



Marzo 2019 - ISSN: 1696-8352

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACION DE UN GIMNASIO FAMILIAR EN LA PARROQUIA PASCUALES

Autora: Verónica Carreño Panchana ¹

E-mail: verónica-ecp@hotmail.com

Facultad de Administración

Carrera de Ingeniería Comercial

Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil

Tutor: MSC. Silvia Espinoza ²

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Verónica Carreño Panchana y Silvia Espinoza (2019): "Plan de negocio para la creación de un gimnasio familiar en la parroquia Pascuales", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (marzo 2019). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2019/03/creacion-gimnasio-familiar.html>

Resumen

Este Artículo presenta los puntos necesarios para la creación de un Gimnasio Familiar en la parroquia Pascuales demostrando que es viable generando así la oportunidad de emprender un proyecto productivo con la finalidad de ayudar a las personas a mejorar la salud, siendo sus Objetivos, elaborar un estudio de mercado para determinar gustos y preferencias de la población, Diseñar estrategias para competir en el sector de los Gimnasios, Determinar los recursos necesarios para este tipo de servicio, Analizar la inversión y sus beneficios económicos. La investigación se justificó mediante el objetivo 3 y 9 del plan nacional del buen vivir en cual indica "Mejorar la calidad de vida de la población" y "Garantizar el Trabajo Digno en todas sus Formas" (SENPLADES, 2013), con la creación del Gimnasio se proporcionarán fuentes de trabajos. Una vez acogida del negocio se detalló tipo de negocio, estrategias, imagen, recursos necesario para su funcionamiento además de un análisis de viabilidad económica

Palabras clave

Emprendimiento, salud, viabilidad

¹ Graduada de Ingeniería Comercial

² Docente Tutora

Abstract

This article presents the necessary points for the creation of a Family Gymnasium in the Pascuales parish demonstrating that it is viable, thus generating the opportunity to undertake a productive project with the purpose of helping people to improve their health, being their Objectives, to elaborate a study of market to determine tastes and preferences of the population, Design strategies to compete in the sector of the gyms, Determine the resources needed for this type of service, Analyze the investment and its economic benefits. The research was justified by objective 3 and 9 of the national plan of good living in which indicates "Improve the quality of life of the population" and "Guarantee Decent Work in all its forms" (SENPLADES, 2013), with the creation of the Gym sources of work will be provided. Once the business was received, it was detailed the type of business, strategies, image, resources necessary for its operation, as well as an analysis of economic viability

Keywords

Entrepreneurship, health, viability

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad los Gimnasios se han extendido por todo el territorio Nacional y juegan un papel muy importante en la sociedad, ya que no solo se ha convertido en un medio para tener un buen estado físico, sino que también como una opción para prevenir enfermedades crónicas no transmisibles, como diabetes mellitus tipo 2, hipertensión, obesidad, enfermedades cardiovasculares y otros tipos de cáncer.

Hoy en Día los seres humanos tienen un ritmo de vida muy acelerada, lo que conlleva a no dedicarle tiempo a la salud, por lo que cada vez más crece el índice de obesidad tanto en niños como en adulto, además en el estudio de mercado realizado a la población de Pascuales se pudo evidenciar que no realizan actividad física por no contar con un espacio para poder realizar actividad física , por lo que esta carencia repercute en la oportunidad de emprender un proyecto productivo con la finalidad de ayudar a crear el hábito de realizar actividad Física.

El presente proyecto "Plan de Negocio para la creación de un Gimnasio Familiar en la Parroquia Pascuales" pretende demostrar que es viable crear un gimnasio especial para familias, mediante estudios de mercado, organizacional y financiero.

Cabe destacar que hoy en día la Organización Mundial de la Salud (OMG) está haciendo un llamado a las autoridades de todo los países para que fomenten la importancia y la práctica de realizar actividad física para la salud, por lo que se estaría contribuyendo con el país.

Formulación de Problema

¿Cómo contribuir de manera positiva en el desarrollo físico y mental en los habitantes del sector de Pascuales?

Sistematización del problema.

¿Qué grado de aceptación tendrá un gimnasio ubicado en la parroquia de Pascuales?

¿Cuáles deben de ser las estrategias para competir exitosamente en el sector de Pascuales?

¿Cuál debería ser la estructura organizacional del Gimnasio?

¿Cuál debería ser la inversión y los beneficios económicos que se pueden obtener?

Objetivos Generales

Elaborar un plan de negocio para la creación de un gimnasio familiar en la parroquia Pascuales

Objetivos Específicos

Elaborar un estudio de mercado para determinar los gustos y preferencias de la población en cuanto a este tipo de servicio.

Diseñar estrategias para competir en el sector de los Gimnasios

Determinar los recursos necesarios para este tipo de servicio.

Analizar la inversión y sus beneficios económicos

2. BASES TEÓRICAS

Plan de Negocios

Es el documento en el que emprendedor expone la información relativa a su idea de construir una empresa, en la que se incluyen tanto los aspectos económicos como los organizativos y los de mercado. En el mismo han de aparecer claramente los objetivos que la empresa aspira alcanzar, así como los medios con los que cuenta para lograr tales objetivos.”(García Prado Enrique, 2015, pag 59)

El plan de negocio es un documento en el que recoge la idea de un negocio de una persona, pretendiendo justificar la creación de una empresa y analizando la viabilidad de la operación (Vargas Belmonte, 2014)

Para Andía & Paucara (2013) este plan es un documento escrito de manera sencilla y precisa, el cual es el resultado de una planificación y que muestra los objetivos que se quieren obtener y las actividades que se desarrollarán para lograrlos.



Figura 1 Estructura del Plan de Negocio
Elaborado: Autoria propia

Análisis Pest

El Analisis Pest es una tecnica de analisis estartegico para definir el contexto de una compañía a través del analisis de una serie de factores externos como Politico-Legal,Economicos,Socio Cultural,Tecnologico” (Parada, 2013)

Analisis Foda

Es una Herramienta o tecnica de planificación Estrategica utilizada por empresas y emprendedores, que busca literalmente identificar las fortalezas, oportunidades, y amenazas del negocio. Es el elemnto fundamental para establecer la base de un buen plan de marketing estrategico”. (Parada, 2012)

3. METODOLOGÍA

Método de investigación

El tipo de investigación a utilizar será la descriptiva ya que servirá para identificar el problema que se está viviendo actualmente en la parroquia. El objetivo es llegar a conocer las costumbres y actitudes, obtener datos precisos que puedan usarse en investigación cuantitativa

Enfoque de la Investigacion

El enfoque que se utilizara para este proyecto será Mixto, ya que usa la recolección Y análisis de datos para probar hipótesis con base en la mediación numérica y el análisis estadístico.

El propósito será recolectar la mayor cantidad de información a los habitantes de la parroquia pascuales con el fin de conocer sus gustos y preferencias y su principal motivación para decidir acudir al Gimnasio.

Técnica de Investigación

En este proyecto se utilizaran las siguientes técnicas:

Encuestas: A través de esta técnica obtendremos datos más precisos, en cuanto a conocer los hábitos, predisposición y aceptación de los habitantes del sector de la parroquia pascuales.

Población y Muestra

Según datos del INEC 2010 en el censo de población y vivienda determino que la parroquia urbana de Pascuales del cantón Guayaquil cuenta con una población de 18,730 Familias

Para la realización de la muestra tomaremos a las personas de 10 a 65 años de edad que vivan en los alrededores del sector del mercado de Pascuales y que se encuentren en buenas condiciones para realizar actividades físicas ya que estos serán nuestro segmento de mercado.

Al ser una población conocida y menor de 100 mil se considerará la fórmula de la población finita

4. RESULTADO Y DISCUSIÓN

Resultados de la encuesta

En la recolección de datos se puede evidenciar que la población de Pascuales no realizan actividad física en los últimos seis meses esto se debe, por no contar con un lugar cerca de su hogar.

Además se compruebo que a los habitantes del sector les gustaría que haya actividad física para niños, ya que esto les permitirá acudir con su familia al Gimnasio

5. PROPUESTA

El Gimnasio se denominará "SPORT FAMILY" escogiéndose dicho nombre debido que es un gimnasio dirigidos a las familias de la parroquia Pascuales del Cantón Guayaquil con la finalidad de que exista una interacción familiar y a la vez realicen actividades físicas. Sin la necesidad de dejar a los niños solos en casa.



Figura 2 Logo

Fuente: Elaborada por la autora

Como ubicación el gimnasio estará ubicado en la parroquia Pascuales del Cantón Guayaquil en la Av. Flavio Alfaro y Calceta cabe recalcar que el lugar será estratégico pues como se mencionaba en los capítulos anteriores cerca de la ubicación no se encuentra ningún otro gimnasio.

Misión

Incentivar la práctica de hacer ejercicio físico aportando con el espacio y medios necesarios para contribuir a mejorar la salud de la población de la parroquia Pascuales del Cantón Guayaquil

Visión

Alcanzar un gran posicionamiento en el mercado de los Gimnasios creando una cultura de deporte sano ofreciendo programas de entrenamiento, nutrición, Contribuyendo así al desarrollo de hábitos deportivos saludables.

Análisis situacional

Análisis PEST

Factor Político.- Hoy en día las organizaciones gubernamentales como es el caso de la Organización Mundial de la Salud (OMS) están regulando leyes que ayudan a mejorar la eficiencia en la salud y disminuir así los altos índices de obesidad y de enfermedades no transmisibles (ENT), lo que permitirá que sea más sencillo la creación del Gimnasio Familiar ya que las políticas gubernamentales locales no pondrán tantas obstáculos para su apertura, en cuestiones de permisos etc.

Factor Económico.- Al momento económicamente el país está pasando por un decrecimiento en la economía, lo que podría afectar al negocio, ya que afectarían a los ingresos de los posibles clientes y ellos podrían no adquirir nuestros servicios al no ser considerado un servicio de primera necesidad, por lo que afectaría a los ingresos del negocio y con ello el mantenimiento y adquisición de maquinarias.

Factor Social.- La salud y el bienestar de las familias es primordial, fomentando el buen hábito de hacer ejercicio físico para evitar la obesidad que cada día alcanza un porcentaje muy alto en la sociedad

Factor Tecnológico.-En los últimos años la industria del mercado de los Gimnasio va cambiando, con la evolución de nuevas tecnologías que trae consigo la llegada de nuevos diseños de máquinas para entrenamientos.

Análisis Porter

Amenaza de los nuevos competidores

A medida que los negocios puedan ser imitados o copiados fácilmente la entrada de nuevos competidores es más vulnerables, sin embargo acceder al mercado de los Gimnasio no es tan sencillo ya que este tipo de negocio necesita una gran cantidad de inversión.

Poder de Negociación de los proveedores

Este poder de negociación es alto ya que en la ciudad no existen muchas empresas dedicadas a la venta de maquinarias modernas para uso de actividad física lo que implica que su costo sea un poco alto.

Poder de negociación de los Compradores

Los Gimnasio no son considerados servicios de primera necesidad, esto hace que este poder sea alto, pero en la encuesta realizada se pudo conocer la predisposición de las familias de la parroquia pascuales para acudir al nuevo Gimnasio Familiar a realizar actividad física, esto permite que el poder de negociación con los compradores o clientes se vuelva moderado.

Amenaza de Producto Sustituto.

En la actualidad el gobierno autónomo centralizado opta por dar actividades al aire libre, apertura de nuevos gimnasios por el Sector.

Rivalidad entre los competidores existentes

Esta fuerza hace referencia a la rivalidad que existe entre las empresas que compiten en mismo mercado en este caso el de los Gimnasio que es la fuerza más poderosas en la industria, sin embargo en la parroquia Pascuales, Esta fuerza es moderada puesto que se ha definido que el sector donde se propone la creación del Gimnasio es estratégico se ha observado que en el lugar (Flavio Alfaro y Calceta) cerca del mercado de Pascuales, no cuenta con un Gimnasio Familiar.

Análisis FODA

Fortaleza

Ubicación del Gimnasio Familiar

Predisposición de las familias de la parroquia por asistir a un Gimnasio

Oportunidad

Gobierno Fomenta la Inversión Nacional

Cada vez más crece la tendencia de verse bien

No existe competencia por el Sector

Debilidad

Alta Inversión

Ausencia del hábito de hacer ejercicio

Poca Experiencia en el mercado de los Gimnasios

Amenaza

Programas Gratuitos por partes de Municipios

Marketing Mix

Producto/ Servicio

Se ofrecerán en el gimnasio los siguientes servicios.

Programas de entrenamientos personalizados

Bailo terapias

Zumba

Ejercicios en Áreas Verdes

Spinning

Cardio box como aeróbicos

Anaeróbicos

Sugerencia y orientación nutricional

Gimnasia para niños

Pilates

Horarios de Atención

El Gimnasio Familiar atenderá de lunes a sábado de 7:00 a 21:00

Precio

Family Sport fijara los siguientes precios para conseguir captar rápidamente una gran cantidad de clientes y así conseguir una participación en el mercado

Tabla 1 **Costo de Membresía**

Costo de Membresía	
Membresías Mensual por Familia	\$ 55,00
Membresías Mensual por Persona	\$ 39,00
Membresías Diario Por Familia	\$ 6,00
Membresías Diario Por persona	\$ 3,00

Fuente: Elaborada por la autora

Además se utilizara la estrategia de precio discriminatorio el cual consiste en dar un costo especial a los clientes que adquieran las membresías por dos años consecutivos.

Plaza

El canal de distribución será directo, es un negocio de servicio, por lo que no hay intermediario los usuarios que acudan a Sport Family contarán con la atención de la recepcionista, donde podrán obtener información detallada de todos los servicios que brinda, además podrán observar las instalaciones, por lo cual deberán de estar bien equipadas, además de contar con un diseño en el interior que refleje un ambiente de relajación familiar.

Promoción

El Gimnasio podrá contar con promociones en membresía familiares enfocada en atraer más usuarios en épocas de vacaciones, temporada playera, el cual consiste que las familia pueda adquirir membresías a bajo costo (familia conformada por dos adultos y dos niños, además descuentos en feriados).

Dar descuentos especiales por promocionar y llevar a otras familias al Gimnasio.

Además se promocionara al Gimnasio mediante el marketing boca a boca, el cual consistes en que los usuarios comenten con sus amistades los servicios y el buen trato que ofrece el Gimnasio

Persona

El gimnasio contara con personal capacitado en todos los servicios el cual se va a ofrecer, tanto personal Trainer como el personal de atención al cliente.

Physical Evidence

Entre las evidencias físicas para atraer al cliente están:

Una buena infraestructura, logo atrayente, un ambiente familiar con un agradable olor perfumado, música de acuerdo a las rutinas de ejercicios, aire acondicionado, y una distribución correcta de los espacios.

Proceso

El Gimnasio tendrá un proceso orientado al cliente

Comunicación con el cliente, planificación de actividades Diarias

Sesiones de trabajo supervisadas por el personal Trainer los cuales estarán enseñando y motivando al cliente.

El personal de mantenimiento controle que todas las maquinas estén bien engrasadas y que funcionen correctamente para evitar accidente.

Productividad

Con el proceso orientado al cliente el Gimnasio podrá adquirir compromiso de precio y servicio de calidad que haga que la experiencia del cliente sea la mejor posible

Estrategia de Marketing

Al ser un establecimiento que ofrecerá servicios, el cliente no podrá sentir el servicio hasta que lo contrate y realice la actividad, La estrategia a utilizar será la diferenciación la cual busca dar cualidades distintivas al servicio y que resulten significativas para el cliente.

Sport Family se diferenciara primero en la atención a las familias por expertos instructores deportistas y asesoría de una nutricionista, esto ayudará a nuestros clientes a mantener una excelente imagen corporal y una nutrición adecuada, además tendrá actividades para niños y actividades familiares al aire libre, Adicional a eso se plantean las siguientes estrategias.

Publicidad mediante redes sociales



Figura 3 Diseño Web

Fuente: Elaborado por la autora

Publicidad mediante Volante



Figura 4 Volante

Fuente: Elaborado por la autora

Envió de e-mailing

Que consiste en enviar correos electrónicos con información y promociones

Estrategia de Venta

Para captar la atención de los posibles clientes se los invitará a una clase gratis que incluye asesoría con la nutricionista, para que pueden darse cuenta de la calidad del servicio y así puedan adquirir las membresías.

Además dos días a la semana se invitará a un nuevo talento de pantalla (Los llamados chicos reality, que recién se esté dando a conocer), para que realice actividades en el Gimnasio lo que estimulará a la comunidad para que acuda al Gimnasio.

Inversión y Rentabilidad

Inversión en Activos Fijos necesarios para la implementación del Gimnasio

Tabla 1 Activos Fijos

<i>Descripción</i>	<i>Valor Total</i>
<i>Muebles y Enseres</i>	\$ 5,865.55
<i>Equipos Computación</i>	\$ 4,465.19
<i>Maquinaria y Equipo</i>	\$ 28,314.31
TOTAL	\$ 38,645.05

Fuente: Elaborado por la autora

Estos valores no incluyen IVA

En base a la tabla 2 presentada se requerirán una inversión en activos \$38,645.05

Capital de trabajo

“El capital de trabajo es aquellos recursos que necesita una empresa para poder realizar sus operaciones” (Salazar, 2017)

Como el Gimnasio Sport Family no maneja ventas de servicio a crédito ni pago a proveedores nuestro ciclo de caja será en 30 Días

Tabla 3 Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO

	Año 1
<i>COSTO DE VENTA</i>	\$ 27,457.13
<i>GASTOS ADM.</i>	\$ 25,689.02
<i>GASTOS VENTA</i>	\$ 8,444.94
CAO	\$ 61,591.08
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 5,132.59

Fuente: Elaborado por la autora

Tabla 4 Ventas Anual Membresías

INGRESO POR VENTA ANUAL

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>Membresías Mensual por Familia</i>	812	934	1,074	1,235	1,420
<i>Membresías Mensual por Persona</i>	638	734	844	970	1,116
<i>Membresías Diario Por Familia</i>	609	700	805	926	1,065
<i>Membresías Diario Por persona</i>	754	867	997	1,147	1,319
<i>Precio del Servicio de Gimnasio por Familia Mensual</i>	\$ 55.00	\$ 57.75	\$ 60.64	\$ 63.67	\$ 66.85
<i>Precio del Servicio de</i>	\$ 39.00	\$	\$	\$	\$

<i>Gimnasio por Persona Mensual</i>		40.95	43.00	45.15	47.40
<i>Precio del Servicio de Gimnasio Diario por Familia</i>	\$ 6.00	\$ 6.30	\$ 6.62	\$ 6.95	\$ 7.29
<i>Precio del Servicio de Gimnasio Diario por Persona</i>	\$ 3.00	\$ 3.15	\$ 3.31	\$ 3.47	\$ 3.65
INGRESOS ANUALES	\$ 75,462.34	\$ 91,120.77	\$ 110,028.33	\$ 132,859.21	\$ 160,427.50

Fuente: Elaborado por la autora

Tabla 5 Ventas Anual Bebidas

INGRESO POR VENTA DE BEBIDAS ANUAL

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<i>Cantidad botella de Agua</i>	1,392	1,601	1,841	2,117	2,435
<i>Cantidad de botella de Gatorade</i>	1,044	1,201	1,381	1,588	1,826
<i>Cantidad de vive 100</i>	841	967	1,112	1,279	1,471
<i>Precio de Agua</i>	\$ 0.50	\$ 0.53	\$ 0.55	\$ 0.58	\$ 0.61
<i>Precio de Gatorade</i>	\$ 1.50	\$ 1.58	\$ 1.65	\$ 1.74	\$ 1.82
<i>Precio Vive100</i>	\$ 1.00	\$ 1.05	\$ 1.10	\$ 1.16	\$ 1.22
INGRESOS ANUALES	\$ 3,103.18	\$ 3,747.09	\$ 4,524.61	\$ 5,463.46	\$ 6,597.13

Fuente: Elaborado por la autora

La Proyección de ventas se hace para 5 años donde el nivel de ingresos de Sport Family dependerá de las membrecías que se logren vender en el mes, ya sea estas de forma mensual o Diaria, adicional se ha considerado un incremento del 15% en las ventas de Membresías, y en el precio se ha considerado la variación 5% anual, Además se consideró para la proyección de los ingresos del Gimnasio Sport Family las ventas de bebidas Energizarte y el agua.

Financiamiento

El Gimnasio Sport Familia tendrá un Financiamiento Propio y un Crédito mediante el Banco del Pacífico por \$ 19.094,39 a una tasa de interés de 9.5% que es considerado para Pyme durante un periodo de 5 años adicional a eso cada socio (dos) aportara con \$15.000 dólares

Tabla 6 Financiamiento

Banco del Pacífico	
<u>Inversión Total</u>	
INVERSIÓN FIJA	\$ 43,282.46
GASTOS PRE-OPERACIONALES	\$ 1,000.00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 5,132.59
	\$ 49,415.05
<u>Capital Propio</u>	\$ 30,000.00
CAPITAL REQUERIDO	\$ 19,415.05

Tabla 7 Condiciones Préstamo

Condiciones del Crédito	
<i>Valor del Préstamo</i>	\$ 19,415.05
<i>Periodos de pago</i>	60
<i>Tasa de interés</i>	9.50%
<i>Forma de capitalización</i>	Mensual a 5 años
PAGO	\$ 407.75

Fuente: Elaborado por la autora

Con el Inicio de las Operaciones se esperan alcanzar los siguientes Resultados

Rendimiento

Tabla 8 Rendimiento

RESUMEN	VALORES
Inversión Inicial	\$49,415.05
Banco	\$ 19,415.05
Inver	\$30,000.00
Ventas 5to Año	\$167,024.63
Costo de Venta 5to Año	(\$26,473.13)
Gasto Administrativo	(\$31,225.16)
Gasto Venta	(\$8,525.00)
Obligaciones	(\$242.75)
Utilidad del ejercicio	\$100,558.59
Flujo de Caja	\$ 68,138.50
TIR del negocio	52.32%
VAN del negocio	54,844.03
Payback del negocio	2.81 Años

Realizando el cálculo de los índices de factibilidad, siendo el TIR y el VAN se pudo observar el éxito de la inversión, teniendo un periodo de recuperación de 2,81 años y un TIR de 52.32%.

Esta tasa muestra un rendimiento de inversión para quien decida emprender ya que el Gimnasio recibirá \$ 52,32 por cada \$100 de Inversión

6. CONCLUSIONES

Después de haber realizado el análisis correspondiente para determinar la viabilidad de la creación de un Gimnasio Familiar que brinde un servicio de calidad en un ambiente cálido, se llegó a las siguientes conclusiones:

El Estudio de Mercado determino que en el sector de la Parroquia Pascuales no existe un Gimnasio Familiar que además de brindar a sus habitantes un servicio de calidad en actividad física, también incluya el cuidado alimenticio con asesoría de una nutricionista.

El mercado objetivo se compone de todas las familias de la parroquia pascuales conformadas por miembro de entre 10 y 65 años de edad la muestra obtenida indica que 75% acepta asistir al Gimnasio de este porcentaje el 42% opta por salud, 47% para mejorar el estado físico.

La estrategia de marketing que se aplicara será la de diferenciación ,el gimnasio contará con actividades para niños, además de actividades grupales en familia al aire libre, también contara con la participación de un talento de pantalla

El análisis cualitativo califico a este Gimnasio como una propuesta viable, ya se determinó las estrategias de promoción y precio para que Sport Family pueda incursionar en el mercado ofertando cuatro tipo de Membresías

La inversión inicial requerida es de \$ 49.415,05 para poder realizar sus operaciones la cual estera financiado \$30.000 por dos socios y la diferencia con un financiamiento de una entidad financiera, además con la exoneración del gasto de arriendo por los primeros 5 años y la exoneración del pago del impuesto a la renta por los primeros 3 años, obtendrá un ahorro significativo.

El Estudio de valoración financiera demostró que los flujos proyectados en sus primero 5 año de Sport Family trasladados a valor actual dan como resultado un VAN positivo de \$54.844,03 (mayor a 0) demostrando así que el proyecto es viable.

7. RECOMENDACIONES.

Realizar una campaña publicitaria agresiva mediante redes sociales e informar a la ciudadanía sobre el riesgo de la salud y la importancia de realizar actividades físicas.

Crear un ambiente atractivo para que la comunidad Pascualeña, se sienta atraído y se motive de ir al Gimnasio, además transmitir un trato de amabilidad y cordialidad a los clientes.

Implementar la opción de pago con tarjeta de crédito (corriente), ya que hoy en día es el medio de pago más utilizado en el país.

Estar informado de nuevas tendencias en actividad física, para poder capacitar al personal e implementar nuevas actividades ya sea grupales o individuales en el Gimnasio

Realizar mini encuestas mensuales de satisfacción de los clientes para mejorar cada vez más el servicio.

AGRADECIMIENTO

A Papito Dios por darme la fortaleza para poder culminar mi carrera que por cuestiones de la vida le había puesto un alto.

Agradezco también a la Sra. Carmen Cedeño que aunque no está entre nosotros fue la persona que me oriento al momento de elegir la Carrera que hoy he culminado con mucha satisfacción.

A mi Esposo Jesús Quinde Torres por haberme dado el espacio y haberse encargado de los niños mientras yo estudiaba, a mi mami Sandra Panchana Olivo que con su apoyo, consejo y ánimo me inculco que cada esfuerzo tiene su recompensa.

También al Sr Ricardo Cruz Peña que aunque ya no está entre nosotros siempre me motivo a que se siga adelante con la carrera, cuando yo ya quería tirar la toalla.

A mi papi Hugo Carreño Piligüe aunque casi no lo veo, cuando nos veíamos me aconsejaba que siguiera adelante que haga el último esfuerzo por obtener mi Título de Ingeniera, y me dice lo orgullosos que se tiene de mí, así mismo quiero agradecer a mi hermana Xiomara Cruz ya que con sus conocimientos en diseño gráfico me ayudo con lo del diseño de la página y volante para este proyecto.

A mi Tutora por su dedicación y tiempo en el desarrollo de este trabajo de investigación y a todos mis profesores a lo largo de mi carrera a quienes recordare con respeto y admiración.

BIBLIOGRAFIA

Andia Valencia, W., & Paucara Pinto, E. (10 de Octubre de 2013). Los palnes de negocios y los proyectos de Inversion. Lima: Industrial Data.

El Telégrafo (20 de Diciembre del 2013) Diario el Telégrafo Obtenido del 5,5 millones de adultos ecuatoriano vive con sobrepeso y obesidad

<https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/sociedad/6/seis-de-cada-10-adultos-tiene-sobrepeso-en-el-pais>

Enrique, Z. L. (2015). *Plan de Negocio*. España: ESIC Editorial.

Expreso (12 de Octubre 2017) Diario Expreso Obtenido Sobrepeso en Ecuador, en la Mira de la organización Mundial de la Salud

<https://www.expreso.ec/actualidad/obesidad-sobrepeso-alimento-dieta-erikaalvarez-oms-inec-salud-YX1761427>

INEC (2010) Ecuador en cifras obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/base-de-datos-censo-de-poblacion-y-vivienda/>

OMG (Enero 2017) Falta de actividad física obtenido de la Organización Mundial de la Salud http://www.who.int/features/factfiles/physical_activity/es/

Parada, P. (19 de Noviembre de 2012). *Dafo herramienta de planificacion estrategica*

Parada, P. (10 de Enero de 2013). *Analisis pestel una herramienta de estudio delentorno*

SEMPLADES. (2013). Plan Nacional del buen vivir. Quito: Secretaria nacionalde planificacion.

Obtenido del Plan Nacional del Buen Vivir. <http://www.buenvivir.gob.ec/>

Vargas Belmonte , A. (2014). *Marketing y Plan de Negocio*. IC Editorial.