



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO PARA  
NIÑOS CON PROBLEMAS DE OBESIDAD EN UNA EDAD  
DE 3 A 14 AÑOS

Autora

Jennifer Elizabeth Pillajo Jácome

Año  
2017



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO PARA NIÑOS  
CON PROBLEMAS DE OBESIDAD EN UNA EDAD DE 3 A 14 AÑOS

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

PROFESOR GUÍA:  
Jorge Troncoso Lago

AUTOR:  
Jennifer Elizabeth Pillajo Jácome

Año:  
2017

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la 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”

---

Jorge Troncoso Lago

C.I.: 1756355242

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro (amos) haber revisado este trabajo, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

---

Tamara Erazo Orrego

C.I.: 1710689231

## 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.”

---

Jennifer Elizabeth Pillajo Jácome

C.I.: 1727184184

## **AGRADECIMIENTOS**

Quiero agradecer a mis padres Marco y Teresa y mi hermano Nicolás por todo el apoyo y amor incondicional a lo largo de este proceso académico. A mi amigo Diego por ser un soporte importante en mi vida. También quiero agradecer a mi profesor guía, Jorge Troncoso, por brindarme su conocimiento, apoyo y asesoría a lo largo de este proceso de titulación.

## **DEDICATORIA**

Quiero dedicar mi trabajo de titulación a mis padres y mi hermano quienes son un pilar fundamental en todo lo que soy, por su apoyo, consejos, y compañía en este proceso.

## RESUMEN

El proyecto pretende analizar la viabilidad de la creación de un gimnasio infantil para niños con problemas de sobrepeso y obesidad en una edad de 3 a 14 años en la ciudad de Quito. Primero se debe realizar el porqué de la creación de este proyecto y sustentarlo a continuación es importante realizar un análisis de la industria en la que va a desarrollarse mediante herramientas de PESTEL y PORTER que permitan determinar las oportunidades y amenazas de la industria. Después de esto es necesario realizar una investigación de mercados con métodos cualitativos y cuantitativos para conocer al mercado objetivo con los resultados de esta investigación se puede determinar e implantar la oportunidad de negocio del proyecto basada en el desarrollo del producto. Una vez identificada y desarrollada la oportunidad de negocio se continúa con plan de marketing en donde se establece las estrategias generales para que Peque Gym pueda ingresar en el mercado objetivo además de plantear las estrategias de producto, precio, plaza y promoción. A esto se añade la estructura organizacional del proyecto la cual evidencia como se manejará la empresa internamente, aquí también se desarrollan los flujogramas que ayudan a entender los procesos dentro del proyecto. Para finalizar es significativo el análisis financiero que muestre la inversión necesaria, ventas, flujos de efectivo, y flujos de caja necesarios para el desarrollo del proyecto en cada año y con estos valores obtener el TIR y VAN valores que ayudarán al análisis de la viabilidad del proyecto.

## **ABSTRACT**

The project aims to analyze the viability of creating a gymnasium for children with problems of overweight and obesity in an age of 3 to 14 years in the city of Quito. First, it is important to perform an analysis of the industry in which it will be developed using PESTEL and PORTER tools to determine the opportunities and threats of the industry. After this is necessary to carry out an investigation of market with qualitative and quantitative methods to know the target market with the results of this research can determine and implement the project business opportunity based on product development. Once the business opportunity has been identified and developed, a marketing plan is followed which establishes the general strategies for Peque Gym to enter the target market as well as to propose product, price, place and promotion strategies. To this is added the organizational structure of the project which shows how the company will be handled internally, here also develops the flowcharts that help to understand the processes within the project. Finally, the financial analysis that shows the necessary investment, sales, cash flows necessary for the development of the project in each year is significant, and with these values, obtain the TIR and VAN values that will help the analysis of the viability of the project.

## INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1 Justificación del trabajo.....	1
1.2 Objetivo General.....	2
1.3 Objetivos específicos del trabajo.....	2
2. Análisis del entorno .....	3
2.1 Análisis del entorno externo (PEST).....	3
2.2 Análisis de la industria.....	8
3. ANÁLISIS DEL CLIENTE .....	14
3.1 Investigación cualitativa y cuantitativa .....	14
4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO .....	21
4.1 Descripción de la oportunidad de negocio .....	21
5. PLAN DE MARKETING.....	23
5.1 Estrategia General de Marketing.....	23
5.1.1 Mercado Objetivo .....	24
5.1.2 Propuesta de valor .....	25
5.2 Estrategia de marca.....	26
5.3 Mezcla de Marketing.....	26
6. PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	35
6.1 Misión, visión y objetivos de la organización .....	35
6.2 Plan de operaciones .....	37
6.3 Estructura organizacional .....	40
7. EVALUACIÓN FINANCIERA.....	44
7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos.....	44
7.2 Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital.....	45
7.3 Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja.....	48
7.4 Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento, y criterios de valoración.....	49

7.5 Índices financieros .....	49
<b>8. CONCLUSIONES GENERALES .....</b>	<b>51</b>
REFERENCIAS:.....	53
ANEXOS.....	56

## Índice tablas

Tabla No. 1 Matriz EFE .....	11
Tabla No. 2 Horario de atención.....	28
Tabla No. 3 Costos de promoción .....	34
Tabla No. 4 Distribución de la hora .....	37
Tabla No. 5 Proyección ingresos anual.....	44
Tabla No. 6 Proyección costos anual .....	44
Tabla No. 7 Proyección gastos anual.....	45
Tabla No. 8 Gastos de constitución.....	45
Tabla No. 9 Proyección gastos de mantenimiento anual .....	45
Tabla No. 10 Inversión en equipos de computación .....	45
Tabla No. 11 Inversión en mobiliario .....	46
Tabla No. 12 Inversión en máquinas.....	46
Tabla No. 13 Inversión en implementos deportivos.....	46
Tabla No. 14 Inversión en construcción del centro en terreno	Tabla No. 15 Inversión 47
Tabla No. 16 Estructura del capital .....	47
Tabla No. 17 Aporte de los socios.....	47
Tabla No. 18 Utilidad neta anual .....	48
Tabla No. 19 Situación financiera anual.....	48
Tabla No. 20 Estado de flujo de efectivo anual .....	48
Tabla No. 21 Flujo de caja del proyecto anual .....	48
Tabla No. 22 Flujo de caja del inversionista anual .....	49
Tabla No. 23 Criterios de valoración del proyecto.....	49
Tabla No. 24 Liquidez del proyecto .....	49
Tabla No. 25 Razón de apalancamiento .....	50
Tabla No. 26 Razón de la actividad.....	50
Tabla No. 27 Razón de rentabilidad .....	50

## Índice figuras

Figura No. 1 Niños en la Provincia de Pichincha.....	24
Figura No. 2 Imagen de marca.....	26
Figura No. 3 Adquisición del servicio en el centro.....	38
Figura No. 4 Flujograma adquisición del servicio en una feria .....	39
Figura No. 5 Organigrama del centro .....	40
Figura No. 6 Primera planta Peque Gym .....	42
Figura No. 7 Segunda Planta Peque Gym .....	43

## **1. INTRODUCCIÓN**

### **1.1 Justificación del trabajo**

En el Ecuador contamos con una tasa de sobrepeso de 46,7% en las personas mayores de los 5 años (INEC, 2010), lo que representa casi la mitad de la población ecuatoriana; según la Organización Panamericana de la Salud (OPS) los problemas con el sobrepeso y la obesidad infantil son alarmantes y se considera una epidemia creciente en el Ecuador; La OPS menciona que en los niños menores de 5 años se ha incrementado el porcentaje de afectados por estas enfermedades llegando a un 8,6%, en tanto que en edades de 5 a 11 años, este índice es mucho mayor llegando a un 29,9%, y finalmente en los adolescentes hasta un 26% a nivel nacional (UNICEF, 2014). Estas cifras desde 1986 hasta el 2012 han crecido en un 104% lo que significa un porcentaje sumamente alto.

Para el Ministerio de Salud Pública el tema del sobrepeso y obesidad infantil es una tema de vital importancia, este problema puede desarrollar una serie de enfermedades no transmisibles crónicas, como son: diabetes tipo 2, hipertensión, enfermedades cardiovasculares y algunos tipos de cáncer, siendo algunas de estas las causas principales de muerte en el Ecuador según los datos del Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC). (MSP, 2016).

En la actualidad la población ecuatoriana tiene un ritmo de vida mucho más rápido, motivo por el cual se reduce el tiempo dedicado a la preparación de los alimentos de los niños además debemos incluir la vida sedentaria que la mayoría de familias ecuatorianas lleva de la mano de los malos hábitos alimenticios; lo que evidentemente ha creado un alto índice de niños con problemas de sobrepeso y obesidad, es importante recalcar que la actividad física que se realiza en los colegios, en la mayoría de los casos no es la adecuada para las necesidades de los niños.

Debido a este tema de interés mundial se ve la necesidad de crear un centro especializado para tratar estas enfermedades crónicas no transmisibles, como son: el sobrepeso y la obesidad infantil; que afectan en la vida diaria de estos

niños y que además puede desencadenar una serie de enfermedades afines, con esto se pretende reducir el porcentaje de niños con estas enfermedades mediante la realización de actividades físicas que mejoran su rendimiento y su salud, asimismo una nutrición clave que ayude a la erradicación de estas enfermedades, para cual se debe trabajar en conjunto con las familias de los niños. En este centro se realizarán programas físicos acorde a la edad y las necesidades de cada niño o adolescente, a lo largo de un periodo de tiempo en el cual será monitoreado de manera constante para medir su avance en cada etapa del programa.

## **1. 2 Objetivo General**

El objetivo general de este proyecto es analizar la viabilidad de crear un gimnasio para niños con problemas de sobrepeso y obesidad en la ciudad de Quito en las edades de 3 a 14 años.

## **1. 3 Objetivos específicos del trabajo**

1. Determinar la necesidad de crear un gimnasio para niños con problemas de obesidad y sobrepeso.
2. Viabilidad del desarrollo de un centro deportivo para niños.
3. Investigar con expertos como afecta la obesidad y el sobrepeso en la salud de los niños.
4. Establecer estrategias clave para la lucha contra el sobrepeso y obesidad en los niños
5. Describir los factores que intervienen en la creación de un gimnasio para niños.
6. Explicar los rubros financieros necesarios para el desarrollo del plan de negocio.
7. Proponer estrategias que ayuden al desarrollo del plan de negocio.

## **2. Análisis del entorno**

### **2.1 Análisis del entorno externo (PEST)**

#### **2.1.1 Factores Políticos**

El Lcdo. Lenin Moreno asumió la presidencia el 24 de mayo del presente año, tras una larga jornada de protestas en todo el país pero con especial concentración en la ciudad de Quito. Él señaló que en su gobierno todos formarán parte de un profundo dialogo nacional asumiendo así su compromiso con todos los ecuatorianos. (El Universo, 2017).

El riesgo país mide el conflicto que existe en las operaciones internacionales que implican a un país, deduciendo como riesgo el peligro de impago; esto quiere decir que a mayor riesgo país, mayor la probabilidad de que ese país no pague sus deudas en el tiempo estimado; este indicador es también usado por los inversionistas para establecer el riesgo de una inversión en un país determinado. El Ecuador cuenta con un riesgo país de 690 el cual solo es inferior al de sus países vecinos como por ejemplo: Cuba, Nicaragua y Venezuela en América Latina. (BCE. 2017)

El déficit fiscal ha superado lo previsto debido a la recaudación fiscal muy por debajo de lo necesario, debido a la situación económica, además del bajo precio del petróleo motivo por el cual tampoco se ha podido cubrir ese déficit, por estas razones el gobierno se ve obligado a reducir el presupuesto para el gasto público.(Cesla, 2017)

El gobierno ha impulsado el cambio en la matriz productiva a través del Plan Nacional para el Buen Vivir; el cual consiste en impulsar la transformación de la matriz productiva mediante la generación de valor agregado, disminuyendo las importaciones, y el uso de la tecnología mediante la inversión pública y la correcta gestión de los recursos financieros y no financieros,(Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017), a pesar de todos estos esfuerzos el Ecuador todavía es un país importador debido al déficit de maquinaria, tecnología e industrias especializadas.

El Estado también ha creado programas para mejorar la calidad de la alimentación de ecuatorianos en especial interés de los niños, niñas y adolescentes como medida de reacción a los altos índices de sobrepeso y obesidad que se ve reflejado en los datos del INEC en donde se dice que 3 de cada 10 niños y niñas y 2 de cada 10 adolescentes registran problemas de obesidad y sobrepeso que pueden causar otras enfermedades en el futuro. El Estado se ha comprometido a nivel internacional en la Asamblea Mundial de la Salud en el 2004 con la Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud en donde se señala que los distintos gobiernos deben adoptar medidas que aseguren tanto el suministro de información equilibrada a los consumidores para que se facilite la decisión en el consumo de alimentos saludables, como la disponibilidad de programas apropiados de promoción de salud y educación sanitaria. (Ministerio de Salud Pública, 2015).

El Ecuador en la Constitución Nacional de la República en el Art. 363 numeral 1 ***“Establece la responsabilidad de formular políticas públicas que garanticen la promoción, prevención, curación, rehabilitación y atención integral en salud y fomentar prácticas saludables en los ámbitos familiar, laboral y comunitario; y de universalizar la atención de salud, mejorar permanentemente la calidad y ampliar la cobertura”***. (Ministerio de Salud Pública, 2015) en base a este artículo se ha establecido un proyecto el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social pretende: “Mejorar la calidad de vida de la población” La política 3.2 señala ***“Ampliar los servicios de prevención y promoción de la salud para mejorar las condiciones y los hábitos de vida de las personas”***, dentro de sus objetivos se encuentra ***“Promover la educación para la salud como principal estrategia para alcanzar el autocuidado y la modificación de conductas hacia hábitos de vida saludables”***, la política 3,6 menciona ***“Promover en la población y en la sociedad hábitos de alimentación nutritiva y saludable que permitan gozar de un nivel de desarrollo físico, emocional e intelectual acorde a su edad y condiciones físicas”***, con este se pretende erradicar de manera sustancial la malnutrición y los desórdenes alimenticios en la población generando una vida más sana. La meta 3.4 de este proyecto indica ***“Revertir la tendencia de la***

***incidencia de obesidad y sobrepeso en niños/as de 5 a 11 años***” (Ministerio Coordinador de Desarrollo Social, 2015).

Para finalizar es importante mencionar que el Ministerio del Deporte según la Ley del Deporte en el Art. 14, literal a) establece como función ***“Proteger, propiciar, estimular, promover, coordinar, planificar, fomentar, desarrollar y evaluar el deporte, educación física y recreación de toda la población, incluidos las y los ecuatorianos en el exterior”***. (Ley del Deporte, Educación Física y Recreación, 2010)

### **2.1.2 Factores Económicos**

Según el Fondo Monetario Internacional (FMI), la economía del Ecuador caerá en un 4,5% este año y para el próximo año en un 4,3% con lo que se prevé que el país dependerá de importante financiamiento externo.

El Ministerio de Finanzas menciona que las proyecciones de crecimiento de la economía mundial tienen una tendencia de decrecimiento, debido a la crisis económica mundial, y que este decrecimiento también se da en temas geopolíticos como son las guerras en Medio Oriente países que influyen directamente con el precio del petróleo, mucho más si se trata de países exportadores de crudo como es el Ecuador. (Ministerio de Finanzas, 2016)

El Ecuador cuenta con un PIB de 100 millones de dólares, y un PIB per cápita de 6276 dólares, con un crecimiento del 3,1% para el presente año, además según los datos del Ministerio de Finanzas se prevé para este 2017 una inflación de 3,1%.

El Presupuesto General del Estado para el año 2016 fue de \$29.835.098.320,79 el cual ha sido menor en un 18% aproximadamente en comparación con el año anterior, en la distribución sectorial según el Ministerio de Finanzas la educación y la salud son los sectores a los que más se asigna estos recursos.

La inversión pública que se ha realizado en áreas como la salud ha sido mayor en el periodo del régimen actual. A pesar de todo eso, según el Fondo Monetario

Internacional (FMI), todavía existen ámbitos que deben mejorarse. (Lideres, s, f.). Además se establece que el 0,5% del PIB se destina para el Sistema Nacional de Salud en cumplimiento a las disposiciones constitucionales lo cual se estima que corresponde a un valor de \$12.132.846,89 (Ministerio de Finanzas, 2016)

En el Ecuador para el año 2012 la industria de los gimnasios facturó 44 millones de dólares y se prevé que esta industria crezca entre un 10% a 15% debido al crecimiento de las clases medias y la latente necesidad que tienen las personas por mantenerse activas y saludables. Es importante mencionar que el país registra un 1,5% de penetración en este mercado que está empezando a desarrollarse, en lo que se refiere a número de gimnasios se encuentra por debajo con 857 aproximadamente por debajo de sus países vecinos quienes cuentan con más de 1000 establecimientos. Los desafíos que se presentarán en esta industria evidentemente serán la innovación y el uso de la tecnología para el beneficio de sus consumidores. (Marín, L. 2012)

### **2.1.3 Factores Sociales**

En el Ecuador la población total que es de alrededor de 15 millones de habitantes, el 69,6% está en edad de trabajar de la cual el 68,6% se encuentra económicamente activa, (INEC, 2016), la tasa de desempleo en el país creció de 4,2% al 5,4% según la Organización Internacional del Trabajo (OIT) estas cifras se dan en toda América Latina y Caribe debido a la crisis financiera internacional y estima que estos valores sigan subiendo.

Por otra parte en lo que respecta al analfabetismo según el último censo realizado por el INEC en el 2010 se evidencio que el 6,8% de la población mayor de 15 años vivía en condiciones de analfabetismo, motivo que impulso al gobierno a emprender campañas de alfabetización desde el 2011, este programa logro alfabetizar a cerca de 324.894 personas.(Ministerio de Educación, 2014)

Por otro lado la tendencia a nivel mundial está dada por el cuidado del cuerpo, llevar una vida sana y tener una nutrición equilibrada, en el Ecuador no es la excepción hemos visto como se ha incrementado el número de personas que dedican parte de su tiempo a la semana para realizar alguna actividad física,

según el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) los ecuatorianos dedican 150 minutos a la semana para realizar alguna actividad física o recreativa, en el 2012 las encuestas revelaron que el 41,8% de los ecuatorianos realizan algún deporte o actividad física, ya sea en espacios públicos, en lugares especializados o en su propia casa.

Para la Organización Mundial de la Salud (OMS) el tema de la obesidad es un tema de atención prioritaria para la salud pública, en especial en el caso de los niños que sufren problemas de sobrepeso y obesidad, por lo cual obliga a los distintos países a organizar campañas e investigaciones que ayuden a reducir este tipo de enfermedades que pueden desarrollar con el tiempo una serie de enfermedades relacionadas con la obesidad, (OMS, s, f).

#### **2.1.4 Factor Tecnológico**

En Ecuador según el INEC en 2016 el porcentaje de analfabetismo digital se redujo de 12,22% a 11,45%, del total de la población el 52% usan computadores, en el país el 42% de las personas cuentan con un computador y el 55% de los ciudadanos han usado internet, el 36% de los hogares del país tienen acceso a internet. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2016)

El 58% de los ecuatorianos cuentan con un teléfono celular dentro de este porcentaje el 53% de estos tiene un Smartphone, es importante mencionar que de este porcentaje el 94% de los usuarios usan su teléfono para redes sociales, tan solo el 4% usa su Smartphone para el trabajo, el 0,74% lo usa para buscar películas, música o software. (Ministerio de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información, 2016)

La tecnología es un factor importante en el tema de las máquinas para los gimnasios ya que han ido avanzando acorde a las necesidades de los consumidores, el uso de la tecnología en máquinas aumenta el número de usuarios y la retención de los mismos en un 20% según Elsa de Cervantes, Directora en México de Precor (fabricantes de bicicletas fijas, caminadoras y elípticas).

Según la ACSM la tendencia en este 2016 se evidencio en el uso de Wearable; conjunto de aparatos y dispositivos que se incorpora en alguna parte de nuestro cuerpo interactuando de forma continua con el usuario y con otros dispositivos con la finalidad de realizar alguna función concreta; ayudando a los usuarios a cuantificar su progreso. El uso de estos dispositivos ha ido en aumento al igual que las aplicaciones para Smartphone, ubicando a estas dos herramientas dentro del top fitness en el Ecuador. (Vida Sana Ecuador, 2015).

## **2.2 Análisis de la industria**

### **CIU**

La industria del gimnasio a la que pertenece según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CIU) es:

R9311.02 Explotación de instalaciones para actividades deportivas bajo techo o al aire libre (abiertas, cerradas o techadas, con asientos o sin ellos para espectadores): pabellones de boxeo y gimnasios. (INEC, 2012, pág. 215)

### **Análisis de la industria (PORTER)**

#### **Amenaza de la entrada de nuevos competidores**

En el Ecuador en la provincia de Pichincha en la ciudad de Quito existen 17 establecimientos legalmente constituidos dentro del sector R9311.02 Explotación de instalaciones para actividades deportivas bajo techo o al aire libre pabellones de boxeo y gimnasios. (Superintendencia de compañías, 2016), dentro de las cuales la mayoría se dedica a los gimnasios, dentro de este mercado existe un alto crecimiento debido a las nuevas tendencias en el cuidado de la salud.

Las barreras de entrada para este mercado son altas ya que se necesita de una importante inversión para la adquisición de las máquinas e implementos deportivos, además del personal capacitado que este al pendiente de los consumidores, y la disponibilidad de los entrenadores en los horarios de atención al cliente y la adecuación del gimnasio.

Otra importante barrera de entrada es la adquisición de las máquinas para gimnasios, a pesar de que existen proveedores en el entorno nacional para la adquisición de equipos con mayor avance tecnológico y que brinde más beneficios a los usuarios se deben conseguir mediante importaciones

Para concluir podemos decir que existe un número considerable de barreras de entrada, lo cual le convierte en altas barreras de entrada a este mercado en la ciudad de Quito, por lo que la amenaza de entrada de nuevos competidores es baja.

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

Dentro y fuera del país existe un número considerable de proveedores de máquinas para realizar distintos ejercicios, además de otros productos para facilitar a la práctica deportiva; por lo cual se convierte en una opción de compra para adecuar un gimnasio de acuerdo al enfoque que se plantee.

El poder de negociación de los proveedores es bajo ya que existe un número bastante amplio de proveedores tanto a nivel nacional como a nivel internacional, al igual que una gran cantidad de opciones en lo relacionado al precio, calidad y facilidades de adquisición.

### **Poder de negociación de compradores**

A pesar de que no existe una asociación o red de compradores en el país, existe el alto índice de comunicación por redes sociales en donde una persona puede pedir referencia sobre cierto producto o servicio e inmediatamente recibe respuestas por lo cual tiene el poder de decisión frente a un nuevo servicio en base a experiencias pasadas de otros consumidores.

Lamentablemente a nivel mundial se ha incrementado el sedentarismo, malos hábitos alimenticios y el estrés motivo por el cual se han desencadenado enfermedades relacionadas a estos hábitos ocasionando una calidad de vida inapropiada, debido a esto los centros para el cuidado de la salud son importantes e indispensables.

En lo que se refiere a los compradores el poder de negociación es medio debido a que existe una gran variedad de opciones que se brinda a los consumidores para las diferentes necesidades y posibilidades económicas, sin embargo el cuidado de la salud es un tema prioritario en la población a nivel mundial; en la prevención como en el tratamiento de enfermedades; motivo por el cual los centros especializados en el cuidado de la salud son importantes para mantener a las personas saludables y evitar enfermedades.

### **Amenaza de productos sustitutos**

En el mercado ecuatoriano existe una gran variedad de opciones en lo que se refiere a la oferta de productos y servicios para la realización de actividades físicas y deportivas.

En la industria deportiva hasta el momento evidenciamos como van tomando fuerza las diferentes campañas que ha realizado el gobierno lo cual se convierte en un producto sustituto al incentivar la práctica deportiva al aire libre en parques, en gimnasio colocados en parques por parte del municipio así como la remodelación y adecuación de espacios para la práctica de ciertos deporte como el crossfit, tenis, vóley y fútbol.

Es por todo esto que la amenaza de productos sustitutos es alto, debido a la gran variedad de ofertas que existen en el mercado ecuatoriano y que sigue creciendo con los años debido a la necesidad de mantener una vida sana.

### **Rivalidad entre competidores**

En el Ecuador existe un gran número de competidores dentro del mercado deportivo, en la ciudad de Quito existen 82 entidades dentro de los cuales un número considerable de ellos se encuentran bien establecidos en el mercado deportivo debido a la larga trayectoria con la que cuentan o por diferentes servicios que ofertan.

Debido a la gran competencia que existe y a las diferentes opciones que existen en el mercado los distintos gimnasios de la capital luchan cada vez más por tratar

de alcanzar una mayor cuota de mercado ofertando servicios diferenciados como nuevas salas de ejercicios, servicio personalizado entre otros.

Además de las empresas privadas se debe considerar como competidor importante las actividades al aire libre como parques, gimnasios e instalaciones públicas en donde los consumidores pueden realizar cualquier actividad física sin ningún costo y con una disponibilidad inmediata y al alcance de sus hogares.

El Presidente de la Republica mediante el Decreto Presidencial exigió a las empresas e instituciones públicas a conceder sus sedes sociales para el bien de la comunidad. Para esto el Ministerio del Deporte invirtió un total de \$642.000 para su operación, y una inversión de 20 millones para realizar adecuaciones a estas instalaciones a donde asisten cerca de 33.500 personas cada mes a los denominados centros activos, estos centros ofertan instalaciones para la práctica de diferentes deportes como: natación, futbol, tenis, baloncesto, squash, voleibol, atletismo entre otros. (Ministerio del Deporte, s, f). Por esta razón los centros activos son competencia directa dentro de esta industria

Es importante mencionar a los entrenadores personales que trabajan directamente en la casa, oficinas o parques con sus clientes; estas personas trabajan con grupos o de forma individual, además de ayudar a sus clientes a mantenerse sanos ellos los direccionan con nutricionistas para el trabajo sea completo.

Por lo tanto la rivalidad entre competidores es alta debido a la gran cantidad de empresas ofertantes tanto públicas como privadas de un mismo producto y servicio por lo cual los establecimientos existentes luchan de forma constante para alcanzar una mayor cuota de mercado, e incrementar sus ventas para generar mayores ingresos.

Tabla No. 1 Matriz EFE

<b>MATRIZ EFE</b>			
<b>Factores</b>	<b>Peso</b>	<b>Calificación</b>	<b>Valor Ponderado</b>
<b>OPORTUNIDADES</b>			
Cuidado de la salud	0,16	4	0,64
Crecimiento de la industria	0,10	3	0,3
Nueva tecnología en maquinas	0,05	2	0,1

Gran cantidad de proveedores	0,10	2	0,2
Gran cantidad de personal capacitado	0,09	2	0,18
<b>AMENAZAS</b>			
Competidores bien establecidos	0,10	2	0,2
Capital de inversión	0,13	3	0,39
Presencia de servicios sustitutos	0,11	4	0,44
Precios de los competidores	0,09	2	0,18
Programas de salud impulsados por el gobierno	0,07	3	0,21
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>2,84</b>

El resultado de la matriz EFE nos da como resultado 2,84% por lo cual se encuentra dentro del rango aceptable que es 2,5%.

## Conclusiones

Mantener una buena salud es esencial para toda la población a nivel mundial debido a esto algunas entidades internacionales han concentrado sus esfuerzos entorno a esto, generando compromisos con los gobiernos de turno para garantizar el desarrollo de campañas que promuevan la buena y equilibrada alimentación, reducir el sedentarismo, incentivar la práctica deportiva de forma regular entre otras actividades, empieza a ser una prioridad en las personas el cuidado de la salud por esto se ha incrementado el número de establecimientos deportivos destinados para la práctica de actividades deportivas que ayuden a mantener un peso adecuado, pero el cuidado de la salud va más allá de controlar el peso sino también de acompañarlo con una alimentación equilibrada.

- El sobrepeso y la obesidad es un tema de interés mundial y las organizaciones internacionales han adaptado programas de compromiso con los diferentes países para que se desarrollen campañas para erradicar estas enfermedades.
- El Ecuador ha respondido de forma correcta frente a esta enfermedad al comprometerse a nivel internacional en la Asamblea Mundial de la Salud con la Estrategia Mundial sobre el Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud en el 2004, en donde los gobiernos aceptan adoptar medidas que garanticen la buena alimentación de su población mediante algunas campañas de salud, y de forma prioritaria en los niños y niñas que presentan problemas de mal nutrición y obesidad.

- En la industria de la salud podemos ver que a nivel mundial se han colocado una serie de políticas que ayudan a las personas a tener una alimentación mucho más sana y llevar una vida más saludable, intentando reducir el sedentarismo a nivel mundial.
- Esta industria muestra un crecimiento rápido en el tema económico a nivel mundial la tendencia fitness va tomando fuerza debido a la latente necesidad de mantenerse saludables y mejorar las condiciones de vida de las personas quienes antes se veían inmersas en el sedentarismo.
- La tecnología avanza a pasos agigantados y el tema de la actividad física no es la excepción, por lo cual existen una gran cantidad de aplicaciones e información en internet que ayudan a controlar la alimentación, la actividad física de las personas, el rendimiento deportivo entre otras cosas.
- Para esta industria las barreras de entrada son altas debido al nivel de inversión, experiencia, uso de la tecnología, personal capacitado entre otros por lo cual es difícil que ingresen nuevos competidores.
- Podemos concluir que existe una gran cantidad de proveedores a nivel mundial por lo tanto la adquisición de máquinas especializadas se convierte en un tema de fácil manejo.
- Por ende los compradores tienen un poder de negociación medio, a pesar de la gran cantidad de ofertantes que se encuentran en esta industria los centros especializados en el cuidado de la salud son limitados.
- Para esta industria se han creado un sin número de servicios y productos sustitutos por lo cual depende del cliente sus gustos y preferencias a la hora de realizar una actividad física y de recreación. En este mercado existen un número considerable de competidores con una cuota de mercado alta y posicionada en la mente del consumidor.
- Por el momento en la industria los competidores tienen gran importancia debido a la gran cantidad de establecimientos, es por esta razón que lo único que diferencia a uno de otro es su servicio diferenciado.

### **3. ANÁLISIS DEL CLIENTE**

#### **3.1 Investigación cualitativa y cuantitativa**

##### **Análisis de entrevistas de profesionales**

###### **Entrevista 1**

La primera entrevista se realizó al señor Anthony Coronel entrenador de gimnasios en el sur de Quito, el entrenador va más de 9 años ejerciendo su profesión con lo cual evidencia su experiencia al trabajar con personas con sobrepeso y obesidad. La entrevista se la realizó en la cafetería “El Español” ubicado en el Centro Comercial Quicentro Sur en el sur de la ciudad de Quito en horas de la tarde del 6 de diciembre del 2016. (Ver anexo 1)

En el país existen una gran cantidad de establecimientos que son administrados por personas sin conocimiento previo, tan solo cuentan con el recurso financiero e incursionan en este negocio, si a esto le sumamos la falta de experiencia de algunos entrenadores ahí es cuando se sobrecarga a las personas, en el tema de las personas con obesidad es cuando en vez de realizar actividades y ejercicios para bajar de peso se les implanta carga haciendo que toda la masa muscular crezca y no bajen de peso simplemente hacen que se vayan ensanchando más, por eso es necesario que en los gimnasios existan personas que conozcan de los distintos requerimientos de las personas y que exista más compromiso por parte de los dueños y administradores de estos establecimientos.

El entrenador nos comenta que lo más saludable y beneficioso para las personas con sobrepeso y obesidad es trabajar con ejercicios cardiovasculares empezando con sesiones de 30 a 45 minutos; ya que al contar con estos problemas las personas tienden a fatigarse y ahogarse por lo cual no se puede exceder de este tiempo; al trabajar con cardio se queman calorías que es lo que estas personas quieren pero no todo es ejercicio, para el entrenador un 70% es la alimentación y tan solo un 30% el ejercicio, cuando una persona ingresa a uno de estos programas para reducir su peso es necesario compromiso al cumplir

con sus dietas, sus rutinas y demás cosas, ya que no solo basta con pasar horas en el gimnasio si al salir de él ingieren comida no saludable, es por esto que de igual manera se debe contar con un doctor especialista en estos temas para que sean ellos quienes den la autorización para realizar ciertos ejercicios al igual que realizar un control sobre su peso, sus triglicéridos y demás aspectos que son importantes en las personas que cuentan con estos problemas médicos no solo ingresarlos en gimnasios y pretender que todo se solucione en semanas ya que estos programas consisten en un tiempo de 3 o 4 semanas de constante entrenamiento.

## **Entrevista 2**

La segunda entrevista se realizó al señor Christian Guiracocha Docente de Educación Física desde hace 3 años, tiempo en el cual ha trabajado con niños de jardín, escuela desde cuarto hasta séptimo grado, y cursos de bachillerato en instituciones fiscales de la ciudad de Quito, la entrevista se realizó en el sur de la ciudad en horas de la tarde el 13 de diciembre del 2016. (Ver anexo 2)

Las clases de educación física vienen establecidas por el Ministerio de Educación, quienes planifican los ejes esenciales a tomar en cuenta a lo largo del año

En las clases de educación física primero se debe recordar lo aprendido la anterior clase, y explicar el nuevo tema a aprender, reconocer cuales son los conocimientos previos con los que cuentan los niños y después explicar de forma teórica el tema a tratar al igual que realizar una evaluación de lo aprendido con ejercicios, estas actividades ayudan a integrar al curso de forma social, el docente menciona que con niños de jardín solamente se puede realizar juegos de recreación debido a su temprana edad, en los niños de escuela se puede desarrollar de mejor manera la motricidad para que en un futuro no tengan problemas de equilibrio y coordinación.

En relación al tema central acerca del sobrepeso y la obesidad, el entrevistado menciona que con estos niños se utiliza una planificación diferente, se enseña a

todos los niños por igual pero al momento de realizar un ejercicio se toma a ellos como voluntario para que realicen los ejercicios y así ayudarlos a realizar estas actividades poco a poco, otro punto importante que se topó en la entrevista es el bullying, existen niños con problemas de obesidad y sobrepeso que son más flexibles que los niños delgados sin embargo cada vez que un niño con estas enfermedades realiza alguna actividad reciben chistes en contra de ellos, Dentro de esto hay niños con sobrepeso u obesidad que se cohíben al escuchar las burlas de sus compañeros y ya no desean realizar ninguna actividad en las clases.

### **Análisis de Focus Group**

Para la realización del grupo focal se buscó personas con las siguientes características: tener por lo menos un hijo o hija de entre 3 y 14 años, cumpliendo esta característica el grupo focal fue conformado por 10 personas entre hombres y mujeres de una edad de entre 29 a 45 años. El grupo focal fue realizado en un aula de la Unidad Educativa Bilingüe Cotopaxi ubicada en el sur de Quito a las 8:30 de la mañana el 27 de abril del 2017. (Ver anexo 3)

Los resultados obtenidos a través de este método de investigación fueron los siguientes: Los padres de familia respondieron que sus niños tienen de 3 a 4 comidas al día, dentro de estas comidas 3 son preparadas en casa en su mayoría las preparan las madres o las abuelitas. Estas comidas están conformadas por un plato de sopa y un plato de arroz, los padres mencionaron que intentan que estos alimentos sean saludables.

Para las colaciones de los niños todos los padres respondieron que les envían dinero para sus colaciones en promedio los niños reciben \$1,25 para su recreo, mencionaron que en pocas ocasiones les preguntan a sus hijos que compraron con este dinero.

Los padres mencionaron que en sus hogares controlan el consumo de comida chatarra, golosinas, grasas, etc. Sin embargo están conscientes que muchos de sus hijos consumen estos alimentos en los recreos o a la salida de la escuela

debido a que llegan a las casas o encuentran en sus maletas las fundas de basura de los alimentos consumidos. También mencionaron que en el bar de la escuela no se ofrecen productos saludables que puedan adquirir los niños y que tampoco existe un control sobre este tema.

Los padres expusieron que dentro de las 2 horas de educación física que reciben los niños a la semana una de ellas está destinada a la natación, ya que la institución cuenta con una piscina dentro de las instalaciones y que en la hora de clase generalmente juegan fútbol o vóley y que se deberían realizar otras actividades que ayuden al desarrollo de los niños como circuitos, danza, gimnasia y otros deportes. Dentro de los integrantes del focus group se encontró con 3 padres que tenían a sus hijos en escuelas de fútbol, los cuales asisten todos los días a su entrenamiento de una hora, el resto de padres indico que sus hijos realizan actividades físicas con sus amigos y hermanos en los barrios y en sus casas ciertos días a la semana.

En la investigación los participantes señalaron que controlan el tiempo de uso de los aparatos tecnológicos en sus casas el cual es en promedio de 2 horas en lo que respecta a celulares, computadoras o consolas de videojuegos, pero que esto es una pelea diaria ya que los niños no desean dejar estos equipos, además que en muchas ocasiones han encontrado a sus niños jugando en los celulares o consolas de videojuegos a escondidas. Por otro lado en el uso de la televisión ninguno de los padres controla cuando tiempo pasan frente al televisor a lo largo del día.

Todos los participantes coincidieron en que no conocían de un gimnasio infantil dentro del país y que sería algo muy interesante y novedoso para los niños ya que podrían realizar actividades a las cuales no están acostumbrados y que beneficie a su salud. Además indicaron que esta sería una forma de motivar a sus hijos a que se desprendan de los equipos tecnológicos y que realizan alguna actividad física que los beneficie.

## **Muestreo**

## Tamaño de la muestra

El mercado objetivo para la investigación en este proyecto son los habitantes de la ciudad de Quito, cuya edad está comprendida entre los 15 y 49 años, (Ensanut, 2012) lo cual representa aproximadamente el 49% de la población total de la ciudad de Quito es decir alrededor de 2'239.191 habitantes en total. Se toma en cuenta este rango de edad debido a que representa la edad promedio de reproducción en las mujeres del Ecuador, en el país tienen en promedio 2 hijos. Dentro de este segmento se tomará en cuenta también a los hombres como padres y a las mujeres que cuenten con al menos un hijo o hija.

## Cálculo de la muestra

$$2.576.287 * 49\% = 1.262.381$$

Universo = 1.262.381 habitantes de la provincia de Pichincha

$$Z = 95\% \qquad p = 0,5$$

$$q = 0,5 \qquad e = 5\%$$

$$n = \frac{Z^2 * p * (1 - p)}{e^2} = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2} = 384 \text{ encuestas}$$

Como resultado se obtiene un número total de 384 encuestas según el cálculo de la muestra, pero para la investigación se realizará un número total de 50 encuestas.

El método de muestreo que se utilizara para la investigación es un método no probabilístico; es decir se desconoce la probabilidad de elegir a una persona de otra dentro de la población. De los métodos no probabilísticos se ha escogido el muestreo por conveniencia; personas que puedan aportar de forma positiva a la presente investigación en base a su experiencia.

## Segmentación

**Segmentación geográfica.-** Está dada por la ubicación de los habitantes que se encuentren en la Provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito.

**Segmentación demográfica.-** Dentro de esta segmentación se ha considerado a los padres y madres de familia quienes tienen por lo menos un hijo en una edad de 3 hasta los 14 años.

**Segmentación psicográfica.-** En esta segmentación se tomó en cuenta padres y madres de familia con un nivel socioeconómico medio y medio alto, debido al servicio que implica este proyecto.

### **Análisis de las encuestas**

Para la investigación se realizó una encuesta con 11 preguntas a 50 personas bajo las técnicas de muestreo ya antes mencionadas, de las cuales se ha llegado a las siguientes conclusiones: (Ver anexo 4)

Del total de los encuestados la mayoría desconoce el peso de sus hijos de lo cual podemos deducir que no se realizan chequeos médicos de forma periódica, sin embargo la gran parte de los encuestados dicen que sus hijos consumen con poca frecuencia comida rápida, golosinas, alimentos hipercalóricos, por lo cual se evidencia que a pesar de no realizar chequeos médicos intentan cuidar la salud de sus hijos controlando el consumo de estos alimentos.

Acontece además que el 56% de los encuestados indicaron que sus hijos dedican al menos una hora a la semana para realizar alguna actividad física, es decir que la mayoría de los niños no dedican tiempo suficiente para realizar una actividad física que beneficie al cuidado de la salud, lo cual tiene coherencia con el hecho de que el 55% de los niños destinan de 1 a 3 horas diarias al uso de equipos tecnológicos, videojuegos, televisión etc., fomentando con esto el sedentarismo en las familias, basándonos en la investigación el 49% de los padres aceptan que sus familias llevan una vida sedentaria, a pesar de cuidar a sus hijos del consumo de alimentos altos en grasas los padres no le están dando la importancia suficiente a la actividad física.

En el Ecuador no existe un centro especializado para niños lo cual es relacionado con el hecho de que el 85% de los encuestados no conozcan los servicios que puede ofrecer un centro con estas características, a esto los encuestados han

respondido de forma favorable que estarían dispuestos a utilizar un centro deportivo especializado para niños como método de lucha a los problemas de obesidad y sobrepeso que aquejan a los niños y adultos en estos tiempos, dentro de este tema el 68% de los padres consideran que un niño debería permanecer en un gimnasio infantil de 1 a 2 horas para conseguir resultados a largo plazo que los beneficie en su salud. Es importante recalcar que no solo el ejercicio físico es necesario para una buena salud, sino también controlar las comidas a lo largo del día para alcanzar una alimentación equilibrada.

### **Conclusiones**

La planificación que se realiza por parte de las autoridades y personas competentes al área de educación física a nivel nacional no cumple con las necesidades de los niños y adolescentes en las instituciones educativas. A pesar de incrementar e incentivar a los niños a la práctica deportiva mediante las actividades extracurriculares estas no han tenido gran trascendencia en los niños. Las actividades que se planifican en estas horas destinadas para la educación física generalmente están ligadas a la práctica del fútbol o básquet y no se impulsa la práctica de nuevos deportes.

A pesar de que muchos de los padres de familia intentan controlar los alimentos que consumen sus hijos en casa, no logran controlar en su totalidad el consumo de alimentos altos en grasas, azúcar o sal. Los padres se muestran preocupados ante el tema de la obesidad y el sobrepeso ya que en la actualidad la mayoría de las familias aceptan que llevan una vida sedentaria lo cual representa un riesgo para su salud.

El uso de los equipos tecnológicos a temprana edad ha desencadenado que los niños y adolescentes no estén interesados en practicar un deporte o realizar alguna actividad deportiva que implique salir de sus hogares. Por lo cual los padres se muestran interesados en un gimnasio para niños que les ayude a realizar una actividad física mientras se divierten y están en interacción con otros niños de su edad, y mediante esto reducir el sedentarismo de los niños y jóvenes de la actualidad.

## **4. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO**

### **4.1 Descripción de la oportunidad de negocio**

A nivel mundial la obesidad y el sobrepeso infantil es un tema de prioridad para los ministerios de salud en la mayoría de países; según la Organización Panamericana de la Salud (OPS) las cifras de la obesidad infantil en el Ecuador es alarmante y se la considera una epidemia en marcha. Desde el año de 1986 hasta el 2012 el sobrepeso en el país creció en un 104% aproximadamente. Según el Nutrichef Rubén Mosquera varios factores ayuda al desarrollo de esta enfermedad, entre ellos: la mala alimentación de las mujeres en el periodo de gestación, que el periodo de lactancia no se cumpla en su totalidad, y la ausencia de una buena nutrición en los niños y niñas desde temprana edad.

En los datos registrados por la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición del 2013, en el Ecuador se registra un 8,6% de niños menores de cinco años con exceso de peso, en tanto que en los de 5 y 11 años esta cifra se triplica y llega al 29,9% y en el caso de los adolescentes esta cifra llega al 26%, Grant Leaity representante de la UNICEF dijo que estas cifras son alarmantes en la Conferencia Internacional sobre Etiquetado y Políticas Fiscales en Alimentación Saludable y Prevención de la Obesidad realizada el jueves 28 de agosto del 2014 en el Hotel Quito.

Los niños, niñas y adolescentes que tienen problemas de obesidad y sobrepeso son más propensos a desencadenar cuadros de enfermedades crónicas no transmisibles como es la diabetes, hipertensión y problemas cardiovasculares.

Según los datos registrados en la Encuesta Nacional de Salud y Nutrición realizado por el Ministerio de Salud el 21, 1% de los niños de entre 5 y 10 años dedican de 2 a 4 horas a videojuegos, ver televisión, y con respecto a los adolescentes el 25,7% dedican de 2 a 4 horas a las mismas actividades, estos valores son significativos ya que son ellos quienes no realizan ninguna actividad física aparte de las horas deportivas escolares y prefieren destinar su tiempo a estas actividades.(ENSANUT, 2013)

Debido a estos factores se ve la necesidad de crear un espacio idóneo para la realización de actividades físicas, en donde los niños, niñas y adolescentes puedan mejorar su calidad de vida a través de la realización de ejercicios físicos acorde a su edad y sus necesidades. Además en este espacio se evidenciará un ambiente de armonía, respeto, colaboración y compañerismo entre los instructores y médicos; personas capacitadas para trabajar con los niños, niñas y adolescentes; los consumidores quienes tendrán un rango de edad de 3 a 14 años con problemas de sobrepeso u obesidad o con ganas de realizar alguna actividad física en compañía de otros niños de su misma edad, y los padres de familia quienes deberán comprometerse con el centro para trabajar en conjunto y seguir las indicaciones que les den los médicos especialistas como: doctor, nutriólogo y entrenadores quienes estarán al tanto de cada uno de los miembros del gimnasio.

Este centro se creará en base a las nuevas necesidades de los consumidores quienes siguen la tendencia mundial en el cuidado de la salud que consta de obtener una mejor condición física de la mano con una buena y equilibrada alimentación.

De acuerdo a la investigación de mercados realizada para este proyecto se expresa un grado de aceptación del 98% por parte de los padres de familia, quienes están interesados en llevar a sus hijos a un centro deportivo especializado en niños y adolescentes.

Los padres se muestran preocupados con el excesivo uso de los equipos tecnológicos, mala alimentación y vida sedentaria que muchos de sus niños llevan debido a distintas razones. Así que en base a esta problemática mundial se establece la necesidad de crear un centro deportivo especializado en el cuidado de la salud de niños y adolescentes, que de forma prioritaria combata al sobrepeso, la obesidad y sedentarismo.

## **5. PLAN DE MARKETING**

### **5.1 Estrategia General de Marketing**

La creación de un centro especializado para el cuidado de la salud de los niños, niñas y adolescentes es un proyecto innovador en la ciudad de Quito por lo cual se deben realizar grandes esfuerzos de marketing para lograr posicionar a este centro en la mente de los clientes.

Este centro busca mejorar la calidad de vida de los niños y adolescentes quiteños de 3 a 14 años que cuentan con problemas de sobrepeso y obesidad ocasionados por los malos hábitos alimenticios causados por la falta de tiempo por parte de los padres para preparar la comida que llevan sus hijos a las instituciones educativas y en algunas ocasiones los alimentos que consumen en sus hogares, y por el sedentarismo que se ha incrementado debido al uso de equipos tecnológicos; como los televisores, consolas de videojuegos, celulares, tablets, etc., los cuales son preferidos por los más pequeños en su vida diaria reduciendo así las salidas a los parques y la realización de actividades lúdicas y físicas en su tiempo libre

Según la ENSANUT el 78,9% de los niños de entre 5 y 10 años dedican por lo menos 2 horas a las actividades sedentarias por ejemplo televisión, videojuegos al igual que en los adolescentes el 74,3% dedican al menos dos horas a estas actividades al día, por estas razones las cifras de los niños y adolescentes con problemas de obesidad y sobrepeso se han incrementado en los últimos años y en la actualidad estas cifras son alarmantes debido al riesgo que existe de desencadenar enfermedades crónicas derivadas de la obesidad.

Para este gimnasio se utilizará una estrategia de desarrollo de producto debido a que se enfocará en un mercado que se encuentra desatendido por la sociedad. Los adultos han logrado satisfacer sus necesidades en este mercado ya que se han desarrollado una gran cantidad de opciones para el cuidado de la salud Sin embargo los niños no han sido tomados en cuenta en este mercado, se encuentra abandonado por las empresas privadas, y dentro del sector público se puede encontrar algunas campañas que promueven la buena alimentación en

las familias mediante la semaforización de los productos, y la venta de alimentos saludables en los bares escolares sin embargo estos programas solo se han enfocado en la alimentación los cuales no han tenido gran trascendencia en la población, por esto se ve la necesidad de crear un centro deportivo especializado en el cuidado de los niños en parámetros de la salud y la alimentación equilibrada que ayude a los niños y adolescentes a mejorar su calidad de vida tanto actual como futura.

### 5.1.1 Mercado Objetivo

El mercado objetivo de este proyecto comprende a los niños, niñas y adolescentes desde los 3 hasta los 14 años que viven en la Provincia de Pichincha de forma específica en la ciudad de Quito, por lo cual se ha determinado un mercado objetivo de aproximadamente de 723,071 lo que representa un 28,1% de la población total de la provincia de Pichincha.

De 13 a 19 años	449.073	10,4%	438.703	9,3%
De 10 a 14 años	246.651	10,3%	241.334	9,4%
De 5 a 9 años	243.651	10,2%	244.844	9,5%
De 0 a 4 años	242.729	10,2%	236.893	9,2%
<b>Total</b>	<b>2.388.817</b>	<b>100,0%</b>	<b>2.576.287</b>	<b>100,0%</b>

Figura No. 1 Niños en la Provincia de Pichincha

Dentro de este número según la Organización Mundial de la Salud (OMS) estimó que para el 2015 en el Ecuador el 58,3% de los niños del Ecuador sufrirán de problemas de obesidad y sobrepeso lo que representa un número aproximado de 421,550 niños.

El mercado objetivo de este proyecto son todos los niños y adolescentes de la ciudad de Quito que poseen problemas de sobrepeso y obesidad, además los niños y adolescentes que deseen mantener una buena salud y prevenir problemas futuros, asimismo crear una cultura de práctica deportiva diaria en los niños de la capital. Sin embargo es importante mencionar que todos los esfuerzos de marketing se dirigirán a los padres de los niños con estas características.

### **5.1.2 Propuesta de valor**

El día de hoy los niños dedican su tiempo a diligencias en donde no realizan una actividad física, prefieren pasar horas frente a una computadora, celular, televisión o cualquier otro equipo tecnológico que salir a parques o espacios de esparcimiento; por esta razón se ve la necesidad de un espacio que garantice el desarrollo físico de los niños y adolescentes. En la actualidad el Ministerio de Educación en el Acuerdo 041 establece cinco horas semanales de educación física para los estudiantes de educación básica tiempo en el cual se destina para dar una clase teórica exponiendo el tema tratado en la clase anterior y del tema a tratar en la clase, a continuación se debe realizar ejercicios de calentamiento, y finalmente se realiza la práctica deportiva, este tiempo destinado a la práctica deportiva no es el correcto para que los niños y jóvenes puedan llevar una vida más activa y saludable. Este acuerdo se ha establecido para promover un cambio en los niños y jóvenes para que descubran en el ejercicio físico una actividad satisfactoria que puedan añadir en su vida.

Este será un centro especializado para niños y adolescentes que brindará atención específica en temas referentes al sobrepeso y la obesidad con el fin de combatir estas enfermedades no transmisibles a través de la actividad física practicada de forma regular, una equilibrada alimentación y esto supervisado por profesionales en las diferentes áreas. Con esto se pretende mejorar la calidad de vida de estos niños y adolescentes afectados por dichas enfermedades, así como para prevenirlas en el futuro.

Dentro del centro se debe garantizar la seguridad e integridad de cada uno de los consumidores, quienes realizaran diferentes actividades físicas programadas por los instructores, los cuales deberán analizar las condiciones de cada niño y adolescentes del centro para en base a esto realizar la programación de los ejercicios. Las diferentes actividades a desarrollarse dentro del centro se realizaran con la ayuda de implementos deportivos que faciliten la ejecución de las mismas.

De igual manera la utilización de las maquinas deben ser estrictamente supervisadas por el personal del centro, para que los niños y adolescentes realicen los ejercicios acorde a sus necesidades y que estas actividades no lleguen a perjudicar en el desarrollo normal de sus cuerpos.

## 5. 2 Estrategia de marca



*Figura No. 2 Imagen de marca*

Peque Gym es un gimnasio específico para combatir y prevenir los problemas de obesidad y sobrepeso en los niños y adolescentes de 3 a 14 años en la ciudad de Quito.

Este gimnasio se caracterizará por el ambiente de entretenimiento mientras se realiza una actividad física, en donde los niños disfrutan de realizar las actividades que les ayudan a mantenerse saludables. Este gimnasio está enfocado en los niños de 3 a 14 años de la ciudad de Quito cuyos padres buscan mantenerlos con una buena salud.

La principal característica de este proyecto es la diferenciación y exclusividad del servicio, es por esta razón que se utilizará la estrategia de posicionamiento basada en el atributo debido a que en el país no existe un centro con estas características, así mismo se manejará la estrategia basada en los beneficios que brinda ya que este gimnasio infantil ayudará a combatir y prevenir en los niños y adolescentes los problemas de obesidad, sobrepeso y sedentarismo.

## 5.3 Mezcla de Marketing

### Producto

El gimnasio para niños es un centro especializado para niños, niñas y adolescentes con problemas de obesidad y sobrepeso en edades de 3 a 14 años,

en este centro se contará con máquinas especializadas para el uso de los niños y adolescentes en donde realizarán actividades físicas programadas por especialistas que les ayudará al desarrollo de sus huesos y músculos de forma personalizada.

Los programas dentro del centro deportivo van enfocados a la realización de actividades físicas recreativas y no competitivas enfocadas en la pérdida de peso y de grasa corporal, dentro de este programa ingresan todos los niños de 3 a 8 años con ejercicios que trabajen en su motricidad básica, involucrando la mayor cantidad de músculos posibles de los pequeños como por ejemplo una serie de saltos mediante circuitos establecidos, superación de obstáculos, ejercicios de coordinación, actividades para mantener el equilibrio, correr, saltar, rodar mientras superan diferentes etapas dentro de un circuito y actividades de musicalidad en donde los niños aprenden a coordinar sus movimientos con el ritmo de la música, este grupo de niños también tendrá acceso a la utilización de máquinas; estas máquinas son especiales para el uso de los pequeños; sin embargo estas serán actividades especiales que se realizarán en un día determinado por el instructor del centro.

Para los niños de 9 a 11 años se debe trabajar de manera similar con actividades físicas recreativas y no competitivas pero a la vez realizar ejercicios que generen más impacto en sus cuerpos, a esta edad los pequeños ya tienen desarrollado la motricidad básica por lo cual se puede trabajar en la motricidad específica por esta razón se plantea para este grupo de niños rutinas aeróbicas con ejercicios fáciles de realizar; que pueden ser ejecutados en parejas, grupos o de forma individual realizando rutinas de abdominales, saltos, estiramiento, coordinación entre otros con la utilización de implementos deportivos como cajones, cuerdas, escaleras, etc.

Por otro lado los adolescentes de 12 a 14 años trabajarán de la misma forma que el resto de grupos del centro con actividades físicas recreativas no competitivas, a esta edad ya se puede empezar a trabajar con las capacidades físicas básicas de los adolescentes como son la velocidad, fuerza y resistencia, es importante mencionar que en esta etapa de los chicos se debe corregir la

postura para así evitar posibles lesiones a futuro. Se trabajará con este grupo con la utilización de máquinas como trotadoras, bicicletas, caminadoras, mini escaladoras, máquinas de cabalgata entre otras que son adecuadas y especializadas el uso de los adolescentes, además de ejercicios aeróbicos en parejas, grupos o de forma individual con la utilización de implementos deportivos como fitball, pelotas, escaleras, etc. Estas rutinas serán planificadas de forma personalizada y con anticipación en relación a las necesidades de los jóvenes.

Los consumidores del centro podrán asistir en un horario de lunes a viernes de 2pm a 8pm dentro del cual existirá distintos horarios por edades, estos horarios se instauran debido a que las actividades con los más pequeños se realizan de forma grupal, como ya se mencionó se mantendrá una planificación de las actividades que realizarán los pequeños en el centro es por esto que cuando un niño tenga que realizar actividades individuales podrán asistir al centro en el horario de su preferencia, pero para las actividades grupales deberán adaptarse a los horarios establecidos por el centro.

*Tabla No. 2 Horario de atención*

<b>Horario</b>	<b>Edades</b>	<b>Edades</b>
14: 00 - 15:00	12 a 14	3 a 8
15:00 - 16:00	3 a 8	9 a 11
16:00 - 17:00	9 a 11	3 a 8
17:00 - 18:00	3 a 8	12 a 14
18:00 - 19:00	9 a 11	12 a 14
19:00 - 20:00	12 a 14	9 a 11

Estos son los horarios en los que se trabajará de forma regular sin embargo se espera trabajar con grupos escolares los cuales asistirán al centro en las mañanas por lo cual para estos días se debe prever que las instalaciones se encuentren en perfectas condiciones para que los grupos estudiantiles puedan trabajar con los instructores asignados de manera correcta y en los días asignados en acuerdo con las instituciones educativas y el centro.

En los planes con las instituciones educativas se pretende desarrollar programas específicos de forma que sean consideradas como actividades extracurriculares o dentro de las clases de educación física, en donde se ejecuten actividades grupales para promover la socialización entre los miembros de una misma clase o institución mientras realizan actividades físicas recreativas para crear en los pequeños una cultura de práctica deportiva y al mismo tiempo combatir al sedentarismo.

Los fines de semana se trabajará de forma distinta cada hora se contará con diferentes actividades grupales con los niños y jóvenes que asistan al centro, el cual estará abierto en un horario de 10am a 6pm. En estos días se realizarán actividades de información y control de salud en lo relacionado a la alimentación y el ejercicio físico en los niños y jóvenes. Estos programas están enfocados en las personas que por distintos motivos no pueden asistir de forma regular al centro, en estos días podrán conocer más sobre planes de alimentación, rutinas de ejercicios que puedan realizar los niños en sus hogares y a la vez empezar con un control sobre el peso de sus hijos.

A partir del sexto año se pretende realizar programas movilizados que consistirán en enviar a los entrenadores del centro a realizar actividades físicas recreativas en las instituciones educativas cada cierto tiempo en donde además de los ejercicios se realicen chequeos en el peso de los estudiantes para poder distinguir cuáles son niños y adolescentes con problemas de sobrepeso y obesidad para intervenir de forma oportuna.

### **Precio**

El objetivo de establecer el precio de este servicio es de maximizar los ingresos de forma que genere utilidad para que el proyecto sea rentable. Al mismo tiempo el precio se determinará en base a los beneficios que brinda el centro deportivo a los consumidores.

Dentro de los beneficios se encuentra la asesoría en lo referente a la alimentación equilibrada de los niños y adolescentes, trabajo personalizado con

cada uno de los consumidores, asesoría médica para evaluar y registrar el progreso de los consumidores desde el momento en el que ingresan al centro y con cada sesión dentro del programa establecido de acuerdo a sus necesidades. Además los programas especiales de los fines de semana que consisten en asesoría para las personas que no pueden asistir al centro; aquí se les brindará planes de nutrición y entrenamiento para que puedan ser ejecutados en las casas. Y por último los programas movilizados que consiste en llevar a los entrenadores del centro a las instituciones educativas para trabajar ahí con los niños y realizar un control del peso de los estudiantes para poder detectar a los pequeños que sufran de enfermedades como la obesidad y sobrepeso, los cuales serán implantados a partir del año 6.

En el Ecuador no existe un centro deportivo especializado en el cuidado de la salud de los niños y adolescentes es por este factor que el precio se establece en base a los costos, gastos y la utilidad requerida para el funcionamiento del centro. Se aplicará una estrategia de precios de prestigio que consiste en implantar un precio elevado debido a la falta de centros especializado de este tipo en el país y a la gran cantidad de barreras de entradas para los nuevos competidores en este mercado. Además de ser un centro que ayuda en el cuidado de la salud de los niños y adolescentes, y previene que se desencadenen enfermedades futuras relacionadas a la obesidad y al mismo tiempo reducir el riesgo de padecer de obesidad y sobrepeso es por esto que se va a establecer un precio alto dentro del mercado.

Acorde a la investigación de mercados realizado para el presente proyecto los encuestados respondieron que estarían dispuesto a pagar un valor de \$20 a \$60 mensuales por el servicio, sin considerar el valor agregado que se le puede ofrecer a los consumidores.

El precio se establece en base al servicio diferenciado que se ofrece además del valor agregado que se les brindará a los clientes. Por estas razones y después de realizar el análisis económico se establece un precio de \$60 dólares mensuales. Para los programas de los fines de semana se establece un precio de \$15 por la asesoría brindada, los planes de entrenamiento y de nutrición.

Desde el inicio se ingresa con un precio alto en el mercado, si no se logra alcanzar el número suficiente de clientes para el desarrollo del proyecto se optará por realizar una estrategia de ajuste en donde se planteará una nueva fijación de precios de descuento dentro de esto se realizarán descuentos cuando los pagos se generan en efectivo, si se trata de un grupo de más de 4 niños por cantidad se realizará un descuento y por ciertas temporadas como inicio de año, inicio de los ciclos escolares, inicio de vacaciones, esto con el fin de captar una mayor cuota de mercado que ayude a la rentabilidad del proyecto. Así mismo se implementará programas deportivos más económicos para mayor aceptación dentro de la sociedad.

### **Plaza**

Este centro especializado en el cuidado de la salud de los niños y adolescentes estará ubicado en la provincia de Pichincha, en la ciudad de Quito.

Este gimnasio se encontrará ubicado en la Av. América y Gral. Murgeon, junto al Centro Médico Milenium en la actualidad en este terreno se encuentra funcionando un parqueadero público por lo cual se deben realizar las adecuaciones necesarias para el funcionamiento del centro.

Se ha escogido este lugar debido a la concentración de establecimientos educativos tanto de escuelas como colegios en el sector, además de ser un sector central de la ciudad y de fácil acceso ya que se encuentra cerca de la Av. América una de las vías principales de la ciudad.

Los canales de distribución al ser un servicio son directos, es decir no existe intermediarios entre el centro deportivo y los clientes, ya que para la correcta ejecución y control del servicio es necesario que se lo realice de forma directa con el consumidor. Es por esta misma razón que el punto de venta se realizará en las instalaciones del gimnasio infantil ubicado en la Av. América y Gral. Murgeon, las veces que el centro asista a las ferias infantiles, educativas, salud, fitness, o instituciones educativas será el personal del centro el encargado de

realizar estas actividades en donde también se podrá adquirir el servicio de forma directa

### **Promoción**

Para promocionar el gimnasio para niños y adolescentes se debe realizar los siguientes puntos:

Se utilizará una publicidad informativa debido a que en el país no existe un centro con estas características por lo cual se debe informar a los consumidores sobre las características y beneficios de este servicio en la página web, redes sociales, información que se proporcione en las ferias en las que se participe, y la información que se brindará en el centro deportivo.

Dentro de la publicidad como ya se mencionó se utilizará una página web en donde se detallará todos los servicios del centro, datos de contacto, máquinas que utilizará en el centro, precios, etc.

Se manejará las redes sociales para establecer una relación directa con los padres o representantes de los niños y adolescentes, se utilizará redes sociales como facebook, twitter, you tube e instagram en donde los encargados de los niños podrán observar las instalaciones del centro, videos de las rutinas realizadas en el establecimiento y comunicados. Para la realización del contenido se debe contar con una autorización por parte del padre o representante por lo cual se les pedirá firmar una autorización en el momento de la inscripción del niño o adolescente.

Se deben realizar campañas dentro de las escuelas y colegios de la ciudad de Quito para dar a conocer este nuevo servicio y además advertir a los pequeños los problemas médicos que pueden ocasionar una mala alimentación y a través de esto atraer a nuestro público objetivo. Por lo cual se debe entablar conversaciones con las autoridades de las instituciones educativas de forma prioritaria con las que se encuentran a los alrededores de donde estará ubicado este centro, y posteriormente ir ampliando nuestro alcance hacia las escuelas y colegios que se encuentren a mayor distancia del centro.

En la ciudad de Quito han tenido una gran aceptación las ferias temáticas en donde se exponen distintos productos o servicios por lo cual se utilizará estas ferias para promover el gimnasio participando en ferias relacionadas al cuidado de la salud, ferias infantiles, ferias educativas, y en ferias fitness.

El gimnasio utilizará las ventas directas es decir dentro de las instalaciones se encontrará a una recepcionista quien les ofrecerá información, al mismo tiempo les brindará un recorrido por las instalaciones en donde detallará los beneficios que aporta este centro para la salud de sus hijos, las personas que se acerquen al centro deportivo o a los stands en las ferias por información serán registrados. Estos registros servirán para la creación de una base de datos de clientes potenciales que será de utilidad para el centro.

Dentro de las instituciones educativas y ferias se debe realizar exhibiciones para que las personas se vayan familiarizando con este servicio que es nuevo en la ciudad, mostrándoles que es seguro que los niños realicen ejercicios en máquinas especializadas y de los resultados que se pueden obtener al unirse a este centro deportivo.

Se realizarán descuentos especiales del 15% para familias y grupos para promover a que las familias y amigos se unan en la lucha contra la obesidad y el sobrepeso, dentro de esto también se ejecutará un plan especial para instituciones educativas para promocionar el gimnasio como una actividad extracurricular que ayude a los niños a mantenerse saludables.

Es importante la repercusión mediática que este centro pueda tener por eso es importante realizar esfuerzos de marketing en medios tradicionales como es radio y revistas especializadas en el cuidado de la salud para generar expectativa en la población, al ser un proyecto nuevo en la ciudad captará la atención de los quiteños, sin embargo se deben realizar eventos específicos en donde se evidencia la labor del centro y los beneficios que genera en los niños y adolescentes para así crear una buena imagen corporativa. Es indispensable que los medios de comunicación realicen entrevistas y reportajes por lo cual se pedirá a los medios que visiten el centro para que las personas puedan

informarse sobre las actividades que se realizan, los beneficios que brinda y la ubicación del centro deportivo.

Para generar una comunicación directa con los consumidores se establecerá aparte de la comunicación por redes sociales un casillero de quejas y sugerencias con esto se pretende mantener un control sobre reclamos o problemas que puedan generarse en el desarrollo del proyecto y además evitar que se genere una mala experiencia que pueda divulgarse de manera masiva afectando a la reputación del centro.

Para la realización de la promoción se estima los siguientes costos de inversión inicial:

*Tabla No. 3 Costos de promoción*

<b>Cantidad</b>	<b>Descripción</b>	<b>Costo</b>	<b>Total</b>
1	Diseño página web interactivo	\$ 700,00	\$ 700,00
1	Diseño de marca	\$ 300,00	\$ 300,00
3	Banners	\$ 45,00	\$ 135,00
1	Contenido redes sociales	\$ 80,00	\$ 80,00
2000	Flyers A5	\$ 0,04	\$ 80,00
1	Mención en radio	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
1	Artículo en revista	\$ 250,00	\$ 250,00
1	Stand	\$ 650,00	\$ 650,00
1	Participación en ferias	\$ 200,00	\$ 200,00
1	Artículos publicitarios	\$ 1000,00	\$ 1000,00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 4.625,04</b>	<b>\$ 4.795,00</b>

## 6. PROPUESTA DE FILOSOFÍA Y ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

### 6.1 Misión, visión y objetivos de la organización

#### Misión

Combatir y prevenir el sobrepeso y la obesidad en los niños de la ciudad de Quito mediante la práctica deportiva, en un ambiente no competitivo, de recreación, respeto y colaboración entre todos los miembros del centro. En un periodo de 3 años.

#### Visión

Ser en 3 años el centro deportivo que más aporte al bienestar de la salud de los niños en la ciudad de Quito, con un alto compromiso en el desarrollo de los empleados y consumidores del centro.

#### Valores

- **Respeto**

Respeto con todos los clientes del centro tanto internos como externos.

- **Calidad**

Implantar estándares de calidad para crear y cuidar una buena imagen del centro y de los profesionales dentro del mismo.

- **Productividad**

Optimizar el uso de todos los recursos tanto materiales y humanos.

- **Servicio**

Establecer y cumplir los estándares de servicio para mantener la confianza y credibilidad de los clientes.

- **Creatividad**

Satisfacer las necesidades de los clientes, innovar las actividades, estar abierto a los cambios.

### **Objetivos de la organización**

A corto plazo se considera un tiempo menor a 1 año, por lo tanto los objetivos a corto plazo para el gimnasio infantil son:

- Reclutar personal especializado para trabajar con niños y adolescentes.
- Desarrollar las campañas publicitarias establecidas en el plan de marketing.
- Participar en todas las ferias estudiantiles, educativas y de fitness que se realice en la ciudad de Quito.
- Fomentar la capacitación del personal dentro de cada área de trabajo en un 50%.
- Mantener un porcentaje de quejas menor al 5%
- Garantizar la atención personalizada a los clientes.

Se considera a mediano plazo un tiempo de 1 a 3 años, los objetivos son:

- Lograr una participación de mercado del 25%.
- Incrementar el número de consumidores en un 20%
- Posicionar al gimnasio infantil en el top of mind de los clientes potenciales en la ciudad de Quito.
- Desarrollar nuevas actividades deportivas para los consumidores.
- Reducir el ausentismo del personal en un 25%.

Los objetivos a largo plazo se consideran un tiempo de 3 a 5 años y son los siguientes:

- Alcanzar la ocupación de todas las áreas del centro en 100%.

- Lograr una utilidad del 40%.

## 6.2 Plan de operaciones

### Funcionamiento del centro

Para el correcto funcionamiento del gimnasio infantil se necesita en un inicio de 7 personas distribuidas de la siguiente forma: (1) gerente general, (2) entrenadores, (2) doctores dentro de esto 1 nutriólogo y 1 doctor en medicina general de niños y adolescentes, (1) recepcionista, (1) persona de limpieza. Dentro del primer año se contratará servicios de contabilidad a una empresa externa por un valor de \$180 mensuales.

Por otra parte los niños y adolescentes que ingresen al centro se encontrarán realizando alguna actividad física por un tiempo máximo de 1 hora, debido a que un tiempo mayor a este involucraría un desgaste excesivo en los niños por lo cual lo recomendado por la OMS (Organización Mundial de la Salud) es realizar 60 minutos de una actividad física de intensidad moderada a vigorosa diaria para los niños de 5 a 17 años (OMS, 2010). Por ende las clases para todos los consumidores serán 1 hora la cual será distribuida de la siguiente forma.

*Tabla No. 4 Distribución de la hora*

Tiempo	Actividad
5 minutos	Preparación de los niños para la clase
15 minutos	Calentamiento, socialización y explicación teórica
30 minutos	Actividades deportivas
10 minutos	Relajación y estiramiento

Se empezará con el funcionamiento de dos salas debido a que al empezar este proyecto se contará con tan solo dos entrenadores, sin embargo existirán 5 salas disponibles para el desarrollo de las actividades de los niños y adolescentes. Por lo cual en función a la demanda se irá aumentando el número de personal en lo referente a entrenadores hasta llegar a la ocupación máxima del centro.

En el caso de existir un número elevado de clientes se proyectará la creación de otro gimnasio infantil con las mismas características en otro sector de la ciudad de Quito a partir del año 6 para satisfacer con la demanda de los clientes.

El horario de atención del gimnasio infantil es de lunes a viernes de 14pm a 20pm y los fines de semana de 10am a 18pm. Para los programas especiales con instituciones educativas se trabajará en las mañanas con un horario exclusivo acorde a la necesidad de cada institución.

## Proceso de operaciones

### Diagrama de flujo para la adquisición del servicio en las instalaciones del centro

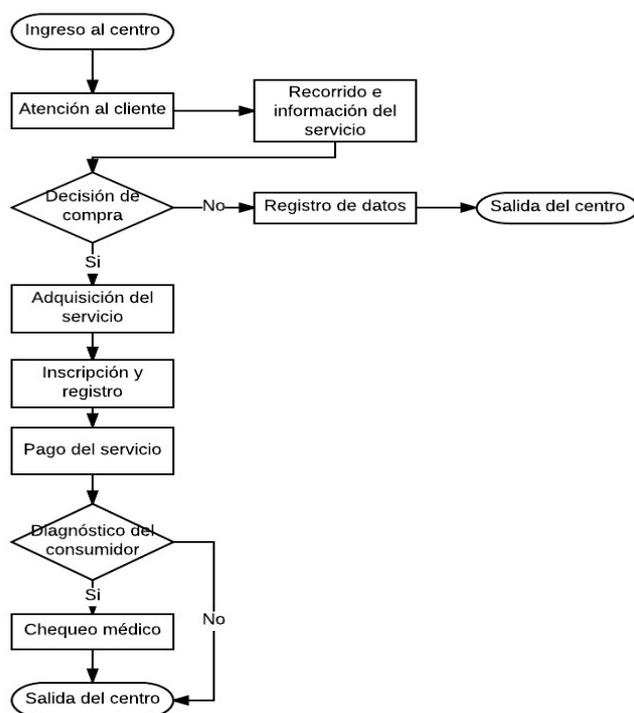


Figura No. 3 Adquisición del servicio en el centro

Para la adquisición del servicio en las instalaciones del gimnasio infantil se plantea el diagrama de flujo en donde se inicia con el ingreso de las personas en el centro a continuación la recepcionista les brindará un recorrido por las instalaciones en donde les detallara toda la información entorno a este centro, a continuación el cliente deberá tomar una decisión acerca de adquirir o no el

servicio; si decide no adquirir el servicio saldrá del centro; si decide adquirir el servicio se realiza el registro en donde se detallará el horario que ha escogido para asistir al centro y se proseguirá con el pago del servicio, se procederá a realizar el chequeo médico del niño o adolescente para realizar un diagnóstico que será registrado, si no se encuentra el consumidor en ese momento se lo realizará el primer día que asista al centro y así se termina el proceso de la adquisición del servicio.

### Diagrama de flujo para captar clientes potenciales en una feria

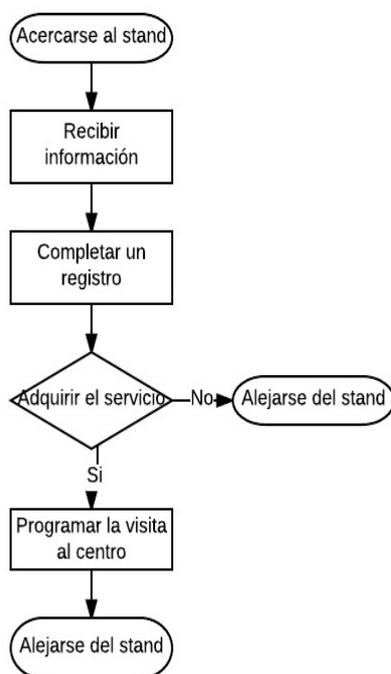
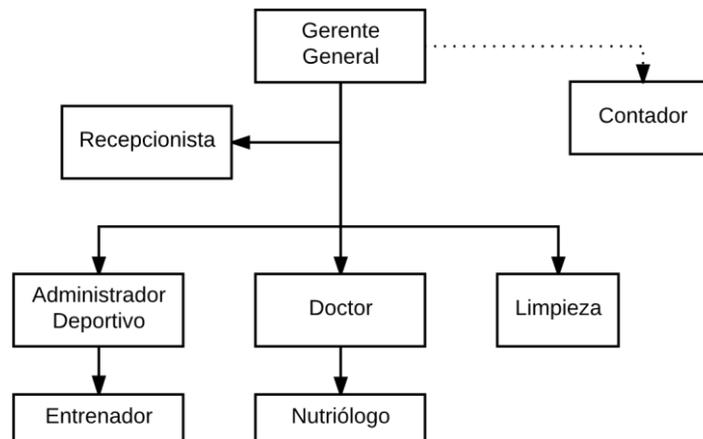


Figura No. 4 Flujograma adquisición del servicio en una feria

En el diagrama de flujo para captar clientes potenciales en una feria al que asista el gimnasio infantil se realizará de la siguiente manera: el cliente al acercarse al stand recibe información sobre los servicios y beneficios del centro por parte del personal encargado a continuación llenara un registro de datos los cuales servirán para crear una base de datos, posterior a esto debe tomar una decisión sobre adquirir o no el servicio, si no desea adquirir el servicio se aleja del stand y si decide adquirir el servicio se programara la visita al centro en el horario de su conveniencia posterior a esto se retirara del stand.

## 6.3 Estructura organizacional

### Organigrama



*Figura No. 5 Organigrama del centro*

### Funciones

A continuación se menciona las actividades principales que realizará el personal del gimnasio infantil: el gerente general será el encargado de planificar, administrar y dirigir todas las actividades generales que se realizarán en el centro deportivo, estará a cargo del personal del centro.

El gerente general será el encargado de planificar, dirigir y controlar las actividades para atender a las necesidades de los consumidores y el correcto funcionamiento del centro, será el encargado del manejo de las redes sociales, página web y responsable de todos los empleados de la empresa.

Los entrenadores serán los encargados de estudiar, planificar y controlar las actividades deportivas a desarrollarse en las clases de cada grupo, supervisar el correcto desenvolvimiento de cada niño y adolescente, apoyar en los proyectos planteados por el gerente general, serán los encargados de inspeccionar y velar por las instalaciones y maquinaria del centro.

El nutriólogo deberá asesorar a los padres de familia sobre la correcta alimentación para el niño y su familia, indicar los problemas que pueden desencadenar una mala nutrición, y la importancia de combinar las actividades

deportivas con una alimentación equilibrada. El doctor deberá realizar un chequeo general sobre el estado del niño al ingresar al centro, llevar un estricto seguimiento de cada uno de los niños, realizar periódicamente un chequeo para controlar los avances de cada cliente e informar a los padres.

La recepcionista será la encargada de brindar información y visitas guiadas al gimnasio infantil a las personas que se acerquen, llevar un control sobre los horarios tanto en las actividades deportivas como con el nutriólogo y doctor del gimnasio, inscripciones y avances de cada uno de los consumidores, control de pagos a tiempo. El personal de limpieza será el encargado de mantener las instalaciones limpias a lo largo del día, además de dejar en perfectas condiciones el gimnasio infantil para su uso.

Se fomentará la capacitación de los empleados en cada una de las áreas en las que se desempeñan por lo cual se establecerá compensaciones económicas por capacitaciones realizadas que beneficien al desarrollo de su cargo dentro del gimnasio infantil, estas compensaciones dependerá del grado de importancia de la capacitación y la forma en la que aporte al buen funcionamiento del centro.

### **Estructura legal**

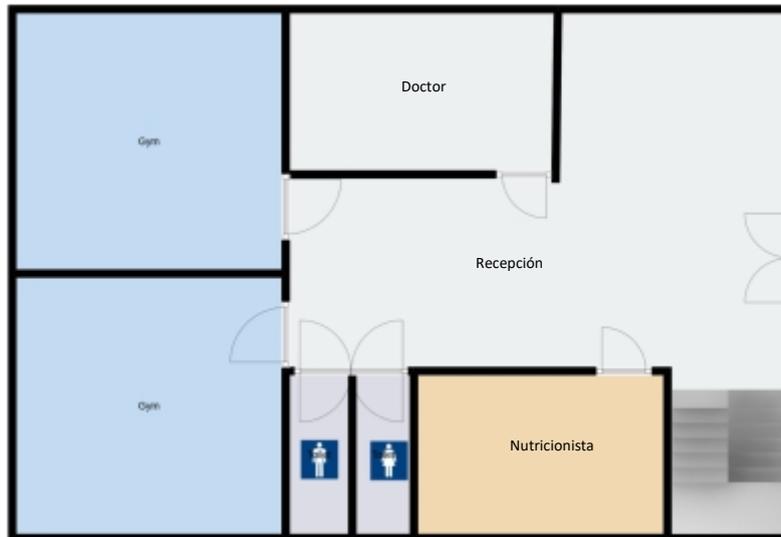
Este gimnasio infantil se conformará bajo la figura de compañía de responsabilidad limitada con un número de 3 socios.

La Ley de Compañías indica en su Art. 92 La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre 3 o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada” o su correspondiente abreviatura. (Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, 2015)

### **Estructura del complejo deportivo**

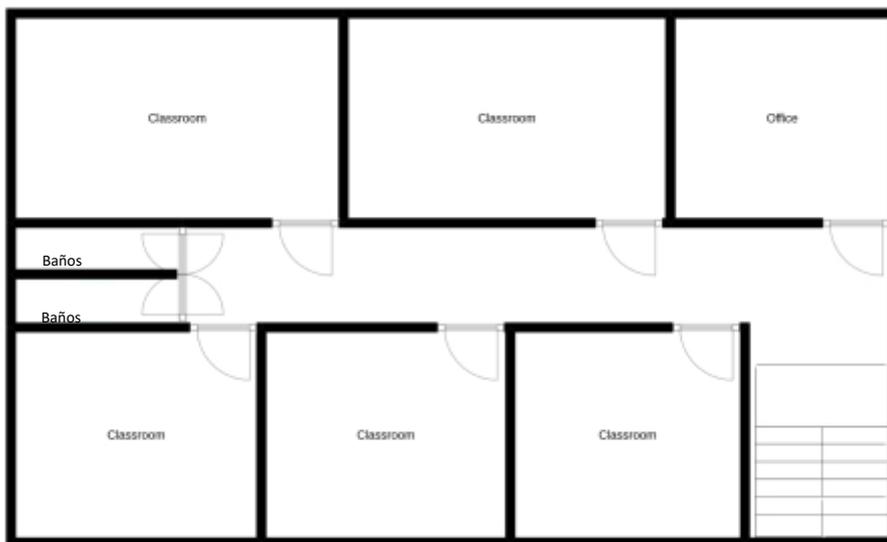
En la primera planta se contará con dos salas de máquinas una sala será para el uso exclusivo de los más pequeños dentro del gimnasio esto comprende los

niños de 3 a 7 años en esta sala las maquinas son más pequeñas para que los niños puedan usarlas sin problemas. La otra sala de máquinas será para los niños y adolescentes en la edad de 8 a 14 años con máquinas más grandes para la utilización de los mismos.



*Figura No. 6 Primera planta Peque Gym*

Para la recepción se contará con los muebles de oficina necesarios para crear un ambiente acogedor que además será una sala de espera para los padres que lleguen a retirar a sus pequeños del gimnasio. Este debe ser un espacio amplio y placentero para la comodidad de los padres.



*Figura No. 7 Segunda Planta Peque Gym*

El gimnasio infantil contará con 5 salas multifuncionales sin embargo al inicio se trabajará solo con 2 debido a que solo se cuenta con dos instructores en el primer año, estas salas contarán con implementos deportivos como conos, pelotas, ula ula, cajonetas, túneles, cajones entre otros los cuales ayudarán al desarrollo de las actividades que programen los instructores. Al exterior de las salas se contará con lockers para que los niños puedan colocar sus pertenencias. Igualmente se debe contar con baños a las afueras de las salas multifuncionales y de las salas de máquinas.

## 7. EVALUACIÓN FINANCIERA

### 7.1 Proyección de ingresos, costos y gastos

Para establecer los ingresos se ha determinado dos paquetes con los que trabajará el centro que son: de lunes a viernes por un valor de \$60 y los fines de semanas por un valor de \$15; valores que se incrementarán cada año de acuerdo a la inflación proyectada en el Ecuador y el número de consumidores se establece que aumentarán de acuerdo al crecimiento de la industria. Por lo cual se plantea tener una proyección de ingresos de la siguiente forma:

*Tabla No. 5 Proyección ingresos anual*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
TOTAL PAQUETE 1	\$ 127.080,00	\$ 162.924,48	\$ 256.970,39	\$ 355.579,92	\$ 485.064,43
TOTAL PAQUETE 2	\$ 6.390,00	\$ 8.874,90	\$ 354.116,13	\$ 14.393,64	\$ 17.709,31
TOTAL VENTAS	\$ 133.470,00	\$ 171.799,38	\$ 611.086,53	\$ 369.973,56	\$ 502.773,74

Para los costos se considera los valores correspondientes a los sueldos de las personas que intervienen directamente en la prestación del servicio como son doctor, entrenadores, nutricionista y servicios básicos como agua, luz, teléfono, internet. Los valores de servicios básicos en el primer mes tienen un valor elevado debido a que se considera la instalación y adecuación de estos servicios dentro del centro. Todos estos valores se incrementan de igual manera de acuerdo a la inflación proyectada del país.

*Tabla No. 6 Proyección costos anual*

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Sueldos	\$ 24.604,75	\$ 27.267,82	\$ 34.870,46	\$ 43.692,35	\$ 53.404,35
Servicios Básicos	\$ 2.670,00	\$ 1.922,31	\$ 1.979,98	\$ 2.039,38	\$ 2.100,56
<b>TOTAL COSTO</b>	<b>\$ 27.274,75</b>	<b>\$ 29.190,13</b>	<b>\$ 36.850,44</b>	<b>\$ 45.731,73</b>	<b>\$ 55.504,91</b>

Dentro de los gastos se toma en cuenta los valores correspondientes a los sueldos de las personas que no intervienen directamente en la prestación del servicio como el gerente, secretaria y personal de limpieza; los sueldos de cada trabajador se incrementan cada año en relación al promedio de crecimiento de los últimos años.

Además se toma en cuenta los honorarios profesionales correspondientes a los servicios de contabilidad que se contratarán para el gimnasio infantil, todos los rubros correspondientes a la publicidad y promoción, los gastos que incurran en la constitución de la empresa los cuales se realizarán solo al inicio de sus funciones, también se ha tomado en cuenta los gastos para el mantenimiento de los equipos de computación y de igual manera el mantenimiento de las máquinas del centro a partir del tercer año. De igual manera se realizará mantenimiento en la infraestructura del centro a partir del año 4.

Tabla No. 7 Proyección gastos anual

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Contabilidad	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00	\$ 2.160,00
Publicidad	\$ 13.290,00	\$ 5.941,14	\$ 5.855,00	\$ 6.655,00	\$ 5.380,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 15.450,00</b>	<b>\$ 8.101,14</b>	<b>\$ 8.015,00</b>	<b>\$ 8.815,00</b>	<b>\$ 7.540,00</b>

Tabla No. 8 Gastos de constitución

Gastos de constitución	\$ 800,00
------------------------	-----------

Tabla No. 9 Proyección gastos de mantenimiento anual

MANTENIMIENTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Mantenimiento equipos y maquinas	\$ -	\$ 330,00	\$ 342,54	\$ 355,56	\$ 369,07
Mantenimiento de infraestructura	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 200,00	\$ 207,60
<b>TOTAL</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ 330,00</b>	<b>\$ 342,54</b>	<b>\$ 555,56</b>	<b>\$ 576,67</b>

## 7.2 Inversión inicial, capital de trabajo y estructura de capital

Para iniciar las funciones del centro se requiere realizar una inversión en equipos de computación dentro de esto se estima adquirir dos computadoras y dos impresoras, al cuarto año se realizará una reinversión para adquirir nuevos equipos de computación.

Tabla 10 Inversión en equipos de computación

Número	Descripción	Costo	Costo Total	Vida Útil
2	Computadora	\$ 360,00	\$ 720,00	3
2	Impresora	\$ 260,00	\$ 520,00	3
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>		<b>\$ 620,00</b>	<b>\$ 1.240,00</b>	

En lo correspondiente al mobiliario se requiere de muebles de oficina y equipos de oficina.

Tabla No. 11 Inversión en mobiliario

Descripción	Costo Total	Vida Útil
Muebles de oficina	\$ 2.500,00	10
Equipos de oficina	\$ 100,00	10
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$ 2.600,00</b>	

La inversión más fuerte que se debe realizar es para la adquisición de las máquinas del gimnasio ya que se deben adquirir dos tipos de máquinas para los niños de 3 a 7 años y otro grupo de máquinas para los adolescentes.

Tabla No. 12 Inversión en máquinas

Número	Descripción	Costo Unit	Costo Total	Vida Útil
3	Trotadora de 3 a 7	\$ 160,00	\$ 480,00	10
3	Bicicleta de 3 a 7	\$ 140,00	\$ 420,00	10
3	Caminadora de 3 a 7	\$ 132,00	\$ 396,00	10
2	Mini escalador de 3 a 7	\$ 140,00	\$ 280,00	10
2	Disco de ejercicio de 3 a 7	\$ 125,00	\$ 250,00	10
3	Maquina remadora de 3 a 7	\$ 135,00	\$ 405,00	10
2	Banco pesas de 3 a 7	\$ 150,00	\$ 300,00	10
3	Trotadora	\$ 200,00	\$ 600,00	10
3	Bicicleta	\$ 350,00	\$ 1.050,00	10
3	Caminadora	\$ 220,00	\$ 660,00	10
2	Set fitness junior	\$ 870,00	\$ 1.740,00	10
2	Elíptica	\$ 300,00	\$ 600,00	10
2	Set de mancuernas	\$ 50,00	\$ 100,00	10
<b>33</b>	<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>\$ 2.972,00</b>	<b>\$ 7.281,00</b>	

Se debe considerar también la inversión en la adquisición de implementos deportivos para el desarrollo de las diferentes actividades que se realizarán en las aulas en las actividades grupales.

Tabla No. 13 Inversión en implementos deportivos

Item	Descripción	Costo Unit	Costo Total	Vida Útil
2	Colchonetas	\$ 15,00	\$ 30,00	10
1	Cajoneta	\$ 400,00	\$ 400,00	10
2	Set psicomotricidad	\$ 150,00	\$ 300,00	10
10	Pelotas 25cm	\$ 7,00	\$ 70,00	10

10	Step aerobics	\$ 25,00	\$ 250,00	10
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>		<b>\$ 597,00</b>	<b>\$ 1.050,00</b>	

Y los últimos rubros a considerar en la inversión son la adquisición del terreno y la construcción del centro deportivo.

Tabla No. 14 Inversión en construcción del centro

	Valor total	Vida útil
Construcción del centro	\$ 250.000,00	20
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 250.000,00</b>	

Tabla No. 15 Inversión en terreno

Terreno	\$ 95.000,00
---------	--------------

Todos estos valores nos dan un total de inversión para el gimnasio infantil de \$357.171.00.

Para la estructura del capital se ha considerado que el 75% debe ser propio el cual es el aporte de 3 socios con los que cuenta este proyecto, y el valor correspondiente al 25% se lo adquirirá mediante un préstamo que tendrá una tasa de interés anual de 8,17%. Este préstamo tendrá una cuota mensual de \$1.817,81

Tabla No. 16 Estructura del capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
Propio	75%	267.878,25
Deuda	25%	89.292,75

Los 3 socios aportarán el capital de la siguiente forma:

Tabla No. 17 Aporte de los socios

PROPIO		
Socio 1	30%	\$ 80.363,48
Socio 2	30%	\$ 80.363,48
Socio 3	40%	\$ 107.151,30
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 267.878,25</b>

El capital de trabajo necesario para la ejecución de este proyecto es el siguiente:

Tabla No. 18 Capital de trabajo

<b>Capital de trabajo</b>	<b>\$ 357.171,00</b>
---------------------------	----------------------

### 7.3 Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja.

El estado de resultados presenta una utilidad neta desde el primer año, se proyecta que el gimnasio infantil tendrá un crecimiento del 18% anual en su número de clientes. De la misma forma como incrementan el número de clientes se incrementa el personal a partir del tercer año por lo cual los costos y gastos se incrementan. A pesar de esto se registran utilidades desde el primer año. (Ver anexo 5)

Tabla No. 19 Utilidad neta anual

(=)	<b>UTILIDAD NETA</b>	\$ 40.487,56	\$ 70.773,63	\$ 131.810,97	\$ 194.386,42	\$ 279.004,56
-----	----------------------	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------

La Situación financiera del proyecto presenta en activos las cuentas de efectivo, propiedad, planta, equipo y la depreciación acumulada. Dentro de los pasivos se encuentra los valores correspondientes a los sueldos por pagar, impuestos por pagar y la deuda a largo plazo y finalmente dentro de patrimonio se encuentra el capital y las utilidades retenidas. (Ver anexo 6)

Tabla No. 20 Situación financiera anual

<b>TOTAL ACTIVOS</b>	\$ 446.463,75	\$ 5.273.373,13	\$ 5.363.521,44	\$ 5.608.940,94	\$ 6.031.915,08	\$ 6.674.530,73
<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ 89.292,75	\$ 985.855,87	\$ 806.015,14	\$ 608.785,42	\$ 395.975,80	\$ 167.266,52
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 357.171,00	\$ 4.287.517,26	\$ 4.557.506,30	\$ 5.000.155,52	\$ 5.635.939,28	\$ 6.507.264,21

El estado de flujo de efectivo muestra la liquidez del proyecto a lo largo de los 5 años y presenta los siguientes valores:

Tabla No. 21 Estado de flujo de efectivo anual

<b>Total Actividades Operacionales</b>		\$ 57.183,31	\$ 85.963,01	\$ 148.529,67	\$ 211.357,67	\$ 297.033,58
<b>Total Actividades de Inversión</b>	\$ (357.171,00)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (1.240,00)	\$ -
<b>Total Actividades de Financiamiento</b>	\$ 446.463,75	\$ (15.074,67)	\$ (16.353,45)	\$ (17.740,71)	\$ (19.245,65)	\$ (20.878,26)

Flujo de caja del proyecto muestra como desde el primer año se obtiene efectivo que ayude al desarrollo del proyecto.

Tabla No. 22 Flujo de caja del proyecto anual

<b>FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO</b>	\$ 446.463,75	\$ 140.589,29	\$ 230.404,77	\$ 411.754,96	\$ 597.509,64	\$ 1.455.647,55
-----------------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------	-----------------

#### 7.4 Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento, y criterios de valoración

Para el flujo de caja del inversionista se toma los valores correspondientes a los flujos de caja del proyecto, préstamo, interés, amortización del capital y el escudo fiscal. Este flujo cuenta con los siguientes valores:

Tabla No. 23 Flujo de caja del inversionista anual

<b>FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</b>	<b>\$ 535.756,50</b>	<b>\$ 24.455,59</b>	<b>\$ 84.529,30</b>	<b>\$ 122.821,34</b>	<b>\$ 171.331,98</b>	<b>\$ 351.168,29</b>
--	----------------------	---------------------	---------------------	----------------------	----------------------	----------------------

Para el cálculo de la tasa de descuento se toma en cuenta valores los valores correspondientes a la razón de la deuda, el costo de la deuda, escudo fiscal y el CAPM; para el cálculo de este valor se debe tomar en cuenta a la tasa libre de riesgo, beta apalancada, beta y el riesgo país. Como resultado se obtuvo una tasa de descuento de 4,09%

Los valores correspondientes a los criterios de valoración muestran los siguientes valores al final del proyecto se obtiene como VAN el valor de \$1.186.313,85 lo que significa que al final de los cinco años el proyecto tendrá este valor. En tanto que la TIR muestra un valor de 0,67 lo que significa que el proyecto no es muy rentable debido a que este valor no supera a la tasa de descuento que es un valor de 15,37%.

Tabla No. 24 Criterios de valoración del proyecto

<b>EVALUACIÓN FLUJOS DEL PROYECTO</b>	
VAN	\$ 1.166.313,85
IR	3,61
TIR	0,67

#### 7.5 Índices financieros

La liquidez del proyecto es buena, es mayor al de la industria lo que quiere decir que el proyecto puede llegar a cumplir con sus deudas a corto plazo.

Tabla No. 25 Liquidez del proyecto

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	<b>Industria</b>
<b>Empresa</b>	\$ 50,58	\$ 48,47	\$ 44,03	\$ 48,62	\$ 53,21	13,98

La razón de apalancamiento indica que el porcentaje de los fondos totales aportados por los acreedores es menor al de la empresa, pero en relación a la industria el valor de los acreedores es mucho mayor.

*Tabla No. 26 Razón de apalancamiento*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Industria
Empresa	\$ 0,20	\$ 0,18	\$ 0,14	\$ 0,09	\$ 0,05	0,73

La razón de la actividad indica si el proyecto está generando suficiente volumen de negocio en relación a la inversión en activos, por lo tanto la empresa genera menos volumen de negocio que la industria.

*Tabla No. 27 Razón de la actividad*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Industria
Empresa	\$ 0,30	\$ 0,03	\$ 0,04	\$ 0,05	\$ 0,06	0,81

En la razón de rentabilidad indica el margen disponible para cubrir los gastos de operación y generar ganancias, esto quiere decir que el proyecto se encuentra dentro de los valores cercanos a los de la industria.

*Tabla No. 28 Razón de rentabilidad*

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Industria
Empresa	\$ 0,87	\$ 0,89	\$ 0,91	\$ 0,92	\$ 0,93	0,69

## **8. CONCLUSIONES GENERALES**

En el Ecuador en los últimos años se ha incrementado el número de personas que sufren problemas de obesidad y sobrepeso, y cada vez es más común ver niños con estas enfermedades esto se debe a los malos hábitos alimenticios que lleva la sociedad actual debido a esta problemática el crecimiento de los establecimientos enfocados en el cuidado de la salud han crecido, cada vez existe más competencia dentro de esta industria, es por esto que lo único que diferencia a uno de otro son los servicios diferenciados que este le brinde al cliente.

En base a esta problemática se establece la creación de un gimnasio para niños como método para combatir a estas enfermedades además de no existir un centro con estas características en el país. La idea de este proyecto tuvo gran aceptación en los padres de familia quienes se encuentran preocupados por este tema ya que a parte de los malos hábitos alimenticios se debe agregar el sedentarismo que afecta a las familias ecuatorianas. Los niños prefieren pasar frente a una computadora, videojuego, o celular en vez de realizar alguna actividad deportiva al aire libre.

Peque Gym es un proyecto que obtuvo gran aceptación por parte de los padres de familia, para ingresar en el mercado objetivo se debe trabajar varios aspectos del marketing que ayuden a llegar a las personas y sobre todo que se conozca la marca y los beneficios que este centro brindará a los niños. Por esta razón se planteó una estrategia general de marketing de desarrollo de producto debido a que no existe un centro con tales características dentro de la ciudad de Quito, además de ser un lugar que brinda opciones diferentes a las que están acostumbrados los niños.

Peque Gym busca posicionarse en el mercado de la ciudad de Quito como un gimnasio infantil que ayuda a prevenir y reducir la obesidad y el sobrepeso para alcanzar esto se plantean objetivos tanto en los aspectos de marketing como en lo empresarial. Dentro de la organización se mantendrá una estructura organizacional jerárquica que ayude al correcto funcionamiento del centro.

Para la ejecución de este proyecto se requiere de una gran inversión en especial en el tema de la construcción del centro debido a que se debe adecuar todo para brindar facilidades a los niños y adolescentes, otro tema que requiere una fuerte inversión es en la adquisición de las máquinas para el gimnasio debido a que son máquinas especializadas para el uso de los menores y adicional a esto se requiere dos tipos de máquinas las primeras para un grupo de edad de 3 a 7 años y el segundo grupo es para los adolescentes. En lo referente a inversión estos temas son los más costosos es por esto que el proyecto se financia con capital propio y deuda a largo plazo.

El proyecto en el estado de resultados presenta un valor correspondiente de la utilidad neta de \$40.487,56 en el primer año y este valor se incrementa en cada año, esto significa que es positivo debido a que con el volumen de ventas adecuado se logra alcanzar ganancias que ayuda al desarrollo del proyecto año tras año.

A pesar de generar utilidad neta desde el primer año el valor correspondiente a la TIR es muy baja lo que nos indica que es un proyecto rentable pero no en un gran porcentaje ya que no llega al 1% y no supera al valor de la tasa de descuento del proyecto que es de 15%. Por estas razones decimos que el proyecto es viable pero en pequeña proporción.

**REFERENCIAS:**

- Banco Central del Ecuador. (2017). Riesgo País. Recuperado de:  
[https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=riesgo\\_pais](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais)  
s.
- Centro de Estudios Latinoamericanos. (2017). Tendencias Latinoamericanas.  
[http://www.cesla.com/archivos/Informe\\_economia\\_Ecuador\\_enero\\_2017.pdf](http://www.cesla.com/archivos/Informe_economia_Ecuador_enero_2017.pdf)
- Damodaran, Aswath. (2017). Betas By Sector US. Recuperado de:  
[http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New\\_Home\\_Page/datafile/Betas.html](http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/New_Home_Page/datafile/Betas.html)
- El Universo. (2017). Lenin Moreno asume Presidencia de Ecuador. Recuperado de: <http://www.eluniverso.com/noticias/2017/05/24/nota/6198136/lenin-moreno-asume-presidencia-ecuador>
- ENSANUT. (2012). Encuesta Nacional de Salud y Nutrición.  
[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/ENSANUT/SaludSexual\\_y\\_Reproductiva/141016.Ensanut\\_salud\\_sexual\\_reproductiva.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/SaludSexual_y_Reproductiva/141016.Ensanut_salud_sexual_reproductiva.pdf)
- ENSANUT. (2013). Ministerio de Salud Pública.  
[http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20%20resultados%20ENSANUT.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20%20resultados%20ENSANUT.pdf)
- INEC. (2012). Encuesta Nacional de Salud y Nutrición.  
[http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20%20resultados%20ENSANUT.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/ENSANUT/Presentacion%20de%20los%20principales%20%20resultados%20ENSANUT.pdf)
- Marín, L. (2012). Industria del fitness en América Latina movió US\$5,600M en 2011. <http://www.americaeconomia.com/negocios-industrias/industria-del-fitness-en-america-latina-movio-us5600m-en-2011>
- Ministerio de Coordinación de Desarrollo Social. (2015). Estrategia Nacional

- Intersectorial de Hábitos de Vida Saludables.  
<http://www.fielweb.com:4080/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- Ministerio del Deporte. (S, f). Centros Activos.  
<http://www.deporte.gob.ec/centros-activos/>
- Ministerio del Deporte. (2010). Ley del Deporte, Educación Física y Recreación.  
<http://www.fielweb.com:4080/CONSTITUCION-DE-LA-REPUBLICA-DEL-ECUADOR.pdf>
- Ministerio de Educación. (2012). Lineamientos curriculares educación física, recreación y deporte. [http://www.mineducacion.gov.co/1759/articulos-339975\\_recurso\\_10.pdf](http://www.mineducacion.gov.co/1759/articulos-339975_recurso_10.pdf)
- Ministerio de Educación. (2014). Alfabetización.  
<https://educacion.gob.ec/alfabetizacion/>
- Ministerio de Finanzas. (2016). Proforma del Presupuesto General del Estado año 2016. <http://www.finanzas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/11/34-Programaci%C3%B3n-Presupuestaria-Cuatr anual-2016-2019.pdf>
- Ministerio de Salud Pública. (2015). Ecuador presente en la Asamblea Mundial de la Salud. <http://www.salud.gob.ec/ecuador-presente-en-la-asamblea-mundial-de-la-salud/>
- Ministerio de Salud Pública. (2015). Constitución de la República del Ecuador.  
[https://aplicaciones.msp.gob.ec/salud/archivosdigitales/documentosDirecciones/dnn/archivos/ac\\_00005307%20A\\_%202015%2022%20oct.pdf](https://aplicaciones.msp.gob.ec/salud/archivosdigitales/documentosDirecciones/dnn/archivos/ac_00005307%20A_%202015%2022%20oct.pdf)
- Ministerio de Salud Pública. (2013). Prioridades de investigación en salud.  
[http://instituciones.msp.gob.ec/images/Documentos/varios/PRIORIDADEACION\\_SALUD2013-2017.pdf](http://instituciones.msp.gob.ec/images/Documentos/varios/PRIORIDADEACION_SALUD2013-2017.pdf)
- Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la información. (2016). Indicadores y Estadísticas.  
<http://www.observatoriotic.mintel.gob.ec/estadistica/>
- Mosquera, R. (2016). Radio HCJB. Obesidad Infantil en el Ecuador.  
<http://radiohcjb.org/obesidad-infantil-en-el-ecuador/>
- Organización Mundial de la Salud. (S, f). Estrategia mundial sobre régimen

- alimentario, actividad física y salud.  
<http://www.who.int/dietphysicalactivity/childhood/es/>
- Organización Mundial de la Salud. (2010). Recomendaciones mundiales sobre actividad física para la salud.  
<http://www.who.int/dietphysicalactivity/publications/9789241599979/es/>
- Organización Mundial de la Salud. (s, f). Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud.  
<http://www.who.int/dietphysicalactivity/childhood/es/>
- Radio Hcjb. (2016). Obesidad infantil en el Ecuador.  
<http://radiohcjb.org/obesidad-infantil-en-el-ecuador/>
- Revista Lideres. (s, f). En el Ecuador, la economía se sostiene en 6 sectores.  
<http://www.revistalideres.ec/lideres/ecuador-economia-sostiene-seis-sectores.html>
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2016). Directorio de compañías. [http://181.198.3.71/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b\\_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%C3%B1ia%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Directorio%20Resumido%27%5d&ui.name=Directorio%20Resumido&run.outputFormat=&run.prompt=true](http://181.198.3.71/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%C3%B1ia%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Directorio%20Resumido%27%5d&ui.name=Directorio%20Resumido&run.outputFormat=&run.prompt=true)
- Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. (2015).  
<https://www.supercias.gov.ec/web/privado/marco%20legal/CODIFIC%20%20LEY%20DE%20COMPANIAS.pdf>
- Unicef Ecuador. (2014). UNICEF resaltó la necesidad de promover una alimentación saludable para combatir la obesidad y desnutrición infantil.  
[http://www.unicef.org/ecuador/media\\_27842.htm](http://www.unicef.org/ecuador/media_27842.htm)
- Vida Sana Ecuador. (2015). Tendencias Fitness para 2016 según la ACSM.  
<http://www.vidasanaecuador.com/2015/10/tendencias-fitness-para-2016-segun-la.html>
- Yahoo Finance. (2017). Recuperado de:  
<https://finance.yahoo.com/quote/%5EGSPC?p=^GSPC>

# **ANEXOS**

## **Anexo 1**

### Entrevista Lcdo. Educación física

- ¿Cómo son tus clases de Educación Física normalmente?
- ¿En base a qué se hace esta planificación?
- ¿A qué cursos has dado clases tú?
- ¿En jardín qué actividades haces?
- ¿Cuántas horas a la semana hacías clases con los niños de jardín?
- ¿Y con los niños de escuela?
- ¿Cuánto tiempo crees tú que se debería hacer ejercicio a los niños y niñas?
  
- ¿has tenido niños con problemas de sobrepeso u obesidad?
  
- ¿Se evidencia en las clases de educación física el tema del bulling a las personas con problemas de sobrepeso y obesidad?
- ¿Con quién niño se te hace más fácil trabajar?
- ¿Como ves las clases de educación física en la actualidad?

## **Anexo 2**

### Entrevista Entrenador de Gimnasio

- ¿En el Ecuador de manera específica en la ciudad de Quito los gimnasios dan apertura para menores de 15 años en base a tu experiencia qué tan recomendable es esto?
- ¿Crees que es necesario una persona especializada en los niños específicamente?
- ¿Cómo se trabaja con los adultos con sobrepeso?
- ¿En tu experiencia al recibir niños con problemas de obesidad debido a que sus padres le llevan a los gimnasios como ves la actitud de los jóvenes?
- El tema del sobrepeso y la obesidad es un tema de importancia mundial ¿A qué crees que se debe esto?
- ¿En el Ecuador existe algún instituto que certifique a los entrenadores?
- En los jóvenes existen personas que consumen esta clase de pastillas ¿Qué efectos puede causar?
- ¿Una persona con obesidad cuánto tiempo de entrenamiento necesita para llegar a condiciones saludables?

## Anexo 3

### Guía Focus Group

#### **PRESENTACIÓN DEL PRIMER TEMA**

- ¿Cuántas comidas tienen los niños a lo largo del día?
- ¿Cuáles son sus alimentos preferidos?
- ¿Quién prepara los alimentos en casa?
- ¿Cuál es el menú para las loncheras de los niños?
- ¿Con qué frecuencia consumen sus niñ@s golosinas, comida chatarra?

#### **SEGUNDO TEMA IMPORTANTE**

- ¿Conocen las actividades que realizan los niños en las horas de educación física?
- ¿Qué actividades deberían realizar los niños en las horas de educación física?
- ¿Cuándo tiempo a la semana realizan alguna actividad física sus niños?
- ¿Practican sus hijos algún deporte de manera regular?

#### **ELEMENTOS CONCRETOS DEL DISEÑO**

- ¿Cuántas horas al día dedican sus hijos a ver tv, videojuegos, equipos tecnológicos?
- ¿Cuándo fue la última vez que chequeo el peso de su hijo con un médico?
- ¿Que conoce sobre la obesidad infantil?

A continuación vamos a observar un video sobre un gimnasio para niños y posteriormente comentaremos qué tan atractivo les parece la idea

Video

[https://www.youtube.com/watch?v=Wd\\_idZel1Jw](https://www.youtube.com/watch?v=Wd_idZel1Jw)

- ¿Conoce algún gimnasio para niños en el país?
- ¿Es necesario un centro deportivo con estas características en el país?
- ¿Qué seguridad debe brindarles un centro deportivo infantil?
- ¿Qué tan interesadas estarían en un centro de este tipo?
- ¿Realizaría actividades en conjunto con sus hijos?

#### **CIERRE DE LA SESIÓN**

Una vez analizado cada uno de los puntos. ¿Qué opinión, recomendación o sugerencia final podrían aportar para esta investigación?

## Anexo 4

### Encuesta

#### **Gimnasio para niños y adolescentes**

Mi nombre es Jennifer Pillajo y soy estudiante de la carrera de negocios y marketing deportivo, estoy realizando mi plan de titulación por lo cual esta encuesta tiene fines netamente académicos.

#### **Sexo \***

- Hombre
- Mujer

#### **Edad \***

- De 15 a 22 años
- De 23 a 30 años
- De 31 a 38 años
- Más de 39 años

#### **¿Cuántos hijos tiene? \***

- 1
- 2
- 3
- Más de 3

#### **¿Conoce el peso actual de su hijo? \***

- Si
- No

**¿Considera que su familia lleva una vida sedentaria? \***

- Si
- No



**¿Cuántas horas al día destina su hijo a videojuegos, televisión, equipos tecnológicos? \***

- Menos de una hora
- De 1 a 2 horas
- De 2 a 3 horas
- De 3 a 4 horas
- Más de 4 horas

**¿Con qué frecuencia consume comida rápida, golosinas su hijo? \***

- 1            2            3            4            5
- Poco frecuente                        Muy frecuente

**¿Cuántas horas a la semana destina su hijo para realizar alguna actividad física? \***

- Al menos una hora
- 2      horas
- 3      horas
- Más de 4 horas

**¿Conoce algún centro deportivo específico para niños? \***

- Si
- No

**¿Conoce los servicios que brinda un gimnasio para niños? \***

- Si
- No

**¿Usaría un centro deportivo para niños como lucha contra la obesidad infantil? \***

- Si
- No

**¿Cuántas horas considera que debe estar un niño en un gimnasio infantil? \***

- Menos de 1 hora
- De 1 a 2 horas
- Más de 2 horas

**¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un gimnasio infantil? \***

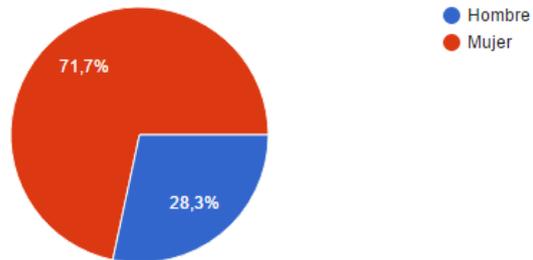
- De 5 a 10 semanales
- De 11 a 20 semanales
- De 21 a 30 semanales
- Más de 30 semanales

ENVIAR

## Tabulación de las encuestas

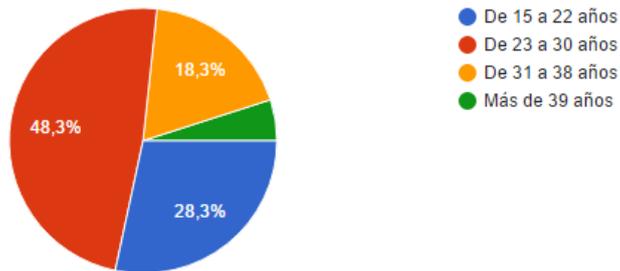
### 1. Sexo

60 respuestas



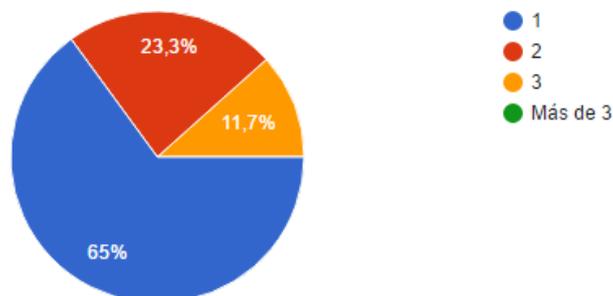
### 2. Edad

60 respuestas



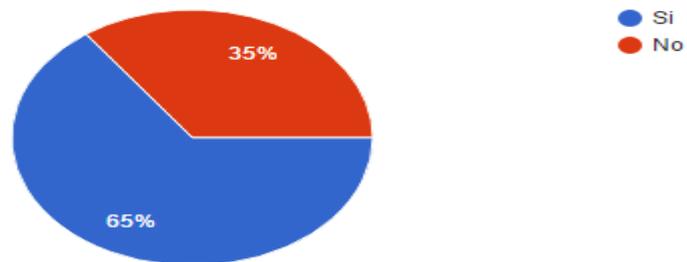
### 3. ¿Cuántos hijos tiene?

60 respuestas



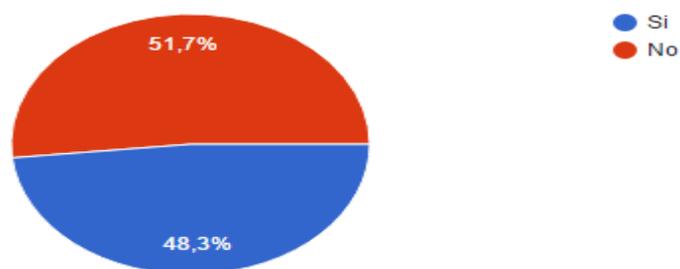
#### 4. ¿Conoce el peso actual de su hijo?

60 respuestas



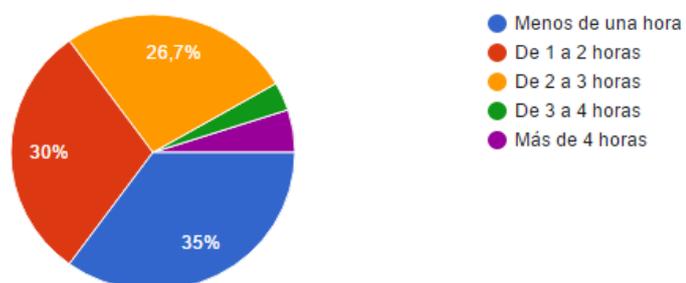
#### 5. ¿Considera que su familia lleva una vida sedentaria?

60 respuestas



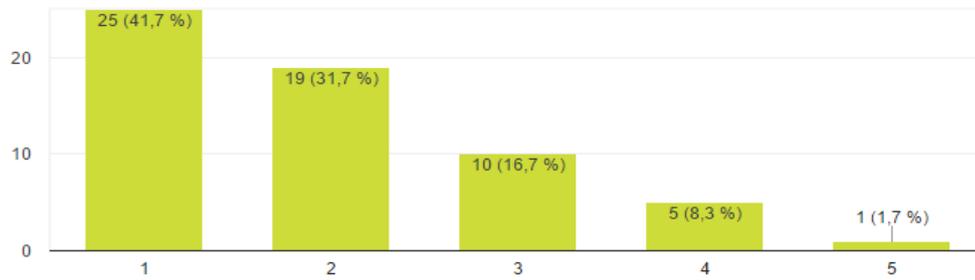
#### 6. ¿Cuántas horas al día destina su hijo a videojuegos, televisión, equipos tecnológicos?

60 respuestas



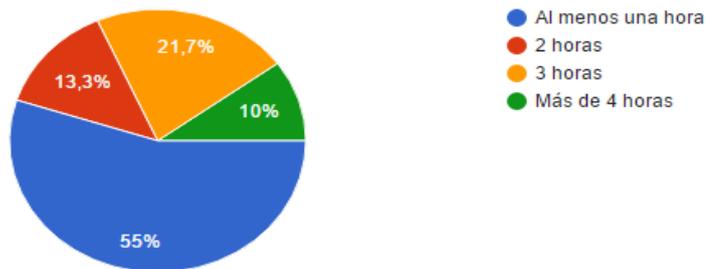
### 7. ¿Con que frecuencia consume comida rápida, golosinas su hijo?

60 respuestas



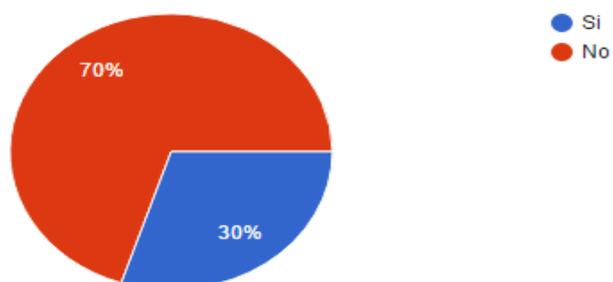
### 8. ¿Cuántas horas a la semana destinada su hijo para realizar alguna actividad física?

60 respuestas



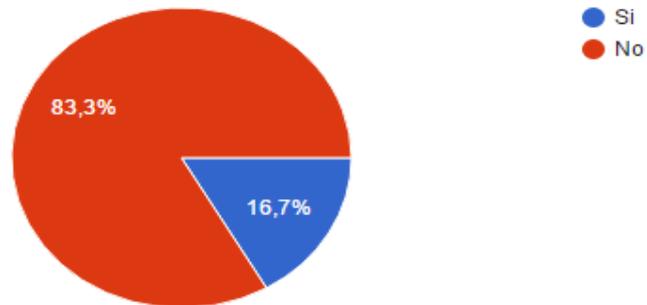
### 9. ¿Conoce algún centro deportivo específico para niños?

60 respuestas



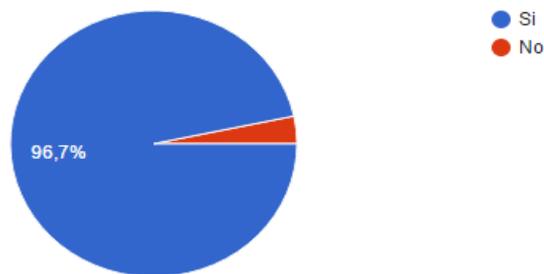
### 10. ¿Conoce los servicios que brinda un gimnasio para niños?

60 respuestas



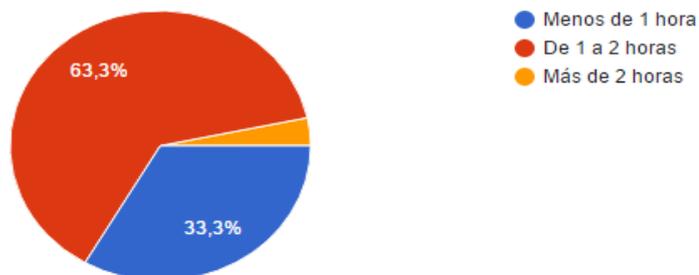
### 11. ¿Usaría un centro deportivo para niños como lucha contra la obesidad infantil?

60 respuestas



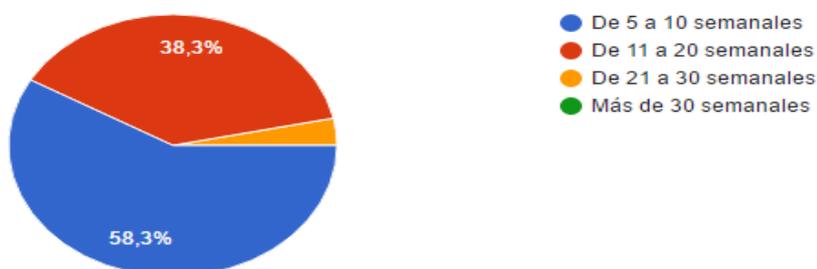
### 12. ¿Cuántas horas considera que debe estar un niño en un gimnasio infantil?

60 respuestas



### 13. ¿Cuanto estaría dispuesto a pagar por un gimnasio infantil?

60 respuestas



## Anexo 5

### Estado de resultados anual

	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas		\$ 133.470,00	\$ 171.799,38	\$ 268.509,82	\$ 369.973,56	\$ 502.773,74
Costos		\$ 17.364,52	\$ 18.113,27	\$ 23.490,46	\$ 29.445,42	\$ 36.027,09
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		\$ 116.105,48	\$ 153.686,11	\$ 245.019,36	\$ 340.528,14	\$ 466.746,64
Gastos sueldos		\$ 18.074,76	\$ 19.145,74	\$ 20.527,49	\$ 21.995,91	\$ 23.271,75
Gastos de constitución		\$ 800,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos publicidad y marketing		\$ 13.290,00	\$ 5.941,14	\$ 5.205,00	\$ 6.155,00	\$ 5.080,00
Gastos mantenimiento		\$ -	\$ 330,00	\$ 342,54	\$ 555,56	\$ 576,67
Gastos de depreciación		\$ 13.901,43	\$ 13.901,43	\$ 13.901,43	\$ 13.901,43	\$ 13.901,43
<b>UTILIDAD ANTES DE INTERESES</b>		\$ 67.879,29	\$ 112.207,80	\$ 202.882,90	\$ 295.760,24	\$ 421.756,79
Gastos de intereses		\$ 6.739,03	\$ 5.460,25	\$ 4.072,99	\$ 2.568,05	\$ 935,44
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN</b>		\$ 61.140,26	\$ 106.747,55	\$ 198.809,91	\$ 293.192,19	\$ 420.821,35
15% PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		\$ 9.192,60	\$ 16.012,13	\$ 29.821,49	\$ 43.978,83	\$ 63.123,20
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>		\$ 51.947,66	\$ 90.735,42	\$ 168.988,42	\$ 249.213,36	\$ 357.698,15
22% IMPUESTO A LA RENTA		\$ 11.460,10	\$ 19.961,79	\$ 37.177,45	\$ 54.826,94	\$ 78.693,59
<b>UTILIDAD NETA</b>		\$ 40.487,56	\$ 70.773,63	\$ 131.810,97	\$ 194.386,42	\$ 279.004,56

**Anexo 6**  
Estado de situación financiera anual

	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>ACTIVOS</b>						
<b>Corrientes</b>						
Efectivo	\$ 89.292,75	\$ 1.304.466,05	\$ 2.000.826,39	\$ 3.227.133,79	\$ 5.161.472,19	\$ 7.995.519,04
Cuentas por Cobrar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Inventarios	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total activos corrientes</b>	\$ 89.292,75	\$ 1.304.466,05	\$ 2.000.826,39	\$ 3.227.133,79	\$ 5.161.472,19	\$ 7.995.519,04
<b>No Corrientes</b>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 357.171,00	\$ 4.286.052,00	\$ 4.286.052,00	\$ 4.286.052,00	\$ 4.300.932,00	\$ 4.300.932,00
Depreciación acumulada	\$ -	\$ 90.359,32	\$ 257.176,52	\$ 423.993,72	\$ 575.930,92	\$ 742.748,12
Intangibles	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total activos no corrientes</b>	\$ 357.171,00	\$ 4.195.692,68	\$ 4.028.875,48	\$ 3.862.058,28	\$ 3.725.001,08	\$ 3.558.183,88
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 446.463,75</b>	<b>\$5.500.158,73</b>	<b>\$6.029.701,87</b>	<b>\$7.089.192,07</b>	<b>\$8.886.473,28</b>	<b>\$ 11.553.702,92</b>
<b>PASIVOS</b>						
<b>Corrientes</b>						
Cuentas por pagar proveedores	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Sueldos por pagar	\$ -	\$ 5.136,48	\$ 5.303,95	\$ 6.300,98	\$ 7.359,16	\$ 8.457,28
Impuestos por pagar	\$ -	\$ 20.652,70	\$ 35.973,92	\$ 66.998,94	\$ 98.805,77	\$ 141.816,80
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	\$ -	\$ 25.789,18	\$ 41.277,88	\$ 73.299,92	\$ 106.164,92	\$ 150.274,08
<b>No Corrientes</b>						
Deuda a largo plazo	\$ 89.292,75	\$ 974.746,41	\$ 785.641,67	\$ 580.495,21	\$ 357.946,21	\$ 116.518,41
<b>Total Pasivos No Corrientes</b>	\$ 89.292,75	\$ 974.746,41	\$ 785.641,67	\$ 580.495,21	\$ 357.946,21	\$ 116.518,41
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 89.292,75</b>	<b>\$ .000.535,59</b>	<b>\$ 826.919,55</b>	<b>\$ 653.795,13</b>	<b>\$ 464.111,13</b>	<b>\$ 266.792,49</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Capital	\$ 357.171,00	\$ 4.286.052,00	\$ 4.286.052,00	\$ 4.286.052,00	\$ 4.300.932,00	\$ 4.300.932,00
Utilidades retenidas	\$ -	\$ 213.571,14	\$ 916.730,33	\$ 2.149.344,95	\$ 4.121.430,15	\$ 6.985.978,43
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 357.171,00</b>	<b>\$4.499.623,14</b>	<b>\$5.202.782,33</b>	<b>\$6.435.396,95</b>	<b>\$8.422.362,15</b>	<b>\$ 11.286.910,43</b>

