</b>	<b>\$115,511.13</b>	<b>\$186,629.71</b>
<b>Corrientes</b>	<b>\$63,376.28</b>	<b>\$37,231.57</b>	<b>\$40,457.75</b>	<b>\$62,187.35</b>	<b>\$114,026.49</b>	<b>\$186,776.73</b>
Efectivo	\$63,376.28	\$37,231.57	\$40,457.75	\$62,187.35	\$114,026.49	\$186,776.73

<b>No Corrientes</b>	<b>\$5,025.19</b>	<b>\$3,601.99</b>	<b>\$2,178.79</b>	<b>\$547.14</b>	<b>\$1,484.64</b>	<b>(147.02)</b>
Propiedad, Planta y Equipo	\$3,694.63	\$3,694.63	\$3,694.63	\$3,694.63	\$6,216.84	\$6,216.84
Depreciación acumulada	-	\$1,157.09	\$2,314.17	\$3,679.71	\$4,998.31	\$6,363.85

Intangibles	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56
Amortización acumulada	-	\$266.11	\$532.22	\$798.34	\$1,064.45	\$1,330.56

<b>PASIVOS</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$300.21</b>	<b>\$1,134.01</b>	<b>\$2,336.98</b>	<b>\$3,187.09</b>
<b>Corrientes</b>	-	-	<b>\$300.21</b>	<b>\$1,134.01</b>	<b>\$2,336.98</b>	<b>\$3,187.09</b>
Impuestos por pagar	-	-	\$300.21	\$1,134.01	\$2,336.98	\$3,187.09

<b>No Corrientes</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>-</b>
Deuda a largo plazo	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	-

<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$40,833.56</b>	<b>\$42,336.33</b>	<b>\$61,600.47</b>	<b>\$113,174.15</b>	<b>\$183,442.62</b>
Capital	\$68,401.47	\$68,401.47	\$68,401.47	\$68,401.47	\$71,201.47	\$71,201.47
Utilidades retenidas	-	(27,567.90)	(26,065.14)	(6,801.00)	\$41,972.68	\$112,241.15

<i>Comprobación</i>	-	-	-	-	-	-
---------------------	---	---	---	---	---	---

<b>Valoración Empresa</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$40,833.56</b>	<b>\$42,636.54</b>	<b>\$62,734.49</b>	<b>\$115,511.13</b>	<b>\$186,629.71</b>
---------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	---------------------	---------------------

<b>Estructura de Capital</b>						
<b>Años</b>	<b>0</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Estructura de Capital</b>						
<b>Deuda</b>	0.00%	0.00%	0.70%	1.81%	2.02%	1.71%
<b>Capital</b>	100.00%	100.00%	99.30%	98.19%	97.98%	98.29%

**ANEXO 30**  
**Estado de Situación Inversionista Optimista 2016-2020**

<b>ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADO</b>						
<b>ESCENARIO INVERSIONISTA OPTIMISTA</b>						
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>ACTIVOS</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$45,591.94</b>	<b>\$51,313.48</b>	<b>\$77,651.28</b>	<b>\$138,727.16</b>	<b>\$226,308.07</b>
<b>Corrientes</b>	<b>\$63,376.28</b>	<b>\$41,989.95</b>	<b>\$49,134.68</b>	<b>\$77,104.14</b>	<b>\$137,242.53</b>	<b>\$226,455.09</b>
Efectivo	\$63,376.28	\$41,989.95	\$49,134.68	\$77,104.14	\$137,242.53	\$226,455.09
<b>No Corrientes</b>	<b>\$5,025.19</b>	<b>\$3,601.99</b>	<b>\$2,178.79</b>	<b>\$547.14</b>	<b>\$1,484.64</b>	<b>(147.02)</b>
Propiedad, Planta y Equipo	\$3,694.63	\$3,694.63	\$3,694.63	\$3,694.63	\$6,216.84	\$6,216.84
Depreciación acumulada	-	\$1,157.09	\$2,314.17	\$3,679.71	\$4,998.31	\$6,363.85
Intangibles	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56
Amortización acumulada	-	\$266.11	\$532.22	\$798.34	\$1,064.45	\$1,330.56
<b>PASIVOS</b>	<b>\$13,680.29</b>	<b>\$11,532.26</b>	<b>\$9,694.82</b>	<b>\$7,937.27</b>	<b>\$6,247.19</b>	<b>\$4,126.98</b>
<b>Corrientes</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>\$571.05</b>	<b>\$1,514.06</b>	<b>\$2,851.99</b>	<b>\$4,126.98</b>
Impuestos por pagar	-	-	\$571.05	\$1,514.06	\$2,851.99	\$4,126.98
<b>No Corrientes</b>	<b>\$13,680.29</b>	<b>\$11,532.26</b>	<b>\$9,123.76</b>	<b>\$6,423.21</b>	<b>\$3,395.19</b>	<b>-</b>
Deuda a largo plazo	\$13,680.29	\$11,532.26	\$9,123.76	\$6,423.21	\$3,395.19	-
<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$54,721.17</b>	<b>\$34,059.68</b>	<b>\$41,618.66</b>	<b>\$69,714.01</b>	<b>\$132,479.97</b>	<b>\$222,181.10</b>
Capital	\$54,721.17	\$54,721.17	\$54,721.17	\$54,721.17	\$57,521.17	\$57,521.17
Utilidades retenidas	-	(20,661.50)	(13,102.51)	14,992.83	\$74,958.80	\$164,659.92

<i>Comprobación</i>	-	-	-	-	-	-
---------------------	---	---	---	---	---	---

<b>Valoración Empresa</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$45,591.94</b>	<b>\$51,313.48</b>	<b>\$77,651.28</b>	<b>\$138,727.16</b>	<b>\$226,308.07</b>
---------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	---------------------	---------------------

<b>Estructura de Capital</b>						
<b>Años</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Estructura de Capital</b>						
<b>Deuda</b>	20.00%	25.29%	18.89%	10.22%	4.50%	1.82%
<b>Capital</b>	80.00%	74.71%	81.11%	89.78%	95.50%	98.18%



**ANEXO 31**  
**Estado de Situación Propio Optimista 2016-2020**

<b>ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADO</b>						
<b>ESCENARIO PROPIO OPTIMISTA</b>						
	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>ACTIVOS</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$49,202.32</b>	<b>\$58,159.36</b>	<b>\$87,792.29</b>	<b>\$152,272.62</b>	<b>\$243,380.53</b>
<i>Corrientes</i>	<b>\$63,376.28</b>	<b>\$45,600.33</b>	<b>\$55,980.57</b>	<b>\$87,245.15</b>	<b>\$150,787.98</b>	<b>\$243,527.55</b>
Efectivo	\$63,376.28	\$45,600.33	\$55,980.57	\$87,245.15	\$150,787.98	\$243,527.55

<i>No Corrientes</i>	<b>\$5,025.19</b>	<b>\$3,601.99</b>	<b>\$2,178.79</b>	<b>\$547.14</b>	<b>\$1,484.64</b>	<b>(147.02)</b>
Propiedad, Planta y Equipo	\$3,694.63	\$3,694.63	\$3,694.63	\$3,694.63	\$6,216.84	\$6,216.84
Depreciación acumulada	-	\$1,157.09	\$2,314.17	\$3,679.71	\$4,998.31	\$6,363.85

Intangibles	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56
Amortización acumulada	-	\$266.11	\$532.22	\$798.34	\$1,064.45	\$1,330.56

<b>PASIVOS</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$601.20</b>	<b>\$1,535.57</b>	<b>\$2,863.82</b>	<b>\$4,127.94</b>
<i>Corrientes</i>	-	-	<b>\$601.20</b>	<b>\$1,535.57</b>	<b>\$2,863.82</b>	<b>\$4,127.94</b>
Impuestos por pagar	-	-	\$601.20	\$1,535.57	\$2,863.82	\$4,127.94

<i>No Corrientes</i>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>-</b>
Deuda a largo plazo	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	-

<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$49,202.32</b>	<b>\$57,558.16</b>	<b>\$86,256.72</b>	<b>\$149,408.80</b>	<b>\$239,252.59</b>
Capital	\$68,401.47	\$68,401.47	\$68,401.47	\$68,401.47	\$71,201.47	\$71,201.47
Utilidades retenidas	-	(19,199.14)	(10,843.31)	17,855.25	\$78,207.33	\$168,051.12

<i>Comprobación</i>	-	-	-	-	-	-
---------------------	---	---	---	---	---	---

<b>Valoración Empresa</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$49,202.32</b>	<b>\$58,159.36</b>	<b>\$87,792.29</b>	<b>\$152,272.62</b>	<b>\$243,380.53</b>
---------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	---------------------	---------------------

<b>Estructura de Capital</b>						
<b>Años</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
<b>Estructura de Capital</b>						
<b>Deuda</b>	0.00%	0.00%	1.03%	1.75%	1.88%	1.70%
<b>Capital</b>	100.00%	100.00%	98.97%	98.25%	98.12%	98.30%

**ANEXO 32**  
**Estado de Situación Inversionista Pesimista 2016-2020**

ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADO						
ESCENARIO INVERSIONISTA PESIMISTA						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>ACTIVOS</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$27,818.21</b>	<b>\$16,383.97</b>	<b>\$27,140.42</b>	<b>\$68,247.11</b>	<b>\$128,703.79</b>
<i>Corrientes</i>	<b>\$63,376.28</b>	<b>\$24,216.22</b>	<b>\$14,205.18</b>	<b>\$26,593.28</b>	<b>\$66,762.48</b>	<b>\$128,850.81</b>
Efectivo	\$63,376.28	\$24,216.22	\$14,205.18	\$26,593.28	\$66,762.48	\$128,850.81

<i>No Corrientes</i>	<b>\$5,025.19</b>	<b>\$3,601.99</b>	<b>\$2,178.79</b>	<b>\$547.14</b>	<b>\$1,484.64</b>	<b>(147.02)</b>
Propiedad, Planta y Equipo	\$3,694.63	\$3,694.63	\$3,694.63	\$3,694.63	\$6,216.84	\$6,216.84
Depreciación acumulada	-	\$1,157.09	\$2,314.17	\$3,679.71	\$4,998.31	\$6,363.85

Intangibles	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56
Amortización acumulada	-	\$266.11	\$532.22	\$798.34	\$1,064.45	\$1,330.56

<b>PASIVOS</b>	<b>\$13,680.29</b>	<b>\$11,532.26</b>	<b>\$9,123.76</b>	<b>\$7,234.54</b>	<b>\$5,502.40</b>	<b>\$2,881.02</b>
<i>Corrientes</i>	-	-	<b>\$0.00</b>	<b>\$811.33</b>	<b>\$2,107.20</b>	<b>\$2,881.02</b>
Impuestos por pagar	-	-	\$0.00	\$811.33	\$2,107.20	\$2,881.02

<i>No Corrientes</i>	<b>\$13,680.29</b>	<b>\$11,532.26</b>	<b>\$9,123.76</b>	<b>\$6,423.21</b>	<b>\$3,395.19</b>	-
Deuda a largo plazo	\$13,680.29	\$11,532.26	\$9,123.76	\$6,423.21	\$3,395.19	-

<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$54,721.17</b>	<b>\$16,285.94</b>	<b>\$7,260.21</b>	<b>\$19,905.88</b>	<b>\$62,744.72</b>	<b>\$125,822.77</b>
Capital	\$54,721.17	\$54,721.17	\$54,721.17	\$54,721.17	\$57,521.17	\$57,521.17
Utilidades retenidas	-	(38,435.23)	(47,460.97)	(34,815.29)	\$5,223.54	\$68,301.60

<i>Comprobación</i>	-	-	-	-	-	-
---------------------	---	---	---	---	---	---

<b>Valoración Empresa</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$27,818.21</b>	<b>\$16,383.97</b>	<b>\$27,140.42</b>	<b>\$68,247.11</b>	<b>\$128,703.79</b>
---------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	---------------------

Estructura de Capital						
Años	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Estructura de Capital</b>						
<b>Deuda</b>	20.00%	41.46%	55.69%	26.66%	8.06%	2.24%
<b>Capital</b>	80.00%	58.54%	44.31%	73.34%	91.94%	97.76%

**ANEXO 33**  
**Estado de Situación Propio Pesimista 2016-2020**

ESTADO DE SITUACIÓN PROYECTADO						
ESCENARIO PROPIO PESIMISTA						
	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>ACTIVOS</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$31,428.59</b>	<b>\$23,604.74</b>	<b>\$37,686.47</b>	<b>\$82,197.60</b>	<b>\$146,329.52</b>
<i>Corrientes</i>	<b>\$63,376.28</b>	<b>\$27,826.60</b>	<b>\$21,425.95</b>	<b>\$37,139.33</b>	<b>\$80,712.97</b>	<b>\$146,476.53</b>
Efectivo	\$63,376.28	\$27,826.60	\$21,425.95	\$37,139.33	\$80,712.97	\$146,476.53

<i>No Corrientes</i>	<b>\$5,025.19</b>	<b>\$3,601.99</b>	<b>\$2,178.79</b>	<b>\$547.14</b>	<b>\$1,484.64</b>	<b>(147.02)</b>
Propiedad, Planta y Equipo	\$3,694.63	\$3,694.63	\$3,694.63	\$3,694.63	\$6,216.84	\$6,216.84
Depreciación acumulada	-	\$1,157.09	\$2,314.17	\$3,679.71	\$4,998.31	\$6,363.85

Intangibles	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56	\$1,330.56
Amortización acumulada	-	\$266.11	\$532.22	\$798.34	\$1,064.45	\$1,330.56

<b>PASIVOS</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$832.84</b>	<b>\$1,970.80</b>	<b>\$2,881.98</b>
<i>Corrientes</i>	-	-	<b>\$0.00</b>	<b>\$832.84</b>	<b>\$1,970.80</b>	<b>\$2,881.98</b>
Impuestos por pagar	-	-	\$0.00	\$832.84	\$1,970.80	\$2,881.98

<i>No Corrientes</i>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>\$0.00</b>	<b>-</b>
Deuda a largo plazo	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	-

<b>PATRIMONIO</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$31,428.59</b>	<b>\$23,604.74</b>	<b>\$36,853.63</b>	<b>\$80,226.81</b>	<b>\$143,447.53</b>
Capital	\$68,401.47	\$68,401.47	\$68,401.47	\$68,401.47	\$71,201.47	\$71,201.47
Utilidades retenidas	-	(36,972.88)	(44,796.73)	(31,547.83)	\$9,025.34	\$72,246.07

<i>Comprobación</i>	-	-	-	-	-	-
---------------------	---	---	---	---	---	---

<b>Valoración Empresa</b>	<b>\$68,401.47</b>	<b>\$31,428.59</b>	<b>\$23,604.74</b>	<b>\$37,686.47</b>	<b>\$82,197.60</b>	<b>\$146,329.52</b>
---------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--------------------	---------------------

Estructura de Capital						
Años	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Estructura de Capital</b>						
<b>Deuda</b>	0.00%	0.00%	0.00%	2.21%	2.40%	1.97%
<b>Capital</b>	100.00%	100.00%	100.00%	97.79%	97.60%	98.03%

**ANEXO 34**  
**Flujo de Efectivo Inversionista Optimista**

<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>						
<b>INVERSIONISTA ESPERADO 2016-2020</b>						
	<b>Inicial</b>					
	<b>0</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Ventas		\$83,926.97	\$124,321.76	\$178,527.60	\$237,508.76	\$302,996.97
Costo de los productos vendidos		-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>\$83,926.97</b>	<b>\$124,321.76</b>	<b>\$178,527.60</b>	<b>\$237,508.76</b>	<b>\$302,996.97</b>
Gastos sueldos		\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
Gastos generales		\$44,263.05	\$46,017.78	\$56,164.18	\$52,430.59	\$68,037.10
Gastos de depreciación		\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización		\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>(19,199.14)</b>	<b>\$12,603.07</b>	<b>\$43,285.92</b>	<b>\$91,028.77</b>	<b>\$135,511.00</b>
Gastos de intereses		\$1,462.35	\$1,201.89	\$909.83	\$582.37	\$215.19
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>		<b>(20,661.50)</b>	<b>\$11,401.18</b>	<b>\$42,376.09</b>	<b>\$90,446.41</b>	<b>\$135,295.81</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	\$1,710.18	\$6,356.41	\$13,566.96	\$20,294.37
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>(20,661.50)</b>	<b>\$9,691.00</b>	<b>\$36,019.67</b>	<b>\$76,879.45</b>	<b>\$115,001.44</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA		-	\$2,132.02	\$7,924.33	\$16,913.48	\$25,300.32
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>(20,661.50)</b>	<b>\$7,558.98</b>	<b>\$28,095.35</b>	<b>\$59,965.97</b>	<b>\$89,701.12</b>
		-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>(19,199.14)</b>	<b>\$12,603.07</b>	<b>\$43,285.92</b>	<b>\$91,028.77</b>	<b>\$135,511.00</b>
Gastos de depreciación		\$1,060.66	\$1,157.09	\$1,348.17	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización		\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	\$1,710.18	\$6,356.41	\$13,566.96	\$20,294.37
22% IMPUESTO A LA RENTA		-	\$2,132.02	\$7,924.33	\$16,913.48	\$25,300.32
<b>I. FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO NETO (F.E.O)</b>		<b>(17,872.37)</b>	<b>10,184.07</b>	<b>30,619.46</b>	<b>62,133.05</b>	<b>91,547.96</b>
<b>INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>	<b>(26,000.00)</b>	-	-	-	-	-
<b>VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>		-	\$571.05	\$943.01	\$1,337.94	\$1,274.98
<b>RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>		-	-	-	-	(4,126.98)
<b>II. VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>	<b>(26,000.00)</b>	-	\$571.05	\$943.01	\$1,337.94	(4,187.17)

INVERSIONES	(5,025.19)	-	-	-	(2,800.00)	-
RECUPERACIONES		-	-	-	-	-
<i>Recuperación maquinaria</i>		-	-	-	-	\$675.97
<i>Recuperación vehículos</i>		-	-	-	-	-
<i>Recuperación equipo de computación</i>		-	-	-	-	\$2,202.36
<b>III. GASTOS DE CAPITAL (CAPEX)</b>	<b>(5,025.19)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(2,800.00)</b>	<b>\$2,878.33</b>
<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	<b>(31,025.19)</b>	<b>(17,872.37)</b>	<b>\$10,755.12</b>	<b>\$31,562.47</b>	<b>\$60,670.98</b>	<b>\$91,574.30</b>
<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	<b>(31,025.19)</b>	<b>(17,872.37)</b>	<b>10,755.12</b>	<b>31,562.47</b>	<b>60,670.98</b>	<b>91,574.30</b>
Préstamo	13,680.29	-	-	-	-	-
Gastos de interés		(1,462.35)	(1,201.89)	(909.83)	(582.37)	(215.19)
Amortización del capital		(2,148.03)	(2,408.50)	(2,700.55)	(3,028.02)	(3,395.19)
Escudo Fiscal	-	\$492.81	\$405.04	\$306.61	\$196.26	\$72.52
<b>IV. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</b>	<b>(17,344.89)</b>	<b>(20,989.94)</b>	<b>\$7,549.77</b>	<b>\$28,258.70</b>	<b>\$57,256.85</b>	<b>\$88,036.43</b>

Criterios de Inversión Proyecto		Criterios de Inversión Inversionista	
VAN	\$82,955.70	VAN	\$81,691.30
IR	\$3.67	IR	\$5.71
TIR	45.12%	TIR	54.42%

**ANEXO 35**  
**Flujo de Efectivo Propio Optimista**

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
PROPIO OPTIMISTA 2016-2020						
	Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
	0					
Ventas		\$83,926.97	\$124,321.76	\$178,527.60	\$237,508.76	\$302,996.97
Costo de los productos vendidos		-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>\$83,926.97</b>	<b>\$124,321.76</b>	<b>\$178,527.60</b>	<b>\$237,508.76</b>	<b>\$302,996.97</b>
Gastos sueldos		\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
Gastos generales		\$44,263.05	\$46,017.78	\$56,164.18	\$52,430.59	\$68,037.10
Gastos de depreciación		\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización		\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>(19,199.14)</b>	<b>\$12,603.07</b>	<b>\$43,285.92</b>	<b>\$91,028.77</b>	<b>\$135,511.00</b>
Gastos de intereses		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>		<b>(19,199.14)</b>	<b>\$12,603.07</b>	<b>\$43,285.92</b>	<b>\$91,028.77</b>	<b>\$135,511.00</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	\$1,890.46	\$6,492.89	\$13,654.32	\$20,326.65
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>(19,199.14)</b>	<b>\$10,712.61</b>	<b>\$36,793.03</b>	<b>\$77,374.46</b>	<b>\$115,184.35</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA		-	\$2,356.77	\$8,094.47	\$17,022.38	\$25,340.56
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>(19,199.14)</b>	<b>\$8,355.83</b>	<b>\$28,698.57</b>	<b>\$60,352.08</b>	<b>\$89,843.79</b>
		-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>(19,199.14)</b>	<b>\$12,603.07</b>	<b>\$43,285.92</b>	<b>\$91,028.77</b>	<b>\$135,511.00</b>
Gastos de depreciación		\$1,060.66	\$1,157.09	\$1,348.17	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización		\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	\$1,890.46	\$6,492.89	\$13,654.32	\$20,326.65
22% IMPUESTO A LA RENTA		-	\$2,356.77	\$8,094.47	\$17,022.38	\$25,340.56
<b>I. FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO NETO (F.E.O)</b>		<b>(17,872.37)</b>	<b>9,779.03</b>	<b>30,312.85</b>	<b>61,936.79</b>	<b>91,475.45</b>
<b>INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>	(26,000.00)	-	-	-	-	-
<b>VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>		-	\$601.20	\$934.37	\$1,328.25	\$1,264.12
<b>RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>		-	-	-	-	(4,127.94)
<b>II. VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>	(26,000.00)	-	\$601.20	\$934.37	\$1,328.25	(4,189.09)

INVERSIONES	(5,025.19)	-	-	-	(2,800.00)	-
RECUPERACIONES		-	-	-	-	-
<i>Recuperación maquinaria</i>		-	-	-	-	\$675.97
<i>Recuperación vehículos</i>		-	-	-	-	-
<i>Recuperación equipo de computación</i>		-	-	-	-	\$2,202.36
<b>III. GASTOS DE CAPITAL (CAPEX)</b>	<b>(5,025.19)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(2,800.00)</b>	<b>\$2,878.33</b>
<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	<b>(31,025.19)</b>	<b>(17,872.37)</b>	<b>\$10,380.23</b>	<b>\$31,247.21</b>	<b>\$60,465.04</b>	<b>\$91,489.96</b>
<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	<b>(31,025.19)</b>	<b>(17,872.37)</b>	<b>10,380.23</b>	<b>31,247.21</b>	<b>60,465.04</b>	<b>91,489.96</b>
Préstamo	-	-	-	-	-	-
Gastos de interés		-	-	-	-	-
Amortización del capital		-	-	-	-	-
Escudo Fiscal	-	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>IV. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</b>	<b>(31,025.19)</b>	<b>(17,872.37)</b>	<b>\$10,380.23</b>	<b>\$31,247.21</b>	<b>\$60,465.04</b>	<b>\$91,489.96</b>

Criterios de Inversión Proyecto		Criterios de Inversión Inversionista	
<b>VAN</b>	\$82,218.77	<b>VAN</b>	\$79,269.83
<b>IR</b>	\$3.65	<b>IR</b>	\$3.56
<b>TIR</b>	44.80%	<b>TIR</b>	44.80%

**ANEXO 36**  
**Flujo de Efectivo Inversionista Pesimista**

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
INVERSIONISTAPESIMISTA 2016-2020						
	Inicial					
	0	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas		\$66,153.24	\$103,894.84	\$155,224.93	\$207,676.32	\$262,841.52
Costo de los productos vendidos		-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>\$66,153.24</b>	<b>\$103,894.84</b>	<b>\$155,224.93</b>	<b>\$207,676.32</b>	<b>\$262,841.52</b>
Gastos sueldos		\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
Gastos generales		\$44,263.05	\$46,017.78	\$56,164.18	\$52,430.59	\$68,037.10
Gastos de depreciación		\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización		\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>(36,972.88)</b>	<b>(7,823.85)</b>	<b>\$19,983.25</b>	<b>\$61,196.34</b>	<b>\$95,355.55</b>
Gastos de intereses		\$1,462.35	\$1,201.89	\$909.83	\$582.37	\$215.19
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>		<b>(38,435.23)</b>	<b>(9,025.74)</b>	<b>\$19,073.42</b>	<b>\$60,613.97</b>	<b>\$95,140.36</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	-	\$2,861.01	\$9,092.10	\$14,271.05
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>(38,435.23)</b>	<b>(9,025.74)</b>	<b>\$16,212.40</b>	<b>\$51,521.88</b>	<b>\$80,869.30</b>
25% IMPUESTO A LA RENTA		-	-	\$3,566.73	\$11,483.04	\$17,791.25
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>(38,435.23)</b>	<b>(9,025.74)</b>	<b>\$12,645.68</b>	<b>\$40,038.83</b>	<b>\$63,078.06</b>
		-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>(36,972.88)</b>	<b>(7,823.85)</b>	<b>\$19,983.25</b>	<b>\$61,196.34</b>	<b>\$95,355.55</b>
Gastos de depreciación		\$1,060.66	\$1,157.09	\$1,348.17	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización		\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	-	\$2,861.01	\$9,092.10	\$14,271.05
25% IMPUESTO A LA RENTA		-	-	\$3,566.73	\$11,483.04	\$17,791.25
<b>I. FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO NETO (F.E.O)</b>		<b>(35,646.10)</b>	<b>(6,400.65)</b>	<b>\$15,169.79</b>	<b>\$42,205.91</b>	<b>\$64,924.90</b>
<b>INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>	(26,000.00)	-	-	-	-	-
<b>VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>		-	-	\$811.33	\$1,295.88	\$773.82
<b>RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>		-	-	-	-	(2,881.02)
<b>II. VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>	(26,000.00)	-	-	\$811.33	\$1,295.88	(2,936.50)
<b>INVERSIONES</b>	(5,025.19)	-	-	-	(2,800.00)	-
<b>RECUPERACIONES</b>		-	-	-	-	-
<i>Recuperación maquinaria</i>		-	-	-	-	\$675.97
<i>Recuperación vehículos</i>		-	-	-	-	-
<i>Recuperación equipo de computación</i>		-	-	-	-	\$2,202.36
<b>III. GASTOS DE CAPITAL (CAPEX)</b>	(5,025.19)	-	-	-	(2,800.00)	2,878.33



<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	<b>(31,025.19)</b>	<b>(35,646.10)</b>	<b>(6,400.65)</b>	<b>\$15,981.12</b>	<b>\$40,701.79</b>	<b>\$65,696.02</b>
<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	<b>(31,025.19)</b>	<b>(35,646.10)</b>	<b>(6,400.65)</b>	<b>15,981.12</b>	<b>40,701.79</b>	<b>65,696.02</b>
Préstamo	13,680.29	-	-	-	-	-
Gastos de interés		(1,462.35)	(1,201.89)	(909.83)	(582.37)	(215.19)
Amortización del capital		(2,148.03)	(2,408.50)	(2,700.55)	(3,028.02)	(3,395.19)
Escudo Fiscal	-	\$492.81	405.04	306.61	196.26	72.52
<b>IV. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</b>	<b>(17,344.89)</b>	<b>(38,763.67)</b>	<b>(9,606.00)</b>	<b>\$12,677.35</b>	<b>\$37,287.66</b>	<b>\$62,158.16</b>

<b>Criterios de Inversión Proyecto</b>		<b>Criterios de Inversión Inversionista</b>	
<b>VAN</b>	<b>\$11,481.64</b>	<b>VAN</b>	<b>\$11,298.24</b>
<b>IR</b>	<b>\$1.37</b>	<b>IR</b>	<b>\$1.65</b>
<b>TIR</b>	<b>14.81%</b>	<b>TIR</b>	<b>16.23%</b>

**ANEXO 37**  
**Flujo de Efectivo Propio Pesimista**

<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>						
<b>PROPIO PESIMISTA 2016-2020</b>						
	Inicial	2016	2017	2018	2019	2020
	0					
Ventas		\$66,153.24	\$103,894.84	\$155,224.93	\$207,676.32	\$262,841.52
Costo de los productos vendidos		-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>\$66,153.24</b>	<b>\$103,894.84</b>	<b>\$155,224.93</b>	<b>\$207,676.32</b>	<b>\$262,841.52</b>
Gastos sueldos		\$57,439.87	\$64,277.71	\$77,445.85	\$92,464.68	\$97,817.22
Gastos generales		\$44,263.05	\$46,017.78	\$56,164.18	\$52,430.59	\$68,037.10
Gastos de depreciación		\$1,157.09	\$1,157.09	\$1,365.54	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización		\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>(36,972.88)</b>	<b>(7,823.85)</b>	<b>\$19,983.25</b>	<b>\$61,196.34</b>	<b>\$95,355.55</b>
Gastos de intereses		\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00	\$0.00
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS Y PARTICIPACIÓN</b>		<b>(36,972.88)</b>	<b>(7,823.85)</b>	<b>\$19,983.25</b>	<b>\$61,196.34</b>	<b>\$95,355.55</b>
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	-	\$2,997.49	\$9,179.45	\$14,303.33
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		<b>(36,972.88)</b>	<b>(7,823.85)</b>	<b>\$16,985.76</b>	<b>\$52,016.89</b>	<b>\$81,052.21</b>
22% IMPUESTO A LA RENTA		-	-	\$3,736.87	\$11,443.72	\$17,831.49
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>(36,972.88)</b>	<b>(7,823.85)</b>	<b>\$13,248.89</b>	<b>\$40,573.17</b>	<b>\$63,220.73</b>
		-	-	-	-	-
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>(36,972.88)</b>	<b>(7,823.85)</b>	<b>\$19,983.25</b>	<b>\$61,196.34</b>	<b>\$95,355.55</b>
Gastos de depreciación		\$1,060.66	\$1,157.09	\$1,348.17	\$1,318.60	\$1,365.54
Gastos de amortización		\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11	\$266.11
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-	-	\$2,997.49	\$9,179.45	\$14,303.33
22% IMPUESTO A LA RENTA		-	-	\$3,736.87	\$11,443.72	\$17,831.49
<b>I. FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO NETO (F.E.O)</b>		<b>(35,646.10)</b>	<b>(6,400.65)</b>	<b>\$14,863.18</b>	<b>\$42,157.88</b>	<b>\$64,852.38</b>
INVERSIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO	(26,000.00)	-	-	-	-	-
VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO		-	-	\$832.84	\$1,137.96	\$911.19
RECUPERACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO		-	-	-	-	(2,881.98)
<b>II. VARIACIÓN DE CAPITAL DE TRABAJO NETO</b>	<b>(26,000.00)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>\$832.84</b>	<b>\$1,137.96</b>	<b>(2,938.42)</b>

INVERSIONES	(5,025.19)	-	-	-	(2,800.00)	-
RECUPERACIONES		-	-	-	-	-
<i>Recuperación maquinaria</i>		-	-	-	-	\$675.97
<i>Recuperación vehículos</i>		-	-	-	-	-
<i>Recuperación equipo de computación</i>		-	-	-	-	\$2,202.36
<b>III. GASTOS DE CAPITAL (CAPEX)</b>	<b>(5,025.19)</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(2,800.00)</b>	<b>2,878.33</b>
<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	<b>(31,025.19)</b>	<b>(35,646.10)</b>	<b>(6,400.65)</b>	<b>\$15,696.01</b>	<b>\$40,495.84</b>	<b>\$65,759.91</b>
<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	<b>(31,025.19)</b>	<b>(35,646.10)</b>	<b>(6,400.65)</b>	<b>15,696.01</b>	<b>40,495.84</b>	<b>65,759.91</b>
Préstamo	-	-	-	-	-	-
Gastos de interés		-	-	-	-	-
Amortización del capital		-	-	-	-	-
Escudo Fiscal	-	\$0.00	-	-	-	-
<b>IV. FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</b>	<b>(31,025.19)</b>	<b>(35,646.10)</b>	<b>(6,400.65)</b>	<b>\$15,696.01</b>	<b>\$40,495.84</b>	<b>\$65,759.91</b>

Criterios de Inversión Proyecto		Criterios de Inversión Inversionista	
VAN	\$11,167.74	VAN	\$9,756.03
IR	\$1.36	IR	\$1.31
TIR	14.68%	TIR	14.68%

**ANEXO 38**  
**Índices financieros**

<b>LIQUIDEZ</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Razón corriente =</b>		Activo Corriente			
		Pasivo Corriente			
Inversionista Esperado	-	124.46	46.78	43.21	53.26
Propio Esperado	-	134.76	54.84	48.79	58.60
Inversionista Optimista	-	86.04	50.93	48.12	54.87
Propio Optimista	-	93.11	56.82	52.65	58.99
Inversionista Pesimista	-	-	44.59	40.95	50.82
Propio Pesimista	-	-	44.59	40.95	50.82

<b>LIQUIDEZ</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>Prueba Ácida</b>		Activo Corriente - Inventarios			
		Pasivo Corriente			
Inversionista Esperado	-	124.46	46.78	43.21	53.26
Propio Esperado	-	134.76	54.84	48.79	58.60
Inversionista Optimista	-	86.04	50.93	48.12	54.87
Propio Optimista	-	93.11	56.82	52.65	58.99
Inversionista Pesimista	-	-	44.59	40.95	50.82
Propio Pesimista	-	-	44.59	40.95	50.82

<b>RENDIMIENTO</b>					
<b>DETALLE</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
<b>ROI =</b>		Utilidad Neta			
		Activos Totales			
Inversionista Esperado	(0.78)	0.02	0.35	0.47	0.41
Propio Esperado	(0.68)	0.04	0.31	0.42	0.38
Inversionista Optimista	(0.45)	0.15	0.36	0.43	0.40
Propio Optimista	(0.39)	0.14	0.33	0.40	0.37
Inversionista Pesimista	(1.38)	(0.55)	0.47	0.59	0.49
Propio Pesimista	(1.18)	(0.33)	0.35	0.49	0.43

RENDIMIENTO					
DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
ROA =			Utilidad Neta		
			Patrimonio		
Inversionista Esperado	(0.74)	0.06	0.55	0.72	0.63
Propio Esperado	(0.68)	0.05	0.46	0.64	0.57
Inversionista Optimista	(0.42)	0.25	0.56	0.66	0.60
Propio Optimista	(0.39)	0.22	0.49	0.60	0.56
Inversionista Pesimista	(1.33)	(0.48)	0.74	0.90	0.74
Propio Pesimista	(1.18)	(0.33)	0.53	0.74	0.65

RENDIMIENTO					
DETALLE	2016	2017	2018	2019	2020
ROE =			Utilidad Operacional		
			Activos Totales Promedio		
Inversionista Esperado	(1.13)	0.03	0.41	0.50	0.42
Propio Esperado	(0.68)	0.04	0.31	0.43	0.38
Inversionista Optimista	(0.61)	0.18	0.40	0.45	0.40
Propio Optimista	(0.39)	0.15	0.33	0.40	0.38
Inversionista Pesimista	(2.36)	(1.24)	0.64	0.64	0.50
Propio Pesimista	(1.18)	(0.33)	0.36	0.51	0.44

**ANEXO 39**  
**Criterios de Inversión Inversionista**

<b>Criterios de Inversión Inversionista</b>	
<b>Inversionista Optimista</b>	
VAN	\$81,691.30
TIR	54.42%
Tasa Descuento	10.14%

<b>Criterios de Inversión Inversionista</b>	
<b>Propio Optimista</b>	
VAN	\$79,269.83
TIR	44.80%
Tasa Descuento	10.62%

<b>Criterios de Inversión Inversionista</b>	
<b>Inversionista Pesimista</b>	
VAN	\$11,298.24
TIR	16.23%
Tasa Descuento	10.14%

<b>Criterios de Inversión Inversionista</b>	
<b>Propio Pesimista</b>	
VAN	\$9,756.03
TIR	14.68%
Tasa Descuento	10.62%

**ANEXO 40**  
**Cotizaciones**



ACCESORIOS	IMAGEN	PRECIO
GUANTES NACIONALES CON MUÑEQUERA		\$ 17,00
FAJAS AURIK		\$ 17,00
CINTURONES NACIONALES		\$ 17,00
MANCUERNAS PARA AEROBICS 1KG		\$ 10,00
MANCUERNAS PARA AEROBISC 2KG		\$ 20,00
MANCUERNAS PARA AEROBISC 3KG		\$ 29,00

AB MAT		\$22
BALON/YOGA DE 55CM		\$25
BALON/YOGA DE 65CM		\$30
BALON/YOGA DE 75CM		\$35
BODY BAR 8 LB		\$25
BODY BAR 10 LB		\$30

**T** **A U R U S**  
FITNESS COMPANY  
**ACCESORIOS**

<b>STEPS DE MADERA</b>		<b>\$40</b>
<b>BASTONES</b>		<b>\$ 6</b>
<b>COLCHONETAS</b>		<b>\$ 24</b>
<b>BOSU</b>		<b>\$150</b>
<b>LIGAS PARA SALTAR</b>		<b>\$17</b>





# ECUATEPI S.A.

TECNICAS ECUATORIANAS DE PROTECCION CONTRA INCENDIOS

[Inicio](#)
[Acerca de ECUATEPI S.A.](#)
[Servicios](#)
[Productos](#)
[Noticias](#)
[Bolsa de Trabajo](#)
[Contacto](#)
[English](#)

Productos Varios: **Botiquín industrial**

SIGUENOS [SN](#) [f](#) [t](#) [in](#) [yt](#)

Usuario:

Contraseña:

**PRODUCTOS:**

- Extintores
- Accesorios de Sistemas Hidroneumaticos
- Equipos de Bomberos
- Señalización



**OPCIONES:**

Botiquín industrial: \$67.45

CANTIDAD:

67.45

ANADIR AL CARRITO DE COMPRAS

## T A U R U S

FITNESS COMPANY

EQUIPOS DE CROSSFIT			
DESCRIPCION	IMAGEN	RECIO/LIBRA	
Piso 10mm Interlock (1*1)		\$ 45,00	\$ 45,00
Piso 12mm Interlock (1.8*1.2)		\$ 100,00	\$ 100,00
BANDA 25.4MM		\$ 22,00	
BANDA 29MM		\$ 26,00	
BANDA 32MM		\$ 28,00	
BANDA 38.1MM		\$ 31,00	
BALON DE 1KG		\$ 29,00	
BALON DE 2KG		\$ 33,00	
BALON DE 3KG		\$ 37,00	
BALON DE 4KG		\$ 44,00	
BALON DE 5KG		\$ 49,00	
BALON DE 6KG		\$ 54,00	
BALON DE 7KG		\$ 59,00	
BALON DE 8KG		\$ 65,00	
Balones Medicinales Importados		<b>Libras</b>	<b>Precio</b>
		5	\$ 59,40
		10	\$ 64,90
		15	\$ 73,70
		20	\$ 82,50
	25	\$ 91,30	
TRX		\$ 160,00	

# MUEBLECOM

Quito, 28 de Julio del 2015


Proforma: 0006763





RUC: 1709307399001

Dirección: Av. América N16-51 y Río de Janeiro

Teléfono: 2239-147

Señores: **DAVID FLORES**

Cantidad	Detalle	V. Unitario	V. Total
3	<p><b>ESCRITORIO MODELO EJECUTIVO METALICO</b></p> <p>*Tablero en melamínico Duplax doble cara de 25mm, con bordes en caucho</p> <p>*Estructura metálica, con tres cajones, en tol de 0.70mm, acabado en pintura electrostática</p> <p>*Medidas: 1,70 X 0,70 X 0,75 h</p> <p>*Colores a elegir: pekan, haya catedral, moka y wengue</p> 	\$ 240,00	\$ 720,00
4	<p><b>SILLA SECRETARIA MODELO ROMRAY CON BRAZOS</b></p> <p>*Silla neumática-semiergométrica con base de cinco puntas</p> <p>*Asiento y espalda en esponja de alta densidad</p> <p>*Tapizado en cuero o damasco, color a elegir</p> <p>*Brazos en polipropileno</p> 	\$ 78,00	\$ 312,00
	<p><b>COUNTER MODELO ROMA MENTO</b></p> <p>*Tablero en melamínico Duplax doble cara de 25mm, con bordes en caucho</p> <p>*Frente metálica, en tol de 0.70mm, acabado en pintura electrostática</p> <p>*Medidas: 2,00 largo X 0,65 fondo X 0,75 alto inferior X 1,05 alto superior</p> <p>*Colores a elegir: pekan, haya catedral, moka y wengue</p>		

1	 <p><b>MESA A FIJO</b></p>	\$ 320,00	\$ 320,00
8	<p><b>SILLA DE VISITA MODELO GRAFFITI</b>            *Silla fija, de estructura metálica en tubo redondo de 0,7 octavas            acabado pintura electrostática            *Asiento y espalda en esponja de alta densidad            *Brazos metálicos en polipropileno superior            *Tapizado en cuero o damasco (tela), color a elegir</p> 	\$ 39,00	\$ 312,00
2	<p><b>ARCHIVADOR DE 4 PUERTAS</b>            *Estructura metálica en tol de 0.70 mm, acabado en pintura electrostática            *Medidas: 1,80 h X 0,90 frente X 0,40 fondo            *Chapa de seguridad            *Colores a elegir: pekan, haya castaña, roble y wengue            *Cuatro puertas</p> 	\$ 350,00	\$ 700,00
2	<p><b>SOFA TRIPERSONAL MODELO NORMAL</b>            *Estructura metálica en tol de 0.70mm, acabado en pintura electrostática            *Asiento en esponja de alta densidad            *Tapizado en cuero o damasco (tela), color a elegir</p> 	\$ 168,00	\$ 336,00
	<b>MESA DE CENTRO DE VIDRIO</b>		

1	<p>*Mesa para centro *Vidrio de alta resistencia *Soportes en metal cromado</p> 	\$ 68,00	\$ 68,00
1	<p><b>MESA AUXILIAR</b> *Tablero en melamínico Duraplac doble cara de 25mm, con bordes en caucho *Medidas: 0,70 X 0,60 X 0,75 h *Cuatro patas de soporte modelo punta de lápiz *Colores a elegir: peltan, haya catedral, moka y wengue</p> 	\$ 8,00	\$ 8,00
4	<p><b>LOCKER DE 9 SERVICIOS</b> *Estructura metálica en tol de 0.70mm, acabado en pintura sintética *Medidas: 1,80 h X 1,07 frente X 0,40 fondo *Tres puertas en vertical en tres filas *Cada servicio tiene: amallas para cascado y rendijas para ventilación *Color a elegir</p> 	\$ 432,00	\$ 1.728,00
		<b>SUBTOTAL</b>	\$ 4.304,00
		<b>IVA 12%</b>	\$ 540,48
		<b>TOTAL</b>	\$ 5.044,48

Son: Cincomil cuarenta y cuatro dolares con 48/100

<p>Validez de la oferta: 30 días Condiciones de pago: Contado - Transferencia Tiempo de entrega: 3 días Nota: Garantía de 1 año por fallas en fabricación y stock en repuestos</p>
--

FIRMA AUTORIZADA  
Mirian Cueva



Cotización Dharana Centro Físico

Nº. 000017

<b>Nombre:</b>	David Flores Larrea		
<b>Teléfono:</b>	0987263481	<b>E-mail:</b>	flodava@hotmail.com
<b>Dirección:</b>	N/A.		
<b>Fecha:</b>	06/07/2015		

<b>Descripción:</b>	<b>P. Neto</b>						
<p>Diseño Logotipo</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Conceptualización de la marca</li><li>- Diseño</li></ul> 	\$250,00						
<p>* Anticipo del 60%. * Cotización Valida 15 dias laborables. * La cotización puede variar dependiendo de la complejidad del proyecto.</p>	<table border="1"><tr><td><b>SubTotal:</b></td><td>\$250,00</td></tr><tr><td><b>IVA:</b></td><td>\$30,00</td></tr><tr><td><b>TOTAL:</b></td><td>\$280,00</td></tr></table>	<b>SubTotal:</b>	\$250,00	<b>IVA:</b>	\$30,00	<b>TOTAL:</b>	\$280,00
<b>SubTotal:</b>	\$250,00						
<b>IVA:</b>	\$30,00						
<b>TOTAL:</b>	\$280,00						



Cotización Dharana Centro Físico

Nº. 000018

<b>Nombre:</b>	David Flores Larrea		
<b>Teléfono:</b>	0987263481	<b>E-mail:</b>	flodava@hotmail.com
<b>Dirección:</b>	N/A.		
<b>Fecha:</b>	06/07/2015		

<b>Cant.</b>	<b>Descripción:</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>
2500	<b>Tarjetas de Presentación</b> - Diseño - Impresión	\$0,10	\$250,00
2500	<b>Flyers</b> - Diseño - Impresión	\$0,16	\$400,00
500	<b>Volantes Promo</b> - Diseño - Impresión	\$0,36	\$180,00
1	<b>Página Web</b> - Diseño - Programación	\$800,00	\$800,00
2500	<b>Merchandising</b> - Diseño - Producción	\$1,50	\$3.750,00
50	<b>Kits</b> - Diseño - Producción	\$4,50	\$225,00
* Anticipo del 60%. * Cotización Valida 15 dias laborables. * La cotización puede variar dependiendo de la complejidad del proyecto.		<b>SubTotal:</b>	\$5.605,00
		<b>IVA:</b>	\$672,60
		<b>TOTAL:</b>	\$6277,60





## Global's Distribuidor Cia. Ltda.

Quito, Av. 6 de Diciembre N39-66 y Hugo Moncayo - Central Telf:(02) 2461-232/(02) 2268-712  
E-Mail: ventas@globaldistribuidor.ec / www.globaldistribuidor.ec

RUC: 1790749274001  
COTIZACIÓN: N° 0054  
FECHA: 12-ago-15

CLIENTE: SR. DAVID FLORES  
ATEN: \_\_\_\_\_  
CIUDAD: QUITO

Estimado Cliente: De acuerdo a su solicitud, estamos cotizando lo siguiente:

IT	REF	CANT	U/M	DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO	T	MARCA	PRECIO UNITARIO	TOTAL
1	B402	2	UN	EXTINTOR DE FOS-ABC 5 LIBRAS - MANGUERA - (CERTIF U/L 3A.40BC) 94% DE FOSFATO AMONIO		AMEREX	76.00	152.00
2	DETAMS	4	UN	DETECTOR DE HUMOS CON BATERIA DE 9 VOL.		0	15.00	60.00
3	BL108S	2	UN	SEÑALIZACIÓN ADESIVA "EXTINTOR"		BROOKS	3.50	7.00
4	SEÑAL	3	UN	LETRERO DE SALIDA		0	7.00	21.00
5								
6	V	0		VALOR AGREGADO Y CARACTERISTICAS DE EXTINTORES NUEVOS.		0		
7	V1	0		CUALQUIER PIEZA INTERNA SERA REEMPLAZADA MIENTRAS ESTE VICENTE LA GARANTIA		0		
8	V4	0		TODOS LOS EXTINTORES AMEREX CUMPLEN NORMAS de NFPA. ANSII/UL 711		0		
9	V6	0		EL POLVO QUIMICO AMEREX ES FABRICADOS BAJO NORMAS de NFPA/UL / 94% DE FOSFATO DE		0		
10	V6A	0		AMONIO / GARANTIA POR 6 AÑOS / SOLO REQUIERE MANTENIMIENTO ANUAL CON GLOBAL'S		0		
11	V7	0		PINTURA ANTICORROSIVA, ELECTRO-ESTATICA AL HORNO		0		
12	V8	0		INCLUYE SOPORTE PARA COLGAR EN LA PARED		0		
13								
14								
15								
16								

FORMA DE PAGO: CONTRA ENTREGA

NOTA :  
OFERTA VALIDA : 8 dias o hasta agotar stock.

PROCEDENCIA : USA

GARANTIA : Extintores de: PQS = 6 años / CO2 y otros = 5 años / Valida al la recarga y mantenimiento es con Global's

ENTREGA : Inmediato

NOTA :

DESCUENTO POR FORMA DE PAGO.

4%  
SUB TOTAL 230.40  
IVA 12% 27.65  
TOTAL US\$. 258.05

De variar las cantidades, no estar de acuerdo en los terminos y, o no requerir todos los items, por favor solicite una nueva cotización.

LA MERCANCIA VIAJA A OTRAS CIUDADES A CUENTA Y RIESGO DEL CLIENTE - GLOBAL'S NO ES RESPONSABLE DE DAÑOS, PERDIDA PARCIAL O TOTAL DURANTE EL TRAYECTO.

Magally Rojas  
Dpto. de Ventas

NUESTRA PRIORIDAD... ES SU SEGURIDAD  
Cumplimos 30 años vendiendo Equipos para Seguridad Industrial y Contra Incendios.  
VISITE NUESTRA PAGINA WEB: [www.globaldistribuidor.ec](http://www.globaldistribuidor.ec)

Acepto las condiciones  
Cliente



DT-00086-2016

DAVID FLORES Y/O DHARANA CENTRO FISICO

CUADRO DE TASAS Y PRIMAS NETAS

RAMO	OBJETO ASEGURADO	VALOR USD	COTIZACION	
			TASA %	PRIMA NETA USD
MULTIRIESGO	Edificios e instalaciones	15.000,00	0,20%	30,00
	Muebles, enseres, equipos de oficina y adecuaciones e instalaciones	5.234,88	0,20%	10,47
	Mercaderías e inventarios	8.000,00	0,20%	16,00
		<b>6.236</b>		
		-		
	<b>Limites asegurados Agregados Anuales</b>			
	Hurto: equipos electrónicos fijos dentro de predios	1.000,00	2,50%	25,00
	Hurto: cubre muebles, enseres, equipos de oficina y la maquinaria que contempla en incendio	500,00	2,00%	10,00
	<b>Limites asegurados a valor total</b>			
	Equipo Electrónico fijo e instalaciones	3.208,32	PRIMA MINIMA	100
	Sección II: Portadores externos de datos excluye programas y software	500,00	1,00%	5,00
	Sección III: incremento en el costo de operación	500,00	1,00%	5,00
	<b>Limites asegurados a primer riesgo Relativo</b>			
	Robo y/o Asalto y/o Atraco	10.000,00	1,00%	100,00
	<b>Amparos adicionales</b>			
	Remoción de escombros	1.000,00	0,20%	2,00
	Clausula eléctrica amplia	1.000,00	0,50%	5,00
	Honorarios de profesionales en general	1.000,00	0,20%	2,00
	Documentos y modelos	1.000,00	0,20%	2,00
	Rotura de Vidrios, cristales	1.000,00	1,00%	10,00
	Extintores	1.000,00	0,20%	2,00
	Gastos extraordinarios y suplementarios	1.000,00	sin costo	0,00
	Gastos de extinción de incendio	500,00	sin costo	0,00
Propiedad personal de ejecutivos y empleados (excluye joyas, dinero y celulares, laptops, pagers, vehículos)	500,00	sin costo	0,00	
Gastos de Limpieza de Cenizas	500,00	0,20%	1,00	
	<b>TOTAL MULTIRIESGO</b>			<b>326,47</b>
ACCIDENTES PERSONALES				
Personas No.	<b>GRUPO 1</b>			
	<b>7</b>			
	Muerte y/o desmembramiento accidental e invalidez total y permanente por persona	5000,00	\$ 30,00	210
	Gastos médicos	1000,00		
	Gastos de ambulancia	100,00		
Gastos de sepelio	500,00			
	<b>TOTAL AP</b>			<b>210,00</b>
	<b>PRIMA NETA USD</b>			<b>536,47</b>

Nota: A estos valores se deben incluir los impuestos de ley



50041946

UDIA/

5000

18/08/2015

CONTADO

18/08/2015

LVLV

363183	GRAPADORA K.W. 5650 26/6 MEDIA M2 - D6 - D12 - D48	4,00	4,217143	0,00	16,868572
754050A	BOLIGRAFO BIC FINO AZUL M12 - D24 - D144 - D1200	24,00	0,260360	0,00	6,248640
377015	SACAGRAPAS EAGLE TY1029A M3 - D24 - D576	4,00	0,580373	0,00	2,321492
791040A	RESALTADOR PELIKAN 714 AMARILLO M10 - D100 - D300	2,00	0,491087	0,00	0,982174
791040V	RESALTADOR PELIKAN 714 VERDE M10 - D100 - D300	2,00	0,491087	0,00	0,982174
205055	PAPEL BOND 75 GR A4 REPPAL* D1000 - D5000	20000,00	0,006140	0,00	122,800000
378080	CINTA ADHESIVA 25YX18 FANTAPE M8 - D120 - D360	4,00	0,357145	0,00	1,428580
374041	PERFORADORA K.W. 912 80MM. M2 - D6 - D12 - D48	6,00	2,752375	0,00	11,009500
513048	TIJERA OFICINA 6.5" M12 - D72 - D288	4,00	0,714317	0,00	2,857268
773165	LAPIZ STAEDTLER NORICA HB M12 - D72 - D144 - D2016	12,00	0,161004	0,00	1,932048
788150	REGLA 30 CM. APOLO M12 - D25 - D100 - D450	4,00	0,267861	0,00	1,071444
354060N	ARCHIVADOR BENE PLUS OFICIO NEGRO M3 - D12 - D40	3,00	1,722000	0,00	13,776000
358030	CLIP ALEX 30 MM M10 - D20 - D100 - D400	4,00	0,267857	0,00	1,071428
767020R	FOLDER LANCER ID ROJO - D25 - CTO.	12,00	0,261360	0,00	3,136320

186,48

0,00

122,80

63,68

7,64

194,12

**Créditos Económicos** Ingresar | Registrarse Plan Matrimonial Items: 0 | Total: \$0.00 Precios en: Dólares (\$) Ver

**Buscar** Búsqueda Avanzada ¿Necesita Ayuda? Contáctese con nosotros para asesoramiento


[Formas de Pago](#) [Servicio al Cliente](#) [Preguntas Frecuentes](#) [Contáctenos](#) [Factura Electrónica](#)

**Catálogo**

**Artículos menores**

- Licuadoras
  - Licuadora
- Varios
- Cafeteras
  - Convencional
- Ollas
  - Ollas convenciones
  - Olla arrocera
- Batidoras
  - De mano
  - De pedestal

Usted está en: Inicio > Artículos menores > Varios



**Balanza Digital**

Modelo: EB1003-70  
Marca: Promocional

**PRM**

Precio anterior: \$21.77  
Ahorras: \$6.53

**Precio: \$15.24**

Twitter 0 Me gusta 0



[Acerca de](#) | [Locales](#) | [Trabaja con Nosotros](#)

Buscar en toda la tienda...

[Tendencias](#) | [Electrodomésticos](#) | [Audio y Video](#) | [Computación](#) | [Dormitorio y Baño](#) | [Comedor y Cocina](#) | [Patio y Jardín](#) | [Decoración](#) | [Otros](#)

[Basurero plegable Bamboo Ginsey](#)



**Basurero plegable Bamboo Ginsey**

PVP DESDE: US\$ 26.99  
**PRECIO SUKASA DESDE: US\$ 24.29**  
Nuestros precios incluyen I.V.A.

Ginsey



\*Color  
 Seleccione una opción...

\* Campos requeridos



Buscar un producto...

**0** [Carrito: vacío](#)

[INICIO](#) | [CATEGORIAS](#) | [¿ QUIENES SOMOS?](#) | [RESPONSABILIDAD SOCIAL](#) | [NUESTROS LOCALES](#) | [OFERTAS...](#) | [VIDEO](#) | [CONTÁCTENOS](#)

**Tweets** Seguir

**Novicompu** @Novicompu 53m

Este es el mes en el que debes tener lo que quieras!

pic.twitter.com/gPxbEG7O5S

Mostrar foto

Twitter a @Novicompu

Novicompu.com

**PC Escritorio**

Cámaras Digitales +

[PC Escritorio](#) > [Hp All In One +4GB+500GB+ 19" + Dvdwr + Camara+ w8.1](#)



**HP ALL IN ONE +4GB+500GB+ 19" + DVDWR + CAMARA+ W8.1**

Referencia 18-5009

Procesador: AMD E1-2500 1.4GHz  
 Disco Duro 500GB  
 Memoria RAM 4GB  
 Pantalla 18.5" (1366x768)  
 Lector de DVD-RW  
 Sistema Operativo Windows 8.1  
 Webcam + Micrófono  
 Color Negro  
 Mouse y teclado óptico

**\$528,12** impuestos inc. [AÑADIR AL CARRITO](#)

**Créditos Económicos** Ingresar | Registrarse Plan Matrimonial Items: 0 | Total: \$0.00 Precios en: Dólares (\$) Ver

Buscar Búsqueda Avanzada ¿Necesita Ayuda? Contáctese con nosotros para asesorarlo

Formas de Pago Servicio al Cliente Preguntas Frecuentes Contactenos Factura Electrónica

**Catálogo**

**Artículos menores**

- Licadoras
  - Licadora
- Varios
- Cafeteras
  - Convencional
- Ollas
  - Ollas convenciones
  - Olla arrocera
- Batidoras
  - De mano

Usted está en: Inicio > Artículos menores > Dispensadores > 2 llaves



Imprimir

**Dispensador De Agua SMC Para Mesa**

Modelo: SMCD S01MB1  
Marca: SMC



Twitter 0 Me gusta 0

Precio: **\$41.70**

**SUKASA** Acerca de | Locales | Trabaja con Nosotros

Buscar en toda la tienda...

Tendencias | Electrodomésticos | Audio y Video | Computación | Dormitorio y Baño | Comedor y Cocina | Patio y Jardín | Decoración | Otros

Impresora multifuncional 4645 HP

**Impresora multifuncional 4645 HP**

PVP: US\$ 154.99  
**PRECIO SUKASA: US\$ 139.49**  
Nuestros precios incluyen I.V.A.

HP

 Compartir

**Créditos Económicos** Ingresar | Registrarse Plan Matrimonial Items: 0 | Total: \$0.00 Precios en: Dólares (\$) Ver

Buscar Búsqueda Avanzada ¿Necesita Ayuda? Contáctese con nosotros para asesorarlo

Formas de Pago Servicio al Cliente Preguntas Frecuentes Contactenos Factura Electrónica

**Catálogo**

**Audio y MP3**

- Sistemas de sonido
  - Estaciones de Sonido
- Accesorios audio
  - Audifono
  - Parlantes
  - Controladores y Complementos
- Mini componentes
  - Cd/mp3
- Reproductores portatiles
  - MP3 y Walkmans
- Radios
  - Analogos

Usted está en: Inicio > Audio y MP3 > Accesorios audio > Parlantes



Imprimir

**Barra De Sonido 2.1 Ch 60w Digigio**

Modelo: DG-PB2030  
Marca: Digigio

DIGIGIO

Twitter 0 Me gusta 0

Precio: **\$96.54**

Cantidad:

Comprar

Buscar en toda la tienda...

- Tendencias
- Electrodomésticos
- Audio y Video
- Computación
- Dormitorio y Baño
- Comedor y Cocina
- Patio y Jardín
- Decoración
- Otros

Teléfono alámbrico blanco KX-TS520 Panasonic



**Teléfono alámbrico blanco KX-TS520 Panasonic**

PVP: US\$ 26.99  
**PRECIO SUKASA: US\$ 24.29**  
 Nuestros precios incluyen I.V.A.

Panasonic



Buscar un producto...

Carrito: vacío

**Tweets** [Seguir](#)

**Novicomp** @Novicomp 57m  
 Este es el mes en el que debes tener lo que quieras!  
[pic.twitter.com/gPXbEG7OSS](http://pic.twitter.com/gPXbEG7OSS)  
 Mostrar foto

Twitter a @Novicomp

Novicomp.com

**Audio & Video**  
 Cámaras Digitales +

Audio & Video > Tv Led Samsung 32 Usb Hdmi MODO FUTBOL+ SOPORTE



**TV LED SAMSUNG 32 USB HDMI MODO FUTBOL+ SOPORTE**

Referencia UA32EH4005R  
 Marca/modelo: SAMSUNG LED TV 32"  
 Pantalla: LED  
 Resolución: 1366 x 768  
 Conexiones: HDMI, USB  
 Sintonizador: Sintonizador digital  
 Otros: Modo Fútbol Básico  
 Clear Motion Rate 50Hz  
 ConnectShare Movie  
 Wide Colour Enhance Plus

**\$484,96** impuestos inc. [AÑADIR AL CARRITO](#)

**Créditos Económicos** [Ingresar](#) | [Regístrate](#) | [Plan Matrimonial](#) | [Items 0](#) | Total: \$0.00 | Precios en: **Dólares (\$)** | [Ver](#)

[Búsqueda Avanzada](#) [¿Necesita Ayuda? Contáctese con nosotros para asesorarlo](#)

[Formas de Pago](#) | [Servicio al Cliente](#) | [Preguntas Frecuentes](#) | [Contáctenos](#) | [Factura Electrónica](#)

**Catálogo**

- Acondicionadores de Ambientes
  - Acondicionadores de Aire
    - De Ventana
    - Splits
    - Centrales Aire
  - Extractores de aire
    - Domestico
  - Ventiladores
    - Mesa
    - Pared
    - Tumbado
    - Piso

Usted está en: Inicio > Acondicionadores de Ambientes > Ventiladores > Tumbado

[Imprimir](#)

**Ventilador Decorativo De Tumbado De 30"**  
 Modelo: SMCVT30TKRL  
 Marca: SMC

Precio anterior: \$75.58  
 Ahorros: \$22.67

[Twitter](#) 0 [Me gusta](#) 0

**Precio: \$52.90**



Internet de Alta Velocidad



Netlife CAM

Nuestros Planes

Beneficios

Nue

Todos nuestros planes ofrecen diferentes servicios y capacidades de carga y descarga de información para descubrir los beneficios, y comienza a disfrutar de la mejor experiencia con Internet de Alta

PLAN  
PRO 1



Velocidad Local

15  
Mbps

Velocidad  
Internacional

3  
Mbps

Compartición

2:1

Soporte Técnico

24/7

Precio  
Incluido impuestos

\$ 35<sup>82</sup>  
DÓLARES

EMPEZAR

PLAN  
PRO 2



Velocidad Local

30  
Mbps

Velocidad  
Internacional

6  
Mbps

Compartición

2:1

Soporte Técnico

24/7

Precio  
Incluido impuestos

\$ 58<sup>24</sup>  
DÓLARES

EMPEZAR

PLAN  
PRO 3



Velocidad Local

45  
Mbps

Velocidad  
Internacional

9  
Mbps

Compartición

2:1

Soporte Técnico

24/7

Precio  
Incluido impuestos

\$ 75<sup>04</sup>  
DÓLARES

EMPEZAR

#### SERVICIOS ADICIONALES:

- + Correo Netlife adicional \$1,50 + IVA (Dominio netlife.ec)
- + Se puede acceder a una IP Fija por un costo adicional mensual de \$10,00 + IVA.

#### CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO:

- + IP Dinámica
- + IP Fija x \$10 al mes
- + Disponibilidad 98%
- + Compartición 2:1
- + Puerto 25 Protegido
- + Soporte Presencial 5x8
- + Soporte telefónico 7x24
- + Firewall en Router
- + Switch de 4 Puertos
- + Máximo 5 equipos

COSTO DE INSTALACIÓN \$100,00 + IVA





Botellon de agua pura

\$ 2,25



PVP US\$ 23.00  
PRECIO SUKASA U\$ 21.59  
Arreglo Hierba



PVP US\$ 28.00  
PRECIO SUKASA U\$ 24.29  
Arreglo floral Rosas

**Familia**

1 MÓDULOS

2 TIPO DE AVISO  
Comercial

3 SECCION  
Indeterminada

4 PAGINA  
Menores 4

5 COLOR  
Full Color

6 FECHAS DE PUBLICACION  
Selecciona una o varias fechas en el calendario  
No. de Días Escogidos: 2

USD 1.000,00

Calendar: Enero, 2016

sm	Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sa	Do
53	28	29	30	31	1	2	3
1	4	5	6	7	8	9	10
2	11	12	13	14	15	16	17

Grid dimensions: 25cm (4mod), 18.54cm (3mod), 12.28cm (2mod), 6.50cm (1mod). Column widths: 1col (44.8cm), 2col (62.8cm), 3col (14.14cm).

## PROFESIONALES

### NETLIFE CAM

Visualización Remota para quien siempre esta en control de lo que sucede en su entorno.

Internet de Alta Velocidad

Netlife CAM

Zonas Wi-Fi

### Netlife Cam

Es la forma de estar siempre en control de tu entorno aunque no estés presente.

Controla lo que más quieres, así no estés en casa. Esto incluye:

- + 1 Cámara IP WIFI
- + Visión Nocturna y WPS
- + Micrófono de Audio
- + 1 Acceso Remoto usr/pass
- + Instalación \$99.99 + IVA

Precio final incluido IVA \$11.19 adicional a tu plan Netlife.

Solo disponible para clientes actuales de NETLIFE, solo disponible para pagos con tarjeta de crédito. En caso de promociones aplica cláusula la permanencia mínima (24 meses). Disponibilidad: aplica la misma disponibilidad del servicio de Netlife.

DESDE

\$9<sup>99</sup> +IVA

CONTRÁTALO

NOTA: El precio del servicio puede variar, por favor consulte las referencias fijas sobre el costo del servicio.