



UNIVERSIDAD LAICA “ELOY ALFARO DE MANABÍ”
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES DERECHO Y BIENESTAR

CARRERA DE ECONOMÍA

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DE TÍTULO DE ECONOMISTA

MODALIDAD

PROYECTO DE INVERSIÓN

TEMA

**AMPLIACIÓN DEL SERVICIO QUE OFRECE EL GIMNASIO POWER HOUSE MANTA,
CON LA IMPLEMENTACIÓN DE PROFESIONALES EN NUTRICIÓN, VALORACIÓN Y
POTENCIACIÓN FÍSICA.**

AUTOR:

JAMEL JULEXY TUÁREZ VINCES

TUTORA:

ING. LISSETTE KATHERINE VALENCIA MACÍAS

MANTA – 2025

	NOMBRE DEL DOCUMENTO: CERTIFICADO DE TUTOR(A).	CÓDIGO: PAT-04-F-004
	PROCEDIMIENTO: TITULACIÓN DE ESTUDIANTES DE GRADO BAJO LA UNIDAD DE INTEGRACIÓN CURRICULAR	REVISIÓN: 1
		Página 1 de 1

CERTIFICACIÓN

En calidad de docente tutor(a) de la Facultad De Ciencias Sociales, Derecho y Bienestar de la carrera de Economía de la Universidad Laica "Eloy Alfaro" de Manabí, CERTIFICO:

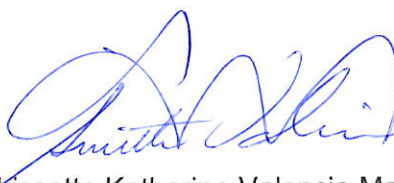
Haber dirigido, revisado y aprobado preliminarmente el Trabajo de Integración Curricular bajo la autoría de la estudiante Tuárez Vincés Jamel Julexy, legalmente matriculado/a en la carrera de Economía, período académico 2025(1), cumpliendo el total de 384 horas, cuyo tema del proyecto es "Ampliación del servicio que ofrece el gimnasio Power House Manta, con la implementación de profesionales en nutrición, valoración y potenciación física"

La presente investigación ha sido desarrollada en apego al cumplimiento de los requisitos académicos exigidos por el Reglamento de Régimen Académico y en concordancia con los lineamientos internos de la opción de titulación en mención, reuniendo y cumpliendo con los méritos académicos, científicos y formales, y la originalidad del mismo, requisitos suficientes para ser sometida a la evaluación del tribunal de titulación que designe la autoridad competente.

Particular que certifico para los fines consiguientes, salvo disposición de Ley en contrario.

Manta, 12 de Agosto de 2025.

Lo certifico



Econ. Lissette Katherine Valencia Macías, Mg.
Docente Tutora

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo Jamel Julexy Tuárez Víneces, declaro que el presente trabajo de titulación **“AMPLIACIÓN DEL SERVICIO QUE OFRECE EL GIMNASIO POWER HOUSE MANTA, CON LA IMPLEMENTACIÓN DE PROFESIONALES EN NUTRICIÓN, VALORACIÓN Y POTENCIACIÓN FÍSICA”** es de mi propia autoría, este proyecto de inversión es inspirado como una idea innovadora. Certifico que las fuentes de información en las que me apoyé como base teórica para desarrollar los capítulos, han sido citadas y referenciadas correctamente.

La elaboración de los análisis, incluyendo las conclusiones y recomendaciones son generadas de manera única y responsable gracias a los conocimientos aprendidos durante cada semestre de la carrera.



Jamel Julexy Tuárez Víneces

AGRADECIMIENTO

Siento gratitud con Dios por iluminar mi camino siempre y permitirme vivir etapas tan bellas en lo que va de mi vida, estudiar esta carrera ha sido una de ellas.

Agradezco profundamente a mi tutora del trabajo de titulación, ing. Lisseth Valencia, por su tiempo, guía y consejos durante este proceso, lo cual es invaluable.

Extiendo el agradecimiento a la universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí y a sus docentes por sus enseñanzas en cada semestre.

Quiero agradecer a mis padres Elba Vines y Carlos Tuárez, por su amor incondicional, por ser mi soporte en todo momento, quienes han sido el principal motor para terminar mis estudios, sin su ayuda esto no sería posible. A mis hermanas, Anabel Veliz y Joshelyn Tuárez que celebran conmigo cada logro que consigo, a mi padrino José Barrezueta por su apoyo moral y contribución en la idea principal del tema del proyecto de inversión y a Jordy Matute, quien estuvo presente en tiempos buenos y difíciles, dándome motivación y aliento en todo este trayecto.

Un agradecimiento especial a Power House Manta y a sus propietarios Jorge Matute y Jessica Arévalo, quienes confiaron en mí y me otorgaron el permiso de usar el nombre de su gimnasio para poder llevar a cabo este trabajo.

INDICE DE CONTENIDO

RESUMEN.....	14
ABSTRACT	15
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO 1. ESTUDIO ESTRATÉGICO	18
1.1. Análisis Estratégico	18
1.1.1. Análisis del Macroentorno	18
1.1.2. Análisis de la Industria	24
1.1.3. Análisis Interno	29
1.1.4. Análisis FODA	31
1.2. Planteamiento Estratégico	33
1.2.1. Visión y Misión	33
1.2.2. Objetivos Estratégicos	33
1.2.3. Estrategias	34
1.2.4. Sistema de Valores	34
CAPÍTULO 2. ESTUDIO DE MERCADO	35
2.1. Análisis del mercado de referencia	35
2.1.1. Resultados y análisis de la encuesta	37
2.1.2. Análisis y cuantificación de la demanda actual y futura	59
2.1.3. Análisis y cuantificación de la oferta actual y futura	60
2.1.4. Cuantificación de la demanda insatisfecha actual y futura	61
2.1.5. Determinación de la demanda que atenderá el proyecto.....	62
2.2. Plan Comercial	62
2.2.1. Objetivos del plan comercial.....	62
2.2.2. Segmentos de Mercado	63
2.2.3. Producto	63
2.2.4. Precio	65
2.2.5. Plaza	65
2.2.6. Promoción	65
2.2.7. Presupuesto de Marketing.....	67

Estudio 3. Técnico-Organizacional	68
3.1. Estudio Técnico.....	68
3.1.1. Capacidad del servicio	68
3.1.2. Plan de Producción	69
3.1.3. Localización	70
3.1.4. Ingeniería del proceso del servicio	71
3.1.5. Requerimientos de activos fijos para área operativa	73
3.1.6. Requerimiento de mano de obra directa e indirecta	74
3.1.7. Distribución de instalaciones (Layout)	75
3.2. Estudio Organizacional	77
3.2.1. Datos generales de la empresa	77
3.2.2. Arquitectura organizacional: organigrama.....	78
3.2.3. Distribución de funciones y responsabilidades	78
3.2.4. Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas	82
3.2.5. Requerimiento de personal para áreas administrativas	82
3.3. Estudio Legal.....	83
Capítulo 4. Estudio Financiero.....	84
4.1. Horizonte de tiempo del plan financiero.....	84
4.2. Plan de Inversión	85
4.2.1. Flujo depreciaciones, amortizaciones y valor de salvamento	86
4.3. Plan de Financiamiento.....	86
4.3.1. Tabla de Amortización.....	86
4.4. Proyecciones de Ingresos Operacionales	87
4.5. Proyecciones de Costos y Gastos Operacionales.....	88
4.6. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado	89
4.7. Balance General Proyectado	90
Capítulo 5. Estudio Financiero.....	91
5.1. Evaluación financiera	91
5.1.1. Ratios financieros y punto de equilibrio	91
5.1.2. Flujos de Fondos del Proyecto	92
5.1.3. Costo promedio ponderado de capital (WACC)	93
5.1.4. Evaluación Financiera del proyecto (VAN, TIR, PAY BACK).....	93

5.1.5.	Análisis de sensibilidad o escenarios.....	94
5.1.6.	Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación financiera	94
5.2.	Evaluación económica	97
5.2.1.	Flujos de fondos económico del Proyecto	97
5.2.2.	Evaluación económica del proyecto (VAN, TIR, PAY BACK)	98
5.2.3.	Análisis de sensibilidad y/o escenarios.....	98
5.2.4.	Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación económica.....	98
5.3.	Evaluación ambiental.....	99
5.3.1.	Estudio de impacto ambiental	99
5.3.2.	Plan de manejo ambiental	101
	CONCLUSIONES	102
	RECOMENDACIONES.....	103
	REFERENCIAS	105

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis PESTEL.....	19
Tabla 2. Las cinco fuerzas de Porter	25
Tabla 3. Evaluación de los recursos con el modelo VRIO.....	30
Tabla 4. Análisis de fortalezas y debilidades los recursos con el modelo VRIO	31
Tabla 5. Análisis FODA	32
Tabla 6. Estrategias de aporte por ejecutar en el proyecto	34
Tabla 7. Sexo	37
Tabla 8. Edad	38
Tabla 9. Ingresos propios	39
Tabla 10. Nivel de ingresos propios o del hogar	40
Tabla 11. Actividad física que realizan	41
Tabla 12. Porcentaje de la frecuencia con la que realiza dicha actividad	42
Tabla 13. Objetivos por las que hacen ejercicio	43
Tabla 14. Frecuencia en la que hacen deporte.....	44
Tabla 15. Objetivos por las que hacen deporte.....	45
Tabla 16. Personas que asisten o no a un gimnasio	46
Tabla 17. Tiempo que lleva asistiendo a un gimnasio	47
Tabla 18. Gimnasio que asiste actualmente	48
Tabla 19. Horario preferido para asistir al gimnasio	49
Tabla 20. Tiempo disponible para entrenar	50
Tabla 21. Quienes tienen o no experiencia en Power House	51
Tabla 22. Nivel de satisfacción de Power House Gym Manta	52

Tabla 23. Aspectos importantes al elegir un gimnasio	53
Tabla 24. Aspectos a mejorar en los gimnasios.....	54
Tabla 25. Servicios de preferencias	55
Tabla 26. Forma de adquirir los servicios	56
Tabla 27. Opción de pago preferida.....	57
Tabla 28. Disposición en pagar alguno de los paquetes.....	58
Tabla 29. Demanda actual de los servicios personalizados.....	59
Tabla 30. Población proyectada de Manta 2025 – 2030	60
Tabla 31. Oferta actual de los servicios personalizados	60
Tabla 32. Población proyectada de Manta 2025 – 2030	61
Tabla 33. Demanda insatisfecha actual y futura	61
Tabla 34. Demanda que atenderá el proyecto.....	62
Tabla 35. Segmento del mercado.....	63
Tabla 36. Precio de los servicios	65
Tabla 37. Presupuesto de Marketing.....	67
Tabla 38. Capacidad del servicio	69
Tabla 39. Capacidad de inscripciones del servicio	69
Tabla 40. Activos fijos del área operativa.....	73
Tabla 41. Gastos de Permisos.....	73
Tabla 42. Gastos de oficina	73
Tabla 43. Equipo de oficina.....	74
Tabla 44. Muebles y enseres.....	74
Tabla 45. Gastos Operativos.....	74

Tabla 46. Requerimiento de mano de obra directa	75
Tabla 47. Requerimiento de mano de obra indirecta	75
Tabla 48. Requerimiento de personal para áreas administrativas.....	83
Tabla 49. Permisos de constitución	84
Tabla 50. Inversión inicial.....	85
Tabla 51. Depreciación y Valor del Salvamento.....	86
Tabla 52. Amortización del crédito	87
Tabla 53. Proyección de Ingresos	88
Tabla 54. Proyección de Costos.....	88
Tabla 55. Proyección de Gastos.....	89
Tabla 56. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado.....	89
Tabla 57. Balance General Proyectado	90
Tabla 58. Ratios Financieros	91
Tabla 59. Punto de Equilibrio.....	91
Tabla 60. Flujo de Fondos Proyectados	92
Tabla 61. WACC.....	93
Tabla 62. Evaluación Financiera	93
Tabla 63. Análisis de Sensibilidad.....	94
Tabla 64. Flujo de Económico.....	97
Tabla 65. Evaluación Económica	98
Tabla 66. Sensibilidad Económica.....	98

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Sexo	37
Ilustración 2. Edad	38
Ilustración 3. Ingresos propios.....	39
Ilustración 4. Nivel de ingresos propio o del hogar	40
Ilustración 5. Actividad física que realizan	41
Ilustración 6. Frecuencia de realizar las actividades.....	42
Ilustración 7. Objetivos por las que hacen ejercicio	43
Ilustración 8. Frecuencia en la que hacen deporte	44
Ilustración 9. Objetivos por las que hacen deporte.....	45
Ilustración 10. Personas que asisten o no a un gimnasio	46
Ilustración 11. Tiempo que tiene asistiendo a un gimnasio	47
Ilustración 12. Gimnasio que asiste actualmente.....	48
Ilustración 13. Horario preferido para asistir al gimnasio	49
Ilustración 14. Tiempo disponible para entrenar	50
Ilustración 15. Quienes tienen o no experiencia en Power House.....	51
Ilustración 16. Nivel de satisfacción de Power House Gym	52
Ilustración 17. Aspectos importantes al elegir un gimnasio	53
Ilustración 18. Aspectos a mejorar en los gimnasios	54
Ilustración 19. Servicios de preferencias.....	55
Ilustración 20. Forma de adquirir los servicios	56
Ilustración 21. Opción de pago preferida	57
Ilustración 22. Disposición en pagar alguno de los paquetes.....	58
Ilustración 23. Macro localización del proyecto.....	70

Ilustración 24. Micro localización del proyecto	71
Ilustración 25. Proceso del servicio personalizado en Power House Gym	71
Ilustración 26. Distribución de las instalaciones del gimnasio planta baja	76
Ilustración 27. Distribución de las instalaciones del gimnasio planta alta	76
Ilustración 28. Oficinas de área operativa del servicio personalizado, planta alta.	77
Ilustración 29. Organigrama	78

RESUMEN

El presente trabajo de proyecto de inversión se basa en la ampliación del servicio que ofrece Power House Gym en la ciudad de Manta, con la implementación de profesionales en nutrición, valoración y potenciación física. Tiene como objetivo atraer nuevos usuarios y aumentar su nivel de satisfacción vinculadas al servicio personalizado y crear una fidelización, convertirse en el preferido de toda la ciudad y que, a su vez, pueda diversificar las fuentes de ingreso.

Aquella propuesta, genera un alto impacto positivo en la salud de los clientes, así mismo, influyen en un mejor rendimiento físico de los atletas. Este servicio se traduce como un factor destacable y diferenciador entre la competencia.

Para determinar si es aplicable o no, se desarrolla un estudio estratégico, de mercado, técnico – organizacional y financiero, para analizar si es posible realizar la inversión, si genera beneficios económicos, que tan rentable y sostenible logra ser a largo plazo.

Palabras claves: Gimnasio, Manta, inversión, personal profesional, servicio personalizado.

ABSTRACT

This investment project is based on expanding the service offered by Power House Gym in the city of Manta, with the implementation of professionals in nutrition, assessment, and physical enhancement. The goal is to attract new users and increase their satisfaction through personalized service, creating loyalty, becoming the preferred location throughout the city, and, in turn, diversifying its sources of income.

This proposal generates a significant positive impact on the health of customers and also contributes to improved physical performance for athletes. This service stands out as a significant and differentiating factor among the competition.

To determine its applicability, a strategic, market, technical-organizational, and financial study is conducted to analyze the feasibility of the investment, its economic benefits, and its long-term profitability and sustainability.

INTRODUCCIÓN

Power House Gym Manta tiene una trayectoria de diez años acompañando a las personas que quieren cambiar su vida. Empezando en un pequeño espacio que, con el tiempo, ha ido abriendo más sedes y probando cosas nuevas, unas han tenido éxito, otras no tanto, pero todas les ha enseñado algo. En la actualidad se encuentran establecidas dos sedes, una ubicada en la Flavio Reyes, la cual cuenta con dos entrenadores en horarios, matutinos y vespertinos, de igual forma acceso a clases grupales de bailo terapia, en los horarios establecidos, mientras que la segunda sede, en la Aurora, se suma el crossfit y aeróbicos, además de los entrenadores de planta. No hay un segmento de clientes, ingresan todo público: jóvenes, adultos, personas que entrenan por mantener su salud, por preparación de competencias e incluso otros por estética, y para todos se encuentra un espacio en Power House.

En Manta se ha llevado a cabo diversos eventos como el Aquaman 2025 de agua abiertas, IROMAN, Manta Maratón y demás, la Alcaldía de Manta (2025), da a conocer que el Parlamento Andino la ha reconocido como la Ciudad Americana del Deporte. Por ende, se visualiza como un destino deportivo que integra incluso a redes internacionales. Por su parte, se ha evidenciado que las actividades deportivas para sus ciudadanos se vuelven cada vez más del día a día, promueve el cuidado de la salud y la convivencia social.

Morales (2025), presenta resultados de una encuesta realizada en el país vecino, Colombia, donde indica que las personas cada vez más demandan profesionales que sean cualificados y posean certificados, requiriéndolos para tener un entrenamiento adecuado y acompañado, ya que necesitan dinamizar procesos para el acondicionamiento físico. Menciona también que existe un grupo de usuarios que han tenido malas experiencias con relación a un entrenador “personalizado” lo que ha provocado una negación frente a este tipo de propuestas.

Actualmente todos los gimnasios proporcionan entrenadores de planta, siendo una guía para los entrenamientos de sus clientes, suelen dar rutinas generales con objetivos finales, pero sin una previa evaluación y valoración, mientras que una de las realidades es que son pocos los establecimientos que cuentan con personal profesional certificado, lo que se diferencia altamente del servicio de un entrenador y nutricionista personalizado.

El objetivo de este proyecto de inversión se basa en la ampliación de servicios de manera personalizada, con la contratación de profesionales en nutrición, valoración corporal y potenciación física, como un factor diferenciador del gimnasio. Aumentar la satisfacción de cada usuario, atraer nuevos clientes que se fidelicen, y diversificar las fuentes de ingreso.

El gimnasio ya cuenta con dos oficinas en las que se pueden desarrollar los servicios, una que sea establecida como el área de nutrición donde se hacen las valoraciones corporales y se dan los planes de comidas, la segunda área se destina para las evaluaciones físicas y plan de entrenamientos.

Esta propuesta busca adecuar los hábitos de alimentación y de rutinas de entrenamientos a cada cuerpo y necesidad, manteniendo el objetivo del cliente, mejorar su rendimiento físico, sacando el mejor potencial de cada uno, ayudándolos en alcanzar sus metas, con seguimiento de profesionales en el área. Convirtiendo sus buenos resultados en una de las características de diferenciación del gimnasio entre la competencia.

Por esta razón es necesario realizar un estudio de viabilidad, en el que se incluye un estudio estratégico, de mercado, técnico y organizacional, para conocer la estructura de costos y gastos, así poder determinar de qué manera puede ser financiado el proyecto y tomar decisiones sobre su inversión, analizando su evaluación financiera.

CAPÍTULO 1. ESTUDIO ESTRATÉGICO

1.1. Análisis Estratégico

Espinoza (2006), explica que desarrollar un análisis estratégico es de suma importancia en los proyectos de inversión, ya que su proceso es estructurado, donde se reflexiona, analiza, selecciona y se evalúa para poder ejecutar la propuesta, por ende, dicho estudio permite obtener información necesaria para la toma de decisiones sobre el proyecto. El cual aborda aspectos del entorno externo, como son las tendencias, condiciones de mercado, la competencia y las normativas o regulaciones, así mismo con los recursos internos, que incluye las capacidades, tecnologías, estructura organizacional como parte de sus fortalezas y debilidades del proyecto.

El análisis estratégico permite identificar factores fundamentales e influyentes para el proyecto, en el macroentorno se usa el análisis PESTEL, para el de la industria se aplica el modelo de las 5 fuerzas de Porter, mientras que para el interno se puede desarrollar comparando ventajas y desventajas con VRIO, por último, el FODA es necesario para contrastar y evaluar el desempeño de la nueva implementación del servicio del Gimnasio Power House, estas matrices permiten construir las estrategias necesarias para aumentar las posibilidades de cumplir objetivos con éxito.

1.1.1. Análisis del Macroentorno

Para el análisis del macroentorno se aplica el análisis PESTEL, Betancourt (2019) indica que es una herramienta descriptiva del entorno de la empresa, es decir, cada uno de los factores externos que sean significativos en su organización. Este análisis abarca aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales del macroentorno, en donde muestra las oportunidades o amenazas que tiene el proyecto frente a las situaciones globales del país. Permite estar al tanto de requerimientos como pueden ser las normativas sanitarias o adaptarse a

las tecnológicas y a las demandas de los consumidores, esto ayuda a establecer estrategias para poder llevar a cabo dicho proyecto, de manera que disminuya los riesgos y aumente posibilidades de cumplir los objetivos.

Tabla 1. Análisis PESTEL

Factor	Variable	Oportunidad	Amenaza
P	Estabilidad Política.		X
E	Crecimiento Económico.	X	
	Poder Adquisitivo de la Población.		X
S	Demografía.	X	
	Hábitos Recreativos.	X	
	Hábitos Alimentarios.	X	
T	Infraestructura Tecnológica.		X
E	Sostenibilidad y Sustentabilidad.	X	
L	Regulación Sanitaria.	X	

Nota. Implementación de análisis PESTEL para estudiar el macroentorno. Elaboración propia.

Factor Político

Dressler y Wolff (2024), mencionan que en el 2023 Ecuador enfrentó una fuerte inestabilidad política precedida de diversos eventos. La muerte cruzada fue aplicada por Guillermo Lasso en su gobierno, para evitar la destitución y dio lugar a nuevas elecciones para el poder ejecutivo y legislativo, en las que quedó como presidente Daniel Noboa. En el año 2024, la violencia criminal ha ido en aumento y Ecuador se convirtió en uno de los países con más altos índices de violencia. El presidente aplicó el uso de las fuerzas armadas declarando “conflicto armado interno”. Sin embargo, los grupos criminales continúan desafiando al gobierno, con actores políticos en temas de corrupción y colusión, siendo esta una gran amenaza para las instituciones y el país en general. Por lo tanto, la seguridad y paz de los ecuatorianos se tornan riesgosas y esto puede disminuir la demanda del servicio de manera presencial en el gimnasio.

Factor Económico

Ecuador adoptó el dólar estadounidense en el año 2000 y sigue vigente hasta la actualidad, por un lado, limita a la flexibilidad cambiaria y desde una perspectiva positiva, lleva control a través de las políticas fiscales, que generan una estabilidad monetaria y permiten disminuir riesgos de inflación.

Datos Macro (2024), en su análisis refleja una mejora en el PIB de Ecuador, indicando que creció en el año 2023, un 2,4% frente al 2022. Posicionándose en el puesto 64 de 196 países, con 118.845 M\$, por lo tanto, el valor absoluto del crecimiento del PIB fue de 3.796 M\$. Obteniendo como PIB Per Cápita de 6.693 \$, mientras que para el 2022 fue de 6.479 \$, y si se compara su crecimiento con una década atrás, en el año 2013 era de 6.031 \$. Sin embargo, Ecuador está en el ranking 103, en función del PIB Per Cápita.

El país también se enfrenta a dificultades económicas. La concejalía de Manta (2024), indica que el nivel de pobreza en las zonas urbanas de Manabí es de 18,4%, sin embargo, en Manta se refleja un porcentaje levemente menor con un 17,1%. El cantón cuenta con un 5% de desempleo correspondiente a su población económicamente activa, existe la necesidad de generar emprendimientos y demás fuentes de empleo para lograr una mayor oportunidad en el ámbito laboral.

Según el INEC (2024), el ingreso familiar promedio del cantón Manta para enero del 2024 fue de 789,57 \$, considerando 4 miembros, en la que 1,6 reciben remuneración básica unificada. El poder adquisitivo de las personas puede influir en la manera de priorizar otro tipo de bienes y servicios considerables de primera necesidad, antes de consumir un servicio personalizado para mejorar la salud y rendimiento físico.

La Economía del Cantón Manta esta soportada por una Población Económicamente Activa de 106.688 personas. Esta población económica activa representa el 40,77% del Total de la Población del Cantón (261.713 personas), según datos proporcionados por el INEC. El 95,3% de la Población Económicamente Activa del Cantón Manta reporta algún tipo de vinculación laboral basado en la estructura de clasificación del empleo del INEC.

Factor Social

De acuerdo al INEC (2023), Manta es uno de los cantones más poblados de Manabí, se encuentra en el segundo lugar con 271.145 habitantes. Donde hasta el 2020 el 49,18% eran hombres y el 50,81% mujeres.

Manta es denominada como la Capital del Deporte, ya que constantemente realiza eventos deportivos a nivel local e internacional. Como los maratones de atletismo, ciclismo y natación, por esta razón, lleva algunos años siendo sede de la competencia llamada IRONMAN, donde participan sus propios ciudadanos, patriotas de diferentes regiones y también extranjeros, que, a su vez, promueve el turismo. Por otro lado, los centros de crossfit y gimnasios organizan competencias. El cantón cuenta también con el equipo de fútbol “Delfín”, adicional a esto, se practica otros deportes, como el básquet, tenis, pádel y vóley, en las que se desarrollan torneos durante todo el año. Según Molina y Morales (2023), 16.850 habitantes, quienes realizan ejercicio en la ciudad de Manta, según los datos que otorga el INEC.

En el ámbito de salud, en Ecuador en el año 2021 se registraron 11.952 muertes menos a las del periodo 2020. Con los datos proporcionados a los del Registro Civil y el Ministerio de Salud Pública, el INEC (2022), desarrolló un trabajo técnico respecto a las causas de fallecimiento. Obtuvo como resultado que el total de defunciones por casos confirmados por el COVID-19 fue de 20.874, mientras que 47.171 fueron muertes relacionadas a enfermedades no

transmisibles como las cardiovasculares, enfermedades crónicas, cáncer y diabetes. Por lo tanto, los hábitos alimentarios que posee la población no son completamente adecuados, siendo este un factor negativo, desde el punto de vista como costumbre, sin embargo, se convierte en una oportunidad para insertar el tema de la alimentación saludable, promoviendo y enseñando a mantener una alimentación de una mejor manera en la que priorice la salud y el bienestar.

Uno de los hábitos adquiridos por la sociedad después de la pandemia mundial por el COVID-19, fue realizar ejercicio para reforzar su sistema inmune, pero no tan solo esto, sino, que empezaron a hacerlo desde casa o recrearse al aire libre. Estas decisiones no han afectado actualmente a los gimnasios ya que siguen siendo atractivos ante los consumidores y mejor aun cuando se trata de servicios personalizados.

Factor Tecnológico

Según los datos y estadísticas que presenta Branch (2024), a inicios del año 2024 el 96% de la población de Ecuador mantenían cuentas de celulares activas, el 83,6% tenían acceso a internet, mientras que el 69,2% poseen usuarios de internet, es decir, 12.66 millones.

De acuerdo a las cifras, la mejora en la infraestructura tecnológica y comunicaciones, las personas pueden tener mayor facilidad de sustituir los servicios personalizados presenciales, a través de aplicaciones fitness y contenido de información sobre salud, entrenamientos y hábitos generales. Lo cual no garantiza alcanzar objetivos eficientes al 100%, a pesar de eso, las personas tienden a elegirlo como una opción por sus precios menores a los de un gimnasio como servicios personalizados, por lo tanto, puede afectar a la demanda.

El Comercio (2024), informa que el Ministerio de Energía comunicó la emergencia en el sector eléctrico. Debido a que existe una crisis energética y para cuidar los recursos, define las decisiones para mitigarla, con el acuerdo ministerial para solucionarlo, lo que implica a demás

empresas como Petroecuador, que se encarga de abastecer de combustibles y gas natural, para solventar la emergencia, entregará sus recursos a CELEC, la Corporación Eléctrica del

Ecuador. En otras instancias, han programado horarios de cortes de energía eléctrica en todo el país, para ahorrar energía y agua de las hidroeléctricas, hasta que se establezca la emergencia. Aquella situación puede generar dificultades para llevar a cabo el servicio en los horarios en donde no se disponga de energía eléctrica, por la iluminación, conexión de herramientas tecnológicas para realizar las respectivas valoraciones, por ende, será necesario implementar un generador de energía para cubrir las necesidades.

Factor Ecológico

Pachamama Fundación (2021), presenta la historia de la organización, asegurando que, en el año 2008, Ecuador fue el primer país en todo el mundo, que reconoció los derechos ambientales en la constitución, para garantizar respeto integral de la naturaleza y los ciclos vitales. Su visión se basa en encontrar soluciones que disminuyan los daños, desarrollando un modelo económico fundamentado en el respeto a la tierra y a sus habitantes.

Los factores ecológicos son de suma importancia para la sostenibilidad de la naturaleza, por ende, se recomienda ser eficientes en el uso de los recursos, evitar contaminación de residuos plásticos y los altos niveles de emisiones de CO₂ en una actividad productiva, la cual puede generar impuestos, sanciones o multas por las afectaciones en el medio ambiente, a menos que se lleve un debido control y mantenga licencias ambientales. El servicio que se ofrece en el gimnasio, genera impactos negativos ambientales a nivel medio, ya que, dentro de los servicios se hace uso de herramientas tecnológicas para analizar sus valoraciones, adicional a esto, el consumo de energía por el uso de luces y aire acondicionado, entre otros equipos como las laptops al momento de cargar su batería.

Factor Legal

La Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (2024), presenta el Art. 177 de la Ley Orgánica de Salud, en la que establece que “es responsabilidad de la autoridad sanitaria nacional, expedir normas y controlar las condiciones higiénicas sanitarias de establecimientos de servicios de atención al público y otros sujetos a control sanitario, para el otorgamiento o renovación del permiso de funcionamiento”. Es importante la desinfección de equipos de gimnasio, recursos para aseo, uso de gel antibacterial, así mismo, el permiso de funcionamiento y el control de registro sanitario de productos que ofrecen.

El GADMC-Manta (2023), requiere que todo establecimiento, como lo es el gimnasio, debe cumplir con la constitución legal de la empresa, ya sea con el Registro en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, como con la Obtención del Registro Único de Contribuyentes y la Licencia de Funcionamiento Municipal.

1.1.2. Análisis de la Industria

Para desarrollar el análisis de la Industria se aplica el estudio de las cinco fuerzas de Porter, según Hernández (2011), este es un modelo integral que, por medio del análisis de toda una industria en específico, logra explicar los factores externos de una empresa. Resalta que fue propuesto en 1979, por Michael Porter, principalmente para que las empresas determinen su posición en el mercado y tomar decisiones estratégicas que se enfocan en la competencia dentro de este. El modelo se estructura con las siguientes fuerzas; Amenaza de la entrada de nuevos competidores; Poder de negociación con los proveedores; Poder de negociación con los clientes; Amenaza de posibles productos sustitutos; Rivalidad entre competidores existentes.

Para este análisis, se ha clasificado en 3 niveles, bajo, medio y alto, cada uno corresponde a la situación que tiene dentro del entorno competitivo de la industria.

Tabla 2. Las cinco fuerzas de Porter

Fuerzas de Porter	BAJO	MEDIO	ALTO
Amenaza de la entrada de nuevos competidores		x	
Poder de Negociación Con los Proveedores	x		
Poder de Negociación Con los Clientes		x	
Amenaza de posibles sustitutos	x		
Rivalidad Entre Competidores		x	

Nota. Análisis del microentorno con las cinco fuerzas de Porter. Elaboración propia.

Amenaza de la entrada de nuevos competidores

La amenaza de la entrada de los nuevos competidores se encuentra en un nivel medio, debido a que las barreras de entrada y salida se basan en los costos de la inversión y estos no son tan altos. Sin embargo, el mayor peso recae en el salario a los profesionales, por consiguiente, realizar la importación de las herramientas tecnológicas, mientras que los gastos en infraestructura para los demás puede resultar elevado, para el gimnasio Power House, son menores, que ya se encuentra funcionando en un galpón de alquiler, que cuenta con oficinas adecuadas para llevar a cabo los servicios.

Poder de Negociación Con los Proveedores

El poder de negociación con los proveedores es bajo, ya que en Ecuador no existe alguna industria que produzca los equipos necesarios para el servicio. Aquellos recursos tecnológicos que deben ser importados, lo cual afecta en la garantía y reparación, por este motivo, se busca y elige las mejores marcas para intentar alargar su vida útil.

Poder de Negociación Con los Clientes

El poder de negociación con los clientes es alto, porque el servicio se ofrece de manera personalizada, en la cual genera que el cliente se sienta único, los profesionales les otorgan la ayuda y guía según sus necesidades. A pesar de que existan competidores similares, aquellos no

cuentan con los servicios completos que este proyecto brinda, por lo tanto, es alta la posibilidad de que el cliente prefiera la calidad de Power House Manta, por ser diferenciado.

Amenazas de Posibles Sustitutos

En los bienes o servicios sustitutos se consideran a los nutricionistas, quienes designan plan de alimentación de acuerdo a los alimentos sugeridos, según el estado del paciente. Por otro lado, se encuentran las aplicaciones virtuales, que cuentan con varias opciones como guía de alimentación, rutinas de ejercicios, seguimiento de actividad física durante el día, latidos del corazón, entre otras, están diseñadas para brindar asistencia en lo que más se acerque a las necesidades de las personas agrupados por características, por ende, el cliente no es totalmente evaluado ya que sus funciones suelen ser más generales. Existe diversa información publicada en el internet y así mismo en las redes sociales, en donde no siempre poseen argumentos verídicos, ni comprobados científicamente, se puede correr riesgo o simplemente no sea eficiente en las personas que acudan a estos recursos. La amenaza de bienes sustitutos es baja, ya que ninguno de estos llega a igualar el servicio de Power House Manta.

Rivalidad Entre Competidores Existentes

La rivalidad de los competidores es media, existen entrenadores personalizados, quienes se encargan de planificar dieta y rutinas de ejercicios para los clientes, sin embargo, la mayoría de ellos, no cuentan con títulos profesionales ni con los equipos para realizar la valoración corporal y progreso físico. En la ciudad de Manta se encuentran disponibles 33 gimnasios, 9 centros de Crossfit, alrededor de 16 Centros de aeróbicos y funcionales, 10 complejos deportivos y 2 centros de pilates, entre estos establecimientos suelen realizar planes de alimentación, ya sea déficit calórico o hipercalórica, sin embargo, lo implementan en los clientes de forma general y así mismo, desarrollan rutinas de ejercicios grupales. Competencias similares en Manta:

Centro Fitness: La Tribu

Ubicación:

Edificio La Casa del Ruliman, Av. 114, Manta.

Valor:

1 mes \$25,00

Servicios:

- Clase de prueba gratis
- 3 días de quemador de grasa
- Evaluación corporal
- Plan de comidas

Gimnasio: Super Sayagym

Ubicación:

Vía circunvalación entre la 2da entrada de la universidad.

Valor:

1 mes \$35,00

6 meses \$180,00

1 año \$300,00

Servicios:

- Asesoría de entrenamiento
- Asesoría nutricional
- Sauna
- Spa
- Cardio

- Bailoterapia / Aeróbicos
- Vestidores / duchas

CrossFit: Power Jump

Ubicación:

C. J-3 912, Manta / Av. 4 de noviembre 130201.

Valor:

Paquete de \$30,00

Servicios:

- Asesoría de alimentación
- Coach personalizado
- 1 diagnóstico corporal

Valor:

Paquete de \$40,00

Servicios:

- Asesoría de alimentación
- Coach personalizado
- 2 diagnósticos corporales.
- Información de bienestar

Valor:

Paquete de \$50,00

Servicios:

- Asesoría de alimentación
- Coach personalizado

- 3 diagnósticos corporales
- Batido nutricional de proteína

Valor:

Paquete de \$70,00

Servicios:

- Plan de alimentación
- Coach personalizado
- 3 diagnósticos corporales
- Asesoría
- Té quemador de grasa y batido nutricional de proteína

Entrenador Personalizado

Valor:

Paquete entre \$50,00 a \$100,00.

Servicios:

- Plan de alimentación
- Coach personalizado

1.1.3. Análisis Interno

En el análisis interno se toma en cuenta a los factores que influyen dentro de la industria, de acuerdo a Guerras, Navas, y Rimbau (2002), se hace investigaciones sobre las características de los medios, recursos, capacidades y habilidades que posee la empresa frente a su entorno, donde se deduce si cuenta con aspectos fuertes y débiles, es decir, que pueda tener fallos o áreas en las que se deben replantear con estrategias y mejorar. Para esto se pueden aplicar metodologías como el análisis VRIO y FODA.

Análisis VRIO

Barney (1991), publicó un artículo en el que propuso el análisis VRIO como la relación entre los recursos que tiene una empresa y su ventaja competitiva sostenida al enfrentarse con otras. Este modelo ayuda a identificar si los servicios que ofrece el proyecto son valiosos, que a las personas le genere un alto valor en cuanto a satisfacción y querer consumirlo, raros, es decir que, hay pocos en el mercado, imperfectamente imitable, si es difícil de replicar, el último punto es la organización, si hacen un adecuado aprovechamiento de los recursos y sus capacidades. Se lo evalúa con un “sí” o un “no” para determinar qué tipo de ventaja competitiva es, esta puede ser absoluta, igualitaria, sostenible o incluso estar en desventaja, ya que se compara con la competencia que exista en su entorno.

Tabla 3. Evaluación de los recursos con el modelo VRIO

Recursos	V	R	I	O	Ventajas Competitivas
	Valioso	Raro	Imitable	Organización	
Valoración corporal	Si	Si	Si	Si	Sostenible
Evaluación física	Si	Si	No	Si	Temporal
Plan nutricional	Si	No	Si	Si	Igualdad
Entrenamientos personalizados	Si	No	Si	Si	Igualdad
Seguimiento físico	Si	Si	No	Si	Temporal
Sistema de registro	Si	Si	No	Si	Temporal

Nota. Modelo VRIO para el estudio del microentorno con el análisis de sus recursos internos. Elaboración propia.

Como resultado se obtuvo dos recursos con igualdad competitiva, dos ventajas competitivas temporales y una con ventaja sostenible, estas variables se definen más por ser o no ser raro e imitable, ya que actualmente existen pequeñas competencias y servicios sustitutos, sin embargo, no todos ejecutan la idea de la misma manera, especialmente en la evaluación física, guía de entrenamiento personalizado y el respectivo seguimiento del progreso físico del cliente.

Después de desarrollar la evaluación de las ventajas competitivas de acuerdo a los recursos de implementación para el proyecto, se los puede clasificar como fortalezas o debilidades.

Tabla 4. Análisis de fortalezas y debilidades los recursos con el modelo VRIO

Recursos	Ventajas competitivas	Fortaleza	Debilidad
Valoración corporal	Sostenible		X
Evaluación física	Temporal	X	
Plan nutricional	Igualdad		X
Entrenamientos personalizados	Igualdad		X
Seguimiento del progreso físico	Temporal	X	
Sistema de registro de resultados	Temporal	X	

Nota. Modelo VRIO reconociendo sus fortalezas y debilidades. Elaboración propia.

Existen tres debilidades y tres fortalezas con las que puede destacar el proyecto de los sustitutos, de la competencia actual o futura en el mercado. Permite analizar y reforzar con estrategias que impulsen la diferenciación entre los gimnasios y que los clientes lo prefieran.

1.1.4. Análisis FODA

Riquelme (2016), plantea que la matriz FODA es una herramienta que ayuda a planificar estrategias, ya que se hace un análisis interno de las Fortalezas y Debilidades que tiene la empresa, así mismo el externo con las Oportunidades y Amenazas. Donde las Fortalezas se consideran a las destrezas que tiene una empresa para poder cumplir con su objetivo, las Debilidades se identifican por ser aspectos perjudiciales que tiene para lograr el objetivo, las Oportunidades se dan a notar externamente como las situaciones favorables en las que una empresa las puede aprovechar para alcanzar su objetivo y por último, las Amenazas son los factores externos que ponen en riesgo a la industria o empresa, sin embargo estas pueden convertirse en oportunidades y alcanzar su objetivo.

Tabla 5. Análisis FODA

Análisis FODA	
Fortalezas	Oportunidad
Profesionalismo. Personalización. Relación cercana con el cliente. Mide el progreso, los resultados. Adaptación de los servicios en las diferentes necesidades individuales. La tecnología influye positivamente en el proceso de la valoración corporal y física al llevar un seguimiento.	Tendencia actual de estilos de vida saludable. Manta es reconocida como la ciudad del Deporte. Identificación del segmento del mercado, como deportistas o personas con condiciones médicas. Pocos establecimientos con los servicios completos; valoración corporal; evaluación física; plan nutricional; entrenamiento personalizado.
Debilidades	Amenazas
Los costos del sueldo fijo de personal profesional son significativos. El precio del servicio adicional del gimnasio puede ser elevado por la personalización. A corto plazo se puede atender a una capacidad limitada de clientes.	Poder adquisitivo medio para acceder el servicio. Medios sustitutos sobre contenido de información en redes sociales, páginas web, blogs, libros y nutricionistas. Competencia mayor en establecimientos fitness. Posibilidad de nueva competencia con precios bajos de las cadenas de gimnasios en el país.

Nota. Análisis FODA para el estudio del microentorno. Elaboración propia.

Cabe mencionar que las fortalezas y oportunidades, logran superar a las debilidades y amenazas que pueden emerger en la sociedad, tomando en cuenta la realidad del cantón. A pesar de que resulta ser favorable, es importante desarrollar estrategias para mitigar ciertas dificultades respecto a la implementación del proyecto.

1.2.Planteamiento Estratégico

1.2.1. *Visión y Misión*

Misión

Transformar vidas a través de planes de nutrición, entrenamientos personalizados y evaluaciones físicas para proporcionar el seguimiento y la motivación constante a nuestros socios, ofreciendo servicios exclusivos y de calidad para lograr resultados eficientes.

Visión

Ser el gimnasio favorito de la población de Manta y en 1 año implementar el servicio en la segunda sucursal de Power House Gym, ser el centro de bienestar más cercano y accesible para la comunidad, continuar ofreciendo planes de entrenamiento y nutrición adaptados a la necesidad de cada persona y así mejorar su estilo de vida.

1.2.2. *Objetivos Estratégicos*

- Brindar un servicio excepcional con profesionales capacitados de la salud y fitness.
- Ofrecer los servicios personalizados adecuados a las necesidades, objetivos y condiciones de cada cliente.
- Usar la tecnología óptima para la valoración corporal y física.
- Implementar un proceso de gestión eficiente para ejecutar de manera efectiva las valoraciones y planes personalizados.
- Posicionar a Power House como el mejor gimnasio de Manta y el primer centro de la ciudad especializado en los servicios personalizados.
- Medir el nivel de satisfacción y los resultados que obtienen los clientes posteriormente a recibir los servicios, por medio de encuestas para conocer si se necesitan ajustes en la organización y gestión laboral de los servicios.

1.2.3. Estrategias

Tabla 6. Estrategias de aporte por ejecutar en el proyecto

Estrategia	Aporte
Investigación y Planificación	Permite analizar el mercado, determina la propuesta de valor única y establece proyecciones financieras.
Personal Calificado	Contratar profesionales de la salud, capacitados específicamente en el contexto del servicio.
Infraestructura y equipamiento	Diseñar un espacio físico que sea cómodo y funcional para los clientes. Es fundamental contar con equipos para realizar la valoración corporal.
Marketing y Comunicación	Uso de redes sociales para difundir publicidad al público objetivo.
Experiencia del Cliente	Trato respetuoso con el cliente. Mantener buena comunicación y reconocer sus logros durante el progreso.
Sistema y Proceso	Implementar un sistema de gestión de la información de clientes, llevar un registro y control del progreso de cada cliente.
Sostenibilidad y Crecimiento	Con la innovación el servicio puede mejorar. Después del crecimiento se puede considerar expandir el servicio con horas adicionales o en la segunda sucursal del gimnasio.

Nota. Implementación de estrategias para el proyecto. Elaboración propia.

1.2.4. Sistema de Valores

Profesionalismo. – Brindar un servicio de alta calidad, basado en estudios científicos y apoyado por los profesionales contratados.

Compromiso. – No perder el enfoque del objetivo del servicio con relación al cliente, para que se sienta acompañado durante el proceso.

Responsabilidad. – Se debe cumplir con los objetivos y las normas del servicio, del establecimiento en ámbitos legales.

Respeto. – Mantener de manera confidencial la información y datos de los clientes, además de fortalecer una sana convivencia.

Innovación. – Buscar nuevas ideas de manera continua, para mejorar el servicio y ser más competitivos.

Pasión. – Transmitir la pasión que tienen los profesionales por la salud y el bienestar, para crear un ambiente positivo y motivar a los clientes en lograr sus objetivos.

CAPÍTULO 2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Análisis del mercado de referencia

La ampliación del servicio de Power House Gym en la ciudad de Manta, Provincia de Manabí, permite convertirse en un atractivo diferenciador ya que existe gran cantidad de establecimientos de gimnasios, sin embargo, son pocos quienes ofrecen servicios personalizados, profesionales y de calidad, no obstante, es importante conocer las necesidades, preferencias e incluso sugerencias de una parte de la población.

Parámetros de la muestra poblacional

Para identificar el tamaño de la muestra que debe ser aplicada en la encuesta, se toma en cuenta la población de Manta que realiza actividad física, de acuerdo a Molina y Morales (2023), la cifra es alrededor de 16.850 habitantes, quienes realizan ejercicio, según los datos contribuidos por el INEC. Se aplica un muestreo probabilístico al ser una cantidad aproximada.

La muestra es una porción de la población que representan sus características y se calcula de la siguiente manera:

Fórmula

$$n = \frac{N * z^2 * p * q}{(N - 1) * e^2 + z^2 p * q} \quad (1)$$

N = 16.850 población

Z = 1.65 nivel de confianza

e = 0.05 error estándar

p = 0.5 población de éxito

q = 0.5 población de fracaso

Cálculo

$$n = \frac{16850 * 1.65^2 * 0.5 * 0.5}{(16.850 - 1) * 0.05^2 + 1.65^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 268$$

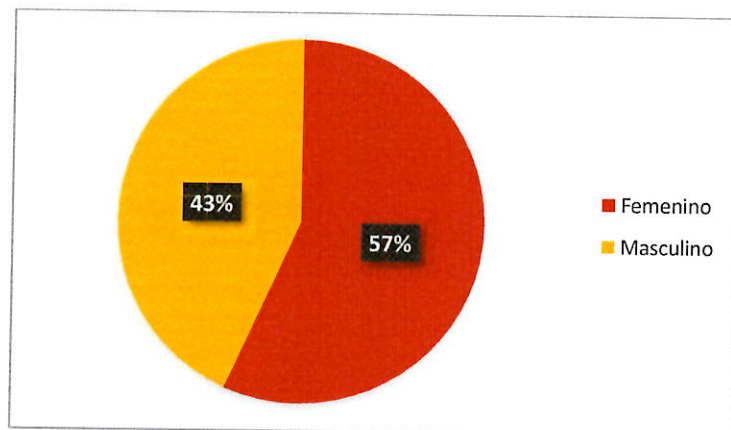
El tamaño de la muestra es de 268 personas, con un nivel de confianza de 65% y margen de error de 5%.

2.1.1. Resultados y análisis de la encuesta

Información de la demografía

Sexo

Ilustración 1. Sexo



Nota. Sexo de los encuestados. Elaboración propia.

Tabla 7. Sexo

Sexo	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	152	57%
Masculino	116	43%
Total	268	100%

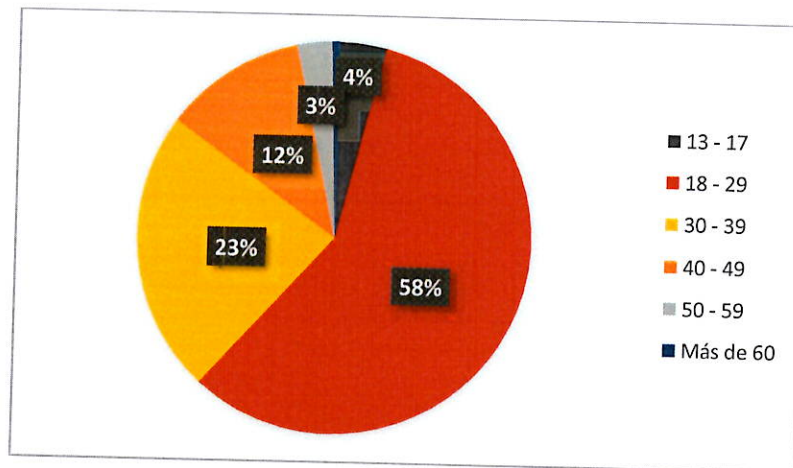
Nota. Porcentaje de sexo de los encuestados. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados de la encuesta, la mayoría de las personas encuestadas son del sexo femenino con un 57%, es decir 152 mujeres, mientras que 43% representa el sexo masculino.

Edad

Ilustración 2. Edad



Nota. Edad de los encuestados. Elaboración propia.

Tabla 8. Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje
13 - 17	10	4%
18 - 29	155	58%
30 - 39	62	23%
40 - 49	31	12%
50 - 59	8	2,8%
Más de 60	2	0,6%
Total	268	100%

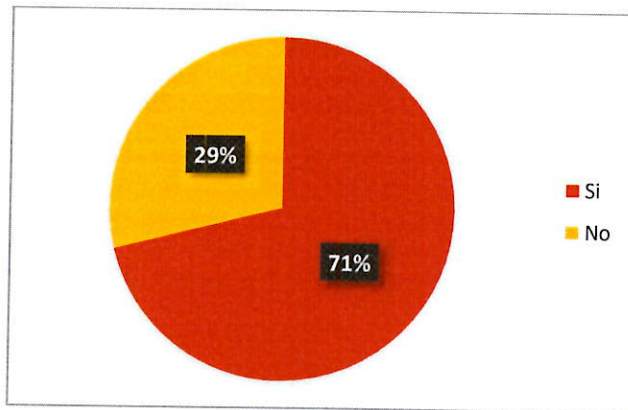
Nota. Edad de los encuestados. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

El grupo de edad mayor encuestado es de jóvenes entre 18 a 29 años, seguido de los adultos de 30 a 39 años, el 12% pertenecen al rango de 40 a 49 años, para la edad de 13 a 17 y 50 a 59 años, llegan alrededor de 3% cada uno, por último, se obtuvo poca respuesta para la edad mayor a 60 años, apenas con un 0,6%.

¿Cuenta con ingresos propios?

Ilustración 3. Ingresos propios



Nota. Encuestados que tienen o no ingresos propios. Elaboración propia.

Tabla 9. Ingresos propios

Ingresos Propios	Frecuencia	Porcentaje
Si	191	71%
No	77	29%
Total	268	100%

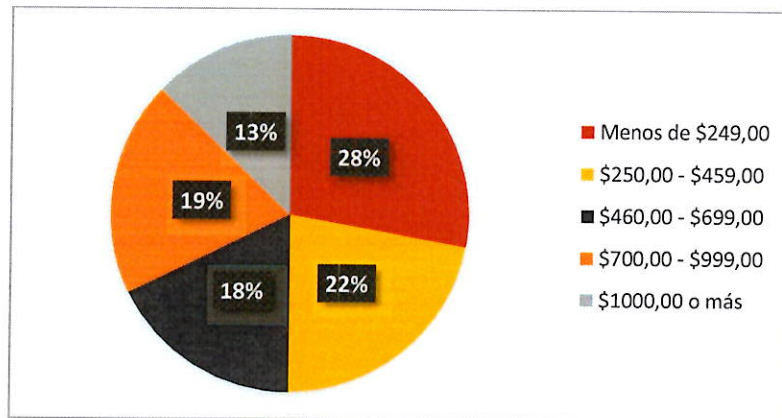
Nota. Encuestados que tienen o no ingresos propios. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

Con base en la encuesta aplicada, el 71% si cuenta con ingresos propios, lo cual es una buena señal, ya que pueden ser posibles clientes para los nuevos servicios, a diferencia del 29% quienes podrían estar representado a los adolescentes o jóvenes que actualmente pertenezcan a la población de estudiantes.

Nivel de ingreso mensual propio o del hogar.

Ilustración 4. Nivel de ingresos propio o del hogar



Nota. Nivel de ingresos propios o del hogar. Elaboración propia.

Tabla 10. Nivel de ingresos propios o del hogar

Nivel de Ingreso	Frecuencia	Porcentaje
Menos de \$249,00	75	28%
\$250,00 - \$459,00	59	22%
\$460,00 - \$699,00	48	18%
\$700,00 - \$999,00	52	19%
\$1000,00 o más	34	13%
Total	268	100%

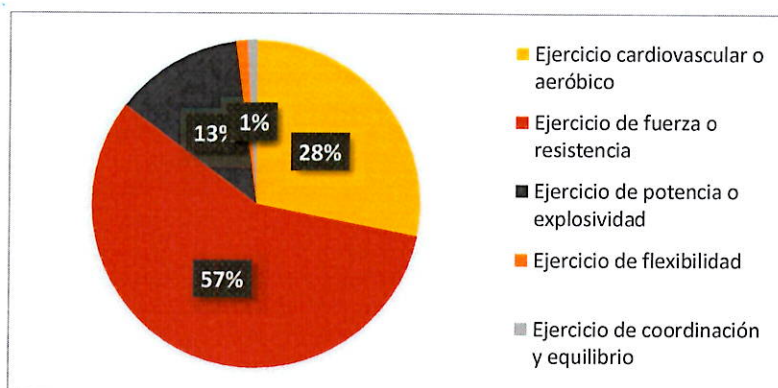
Nota. Nivel de ingresos propios o del hogar. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

Debido a que parte el 29% de la muestra no cuenta con ingresos propios, se preguntó por el nivel de ingreso, ya sea propio o del hogar. El 28% representa a los ingresos menores de \$249,00 al mes, el segundo rango es de \$250,00 a \$459,00 con un 22%, seguido del 19% a los ingresos entre \$700,00 a \$999,00. El alto nivel de ingresos mensuales de \$1000,00 o más, solo alcanzan el 13%. Por lo tanto, se asume que la mitad de la muestra presenta niveles de ingresos medios – bajos en cuanto al poder adquisitivo.

Tipo de actividad física que realice mayormente.

Ilustración 5. Actividad física que realizan



Nota. Tipo de actividad física que realizan mayormente. Elaboración propia

Tabla 11. Actividad física que realizan

Actividad Física	Frecuencia	Porcentaje
Ejercicio cardiovascular o aeróbico	100	28%
Ejercicio de fuerza o resistencia	203	57%
Ejercicio de potencia o explosividad	45	13%
Ejercicio de flexibilidad	4	1%
Ejercicio de coordinación y equilibrio	3	1%
Opciones escogidas	355	100%

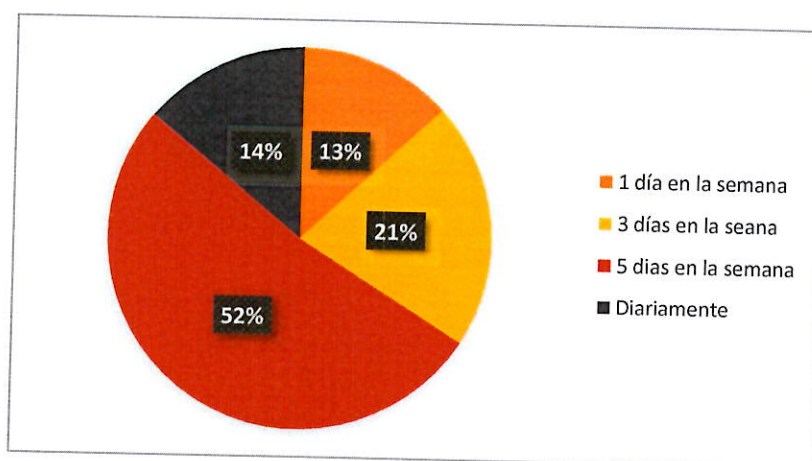
Nota. Tipo de actividad física que realizan mayormente. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

La actividad física que más realizan, se basa en ejercicios de fuerza y resistencia con un 57%, la otra mitad, se clasifica entre los ejercicios cardiovascular y aeróbico con el 28% y el 13% para los ejercicios de potencia y explosividad. Hay poca participación en los ejercicios de flexibilidad, coordinación y equilibrio, alcanzando apenas el 1% cada uno.

¿Con qué frecuencia realiza dicha actividad?

Ilustración 6. Frecuencia de realizar las actividades



Nota. Frecuencia con la que realizan dicha actividad. Elaboración propia.

Tabla 12. Porcentaje de la frecuencia con la que realiza dicha actividad

Frecuencia de hacer ejercicio	Frecuencia	Porcentaje
1 día en la semana	35	13%
3 días en la semana	56	21%
5 días en la semana	139	52%
Diariamente	38	14%
Total	268	100%

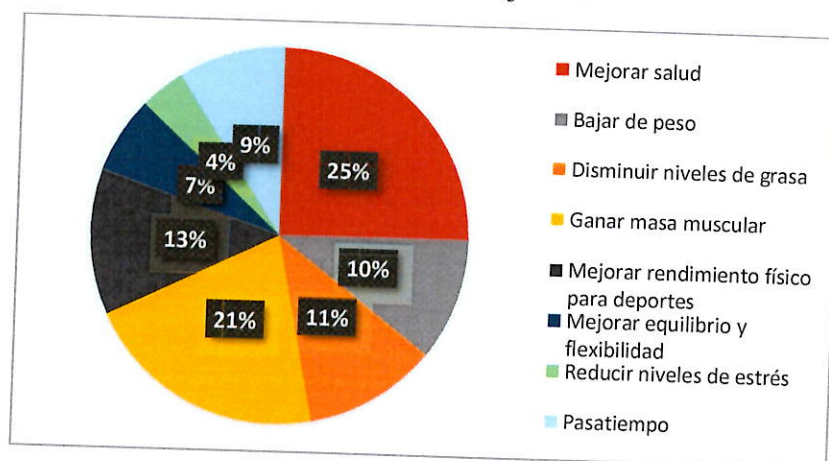
Nota. Frecuencia con la que realizan dicha actividad. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

Los datos presentan que la mitad de los encuestados hacen ejercicio 5 días a la semana, siendo el 52%, mientras que el 21% se ejercitan 3 días y existe un 14% entrena diariamente, por lo contrario, el 13% corresponden a quienes solo hacen ejercicio 1 vez a la semana. Esto indica que alrededor del 87% se mantienen activos constantemente.

¿Cuáles son los objetivos por los cuales hace ejercicio?

Ilustración 7. Objetivos por las que hacen ejercicio



Nota. Objetivos por los que hacen ejercicio. Elaboración propia.

Tabla 13. Objetivos por las que hacen ejercicio

Objetivo de hacer ejercicio	Frecuencia	Porcentaje
Mejorar salud	180	25%
Bajar de peso	75	10%
Disminuir niveles de grasa	82	11%
Ganar masa muscular	151	21%
Mejorar rendimiento físico para deportes	90	13%
Mejorar equilibrio y flexibilidad	48	7%
Reducir niveles de estrés	28	4%
Pasatiempo	66	9%
Total	720	100%

Nota. Objetivos por los que hacen ejercicio. Elaboración propia.

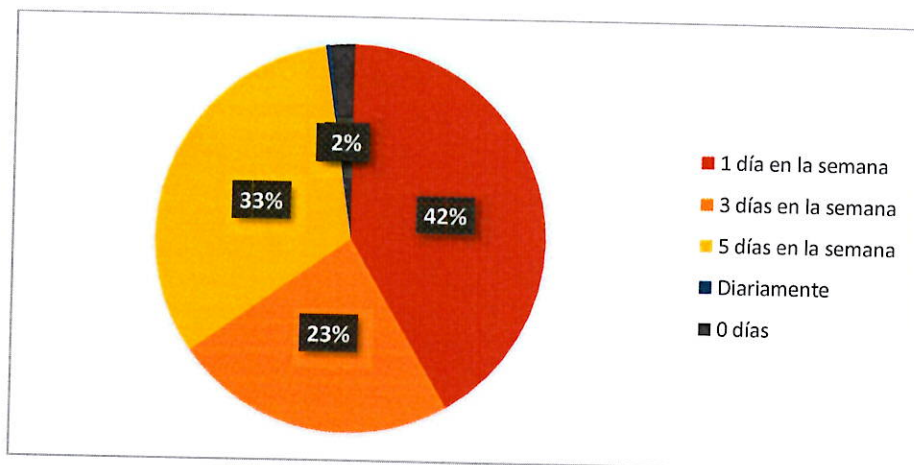
Análisis e interpretación

En base a las respuestas de las opciones más escogidas, se encuentra el 25% indica que el principal objetivo por la que realizan ejercicio es para mejorar la salud, también destaca el 21% para ganar masa muscular, mientras que el 13% se enfocan en mejorar el rendimiento físico para

la práctica de deportes, en cambio, las perspectivas de bajar de peso y disminuir niveles de grasa, van de 10% a 11% y, por último, el 9% lo hace por pasatiempo.

Si realiza algún deporte ¿Con qué frecuencia lo hace?

Ilustración 8. Frecuencia en la que hacen deporte



Nota. Frecuencia en que hacen deportes. Elaboración propia.

Tabla 14. Frecuencia en la que hacen deporte

Frecuencia de hacer deporte	Frecuencia	Porcentaje
1 día en la semana	91	36%
3 días en la semana	51	20%
5 días en la semana	71	28%
Diariamente	1	14%
0 días	5	2%
Total	254	100%

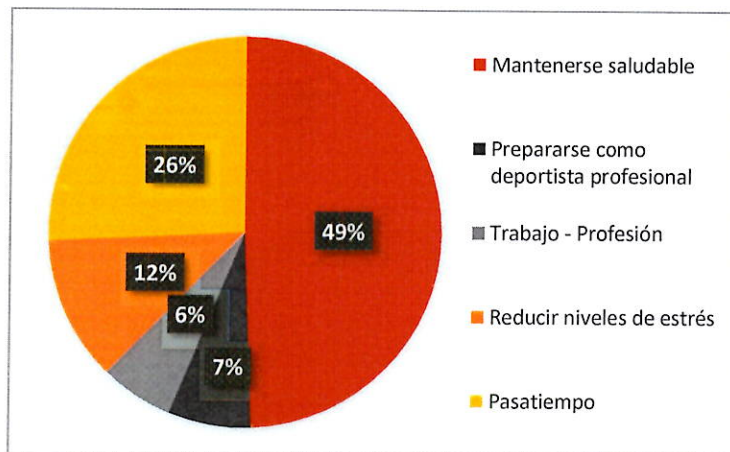
Nota. Frecuencia con la que hacen deportes. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

Tal como muestran los datos, el 14% hacen deporte a diario, el 28% lo practica 5 días en la semana, seguido del 20% quienes se mantienen con 3 días, mientras que el porcentaje mayor es de 36%, con una vez a la semana y el 2% no practica ningún deporte en lo absoluto.

¿Cuáles son sus objetivos por los cuales hace deporte?

Ilustración 9. Objetivos por las que hacen deporte



Nota. Objetivos por las que hacen deporte. Elaboración propia.

Tabla 15. Objetivos por las que hacen deporte

Objetivo de hacer deporte	Frecuencia	Porcentaje
Mantenerse saludable	195	49%
Prepararse como deportista profesional	27	7%
Trabajo - Profesión	24	6%
Reducir niveles de estrés	47	12%
Pasatiempo	102	26%
Total	395	100%

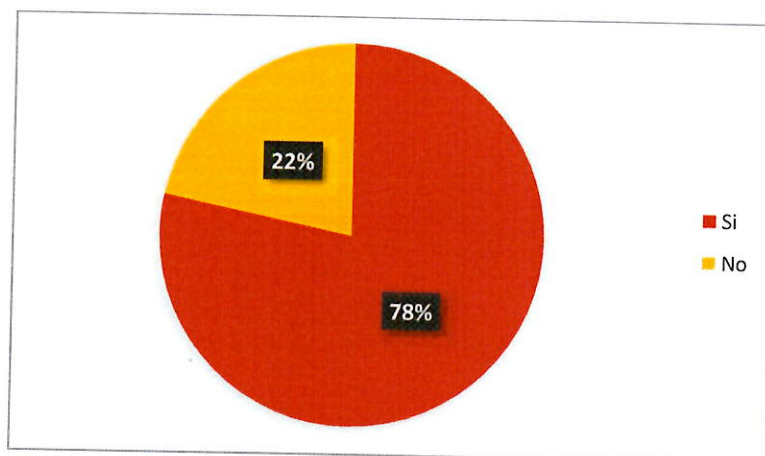
Nota. Objetivos por las que hacen deporte. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

Los resultados presentan que la mayoría hace deporte por salud representado por el 49%, el 26% lo hace como pasa tiempo, mientras que el 12% practican deporte para reducir el estrés y entre los porcentajes más bajos están quienes se dedican a aquello por trabajo o para convertirse en un deportista profesional.

¿Asiste a un gimnasio?

Ilustración 10. Personas que asisten o no a un gimnasio



Nota. Personas que asisten y no asisten a un gimnasio. Elaboración propia.

Tabla 16. Personas que asisten o no a un gimnasio

Asiste a un gimnasio	Frecuencia	Porcentaje
Si	227	85%
No	41	15%
Total	268	100%

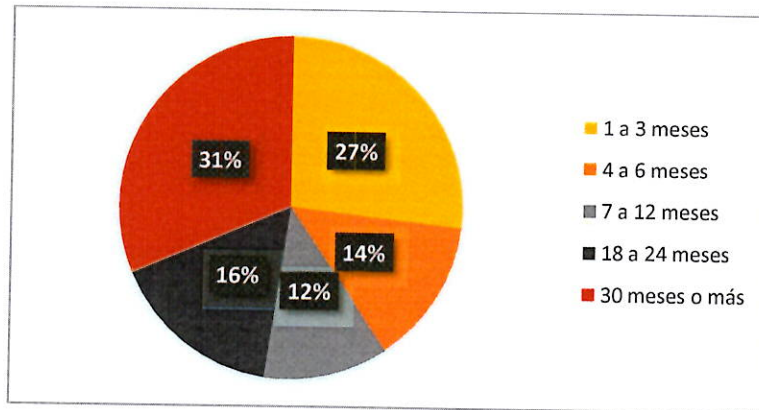
Nota. Personas que asisten y no asisten a un gimnasio. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

Tal como se muestra en la tabla, el 85% si asiste en un gimnasio, se asume que los demás entrenan desde sus casas, clubes o lugares públicos, como parques, playas.

¿Cuánto tiempo tiene asistiendo a un gimnasio?

Ilustración 11. Tiempo que tiene asistiendo a un gimnasio



Nota. Tiempo que tienen asistiendo a un gimnasio. Elaboración propia.

Tabla 17. Tiempo que lleva asistiendo a un gimnasio

Tiempo de permanencia en un gimnasio	Frecuencia	Porcentaje
1 a 3 meses	61	27%
4 a 6 meses	31	14%
7 a 12 meses	27	12%
18 a 24 meses	37	16%
30 meses o más	71	31%
Total	227	100%

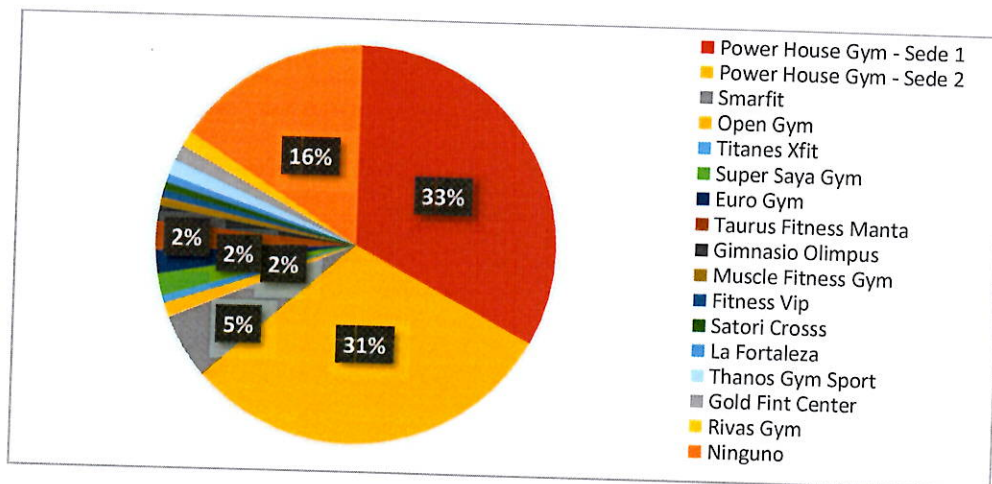
Nota. Tiempo que tienen asistiendo a un gimnasio. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

De las personas que asisten a un gimnasio, el 31% ya tiene una trayectoria mayor a 2 años, quienes llevan menos de este tiempo representan el 16%, mientras que el 27% son principiantes de 1 a 3 meses, el 14% llevan hasta 6 meses, seguido del 12% quienes se han mantenido alrededor de 1 año.

¿A cuál gimnasio asiste actualmente?

Ilustración 12. Gimnasio que asiste actualmente



Nota. Gimnasio que asiste actualmente. Elaboración propia.

Tabla 18. Gimnasio que asiste actualmente

Gimnasio	Frecuencia	Porcentaje
Power House Gym - Sede 1	70	31%
Power House Gym - Sede 2	66	29%
Smarfit	11	5%
Open Gym	2	1,1%
Titanes Xfit	1	0,6%
Super Saya Gym	4	1,7%
Euro Gym	15	6,7%
Taurus Fitness Manta	5	2,2%
Gimnasio Olimpus	3	1,2%
Muscle Fitness Gym	1	0,6%
Fitness Vip	1	0,6%
Satori Crosss	1	0,6%
La Fortaleza	1	0,6%
Thanos Gym Sport	3	1,2%
Gold Fint Center	3	1,2%
Rivas Gym	3	1,2%
Total	227	85%

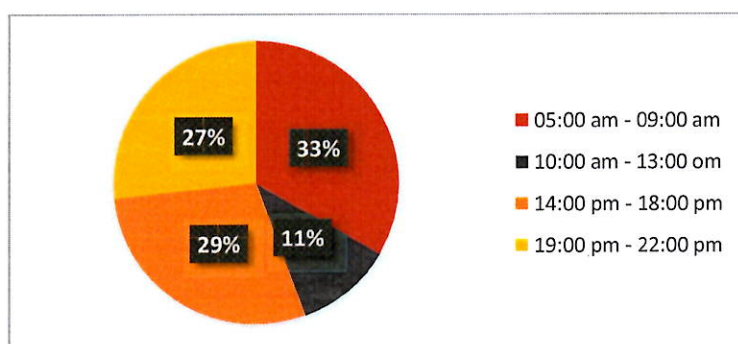
Nota. Gimnasio que asiste actualmente. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

La encuesta se aplicó principalmente a los clientes de Power House Gym, por esta razón del 60% una mitad asiste a la primera sede ubicada en la Flavio Reyes y la otra mitad en la segunda, en el sector de la Aurora, el segundo gimnasio al que asisten es en el Euro Gym con el 6,7%, seguido del 5% que asisten al Smarfit, el 2,2% representan clientes del Taurus, mientras que el 7,6% se divide entre 6 gimnasios y el 2,4% entre otros 4.

¿Cuál es su horario preferido para asistir a un gimnasio?

Ilustración 13. Horario preferido para asistir al gimnasio



Nota. Horario preferido para asistir al gimnasio. Elaboración propia.

Tabla 19. Horario preferido para asistir al gimnasio

Horario preferido para asistir al gimnasio	Frecuencia	Porcentaje
05:00 am - 09:00 am	89	33%
10:00 am - 13:00 pm	30	11%
14:00 pm - 18:00 pm	77	29%
19:00 pm - 22:00 pm	72	27%
Total	268	100%

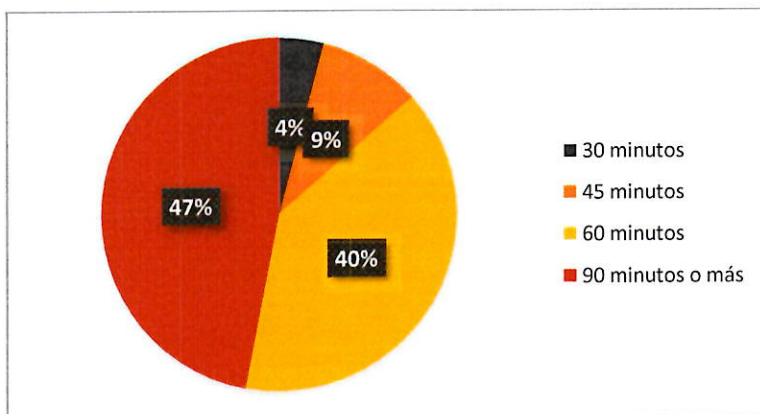
Nota. Horario preferido para asistir al gimnasio. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

Una tercera parte de la encuesta prefiere el horario de 5:00 am – 09:00 am, el segundo horario más escogido es de 14:00 pm – 18:00 pm con el 29%, seguido del 27% con el horario de 19:00 pm – 22:00 pm, por último, el 11% representa el horario de 10:00 am – 13:00 pm.

¿Cuánto tiempo tendría disponible para entrenar en un gimnasio?

Ilustración 14. Tiempo disponible para entrenar



Nota. Tiempo disponible para entrenar en un gimnasio. Elaboración propia.

Tabla 20. Tiempo disponible para entrenar

Tiempo disponible para entrenar en un gimnasio	Frecuencia	Porcentaje
30 minutos	11	4%
45 minutos	25	9%
60 minutos	106	39%
90 minutos o más	125	47%
Total	268	100%

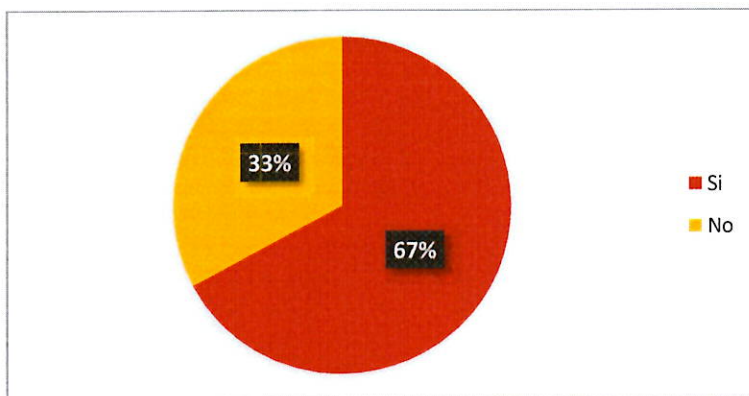
Nota. Tiempo disponible para entrenar en un gimnasio. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

Los resultados muestran que casi la mitad de los encuestados disponen más de 90 minutos para entrenar en un gimnasio, el 39% una hora, mientras que las opciones de 45 y 30 minutos representan porcentajes inferiores al 10% cada uno.

¿Tiene experiencia en Power House Gym Manta?

Ilustración 15. Quienes tienen o no experiencia en Power House



Nota. El gráfico presenta si tienen experiencia o no en Power House.

Tabla 21. Quienes tienen o no experiencia en Power House

Tiene experiencia en Power House Gym	Frecuencia	Porcentaje
Si	180	67%
No	88	33%
Total	268	100%

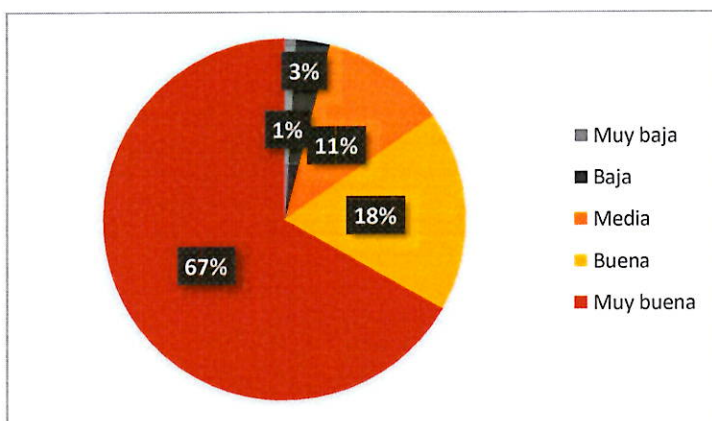
Nota. La tabla presenta si tienen experiencia o no en Power House.

Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados, el 67% de los encuestados si han tenido experiencia en Power House Gym.

Nivel de satisfacción de experiencia en Power House Gym Manta

Ilustración 16. Nivel de satisfacción de Power House Gym



Nota. Nivel de satisfacción de Power House Gym Manta.

Tabla 22. Nivel de satisfacción de Power House Gym Manta

Satisfacción	Frecuencia	Porcentaje
Muy baja	2	1%
Baja	5	3%
Media	20	11%
Buena	32	18%
Muy buena	121	67%
Total	180	100%

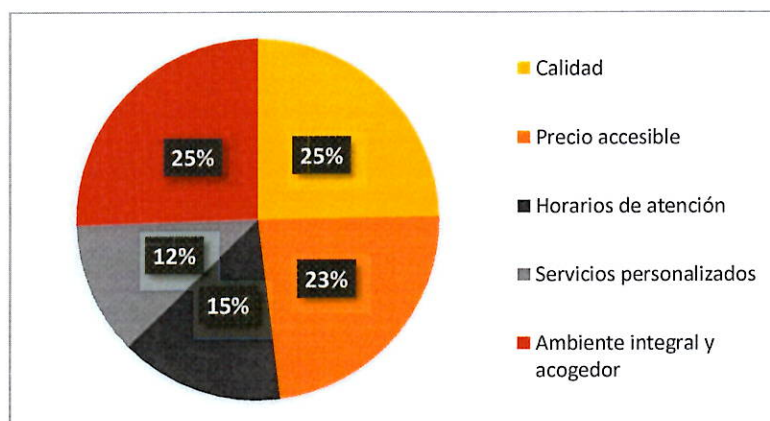
Nota. Nivel de satisfacción de Power House Gym Manta.

Análisis e interpretación

Según las respuestas de las 180 personas que si tienen experiencia en Power House Gym, el 67% indica la más alta calificación, el 18% lo califica como buena y media el 11%, los porcentajes menores representarían al nivel de satisfacción baja y muy baja. Obtenido una calificación promedio de 4.47/5.

¿Qué aspectos considera importante al elegir un gimnasio?

Ilustración 17. Aspectos importantes al elegir un gimnasio



Nota. Aspectos importantes por las que eligen un gimnasio. Elaboración propia.

Tabla 23. Aspectos importantes al elegir un gimnasio

Aspectos importantes de un gimnasio	Frecuencia	Porcentaje
Calidad	125	25%
Precio accesible	118	23%
Horarios de atención	74	15%
Servicios personalizados	60	12%
Ambiente integral y acogedor	129	25%
Total de respuestas	506	100%

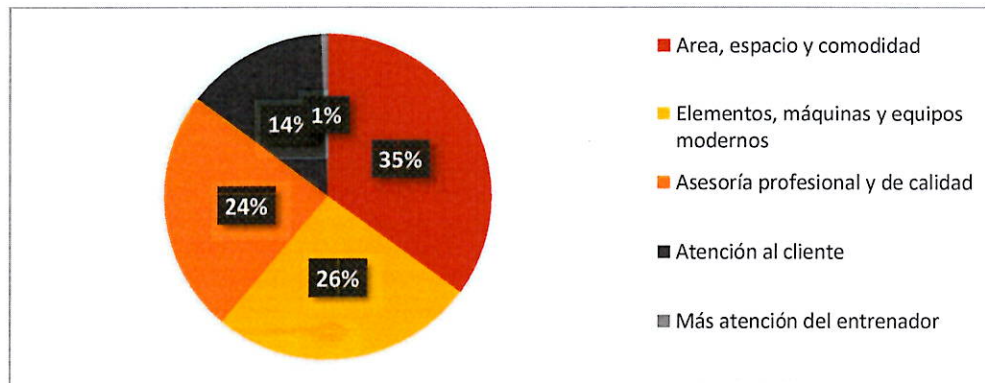
Nota. Aspectos importantes por las que eligen un gimnasio. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

Los resultados muestran que las personas priorizan la calidad del gimnasio y su ambiente integral, cada uno con el 25%, seguido de estos, el precio accesible lo consideran importante a un 23%, los horarios influyen en 15% y los servicios personalizados en 12%.

¿Qué aspectos le gustaría que mejoren en los gimnasios en los que has asistido?

Ilustración 18. Aspectos a mejorar en los gimnasios



Nota. Aspectos que les gustaría que mejoren en los gimnasios. Elaboración propia.

Tabla 24. Aspectos a mejorar en los gimnasios

Aspectos a mejorar en un gimnasio	Frecuencia	Porcentaje
Área, espacio y comodidad	97	35%
Elementos, máquinas y equipos modernos	73	26%
Asesoría profesional y de calidad	67	24%
Atención al cliente	39	14%
Más atención del entrenador	2	1%
Total de respuestas	278	100%

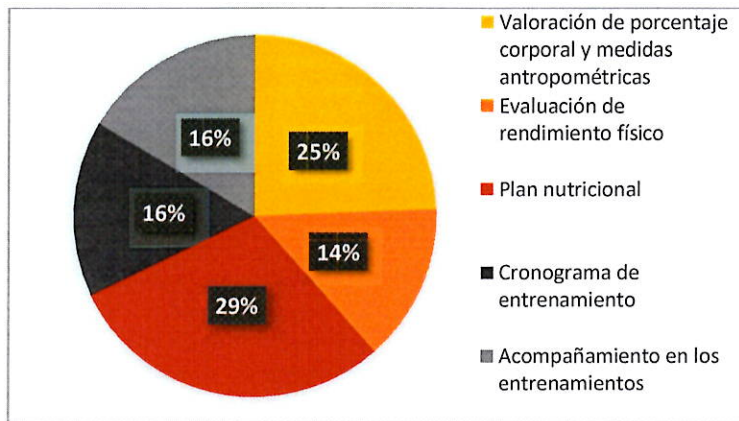
Nota. Aspectos que les gustaría que mejoren en los gimnasios. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

Las respuestas presentan una mayor concentración en mejorar el área, espacio y comodidad de los gimnasios a los que han asistido, con el 35%, así mismo, el 26% se basa en que cuenten con elementos y equipos modernos, seguido de la asesoría profesional y de calidad con un 24%, sin embargo, existieron 2 respuestas que sugieren una mayor atención por parte del entrenador, lo cual sumaría a la opción anterior, por último, el 14% indica que mejor la atención al cliente, es decir, desde recepción.

¿Qué tipo de servicio le gustaría recibir en un gimnasio?

Ilustración 19. Servicios de preferencias



Nota. Servicios que les gustar adquirir en un gimnasio. Elaboración propia.

Tabla 25. Servicios de preferencias

Servicios de preferencia	Frecuencia	Porcentaje
Valoración de porcentaje corporal y medidas antropométricas	94	24%
Evaluación de rendimiento físico	54	14%
Plan nutricional	113	29%
Cronograma de entrenamiento	61	16%
Acompañamiento en los entrenamientos	63	16%
Total de respuestas	385	100%

Nota. Servicios que les gustar adquirir en un gimnasio. Elaboración propia.

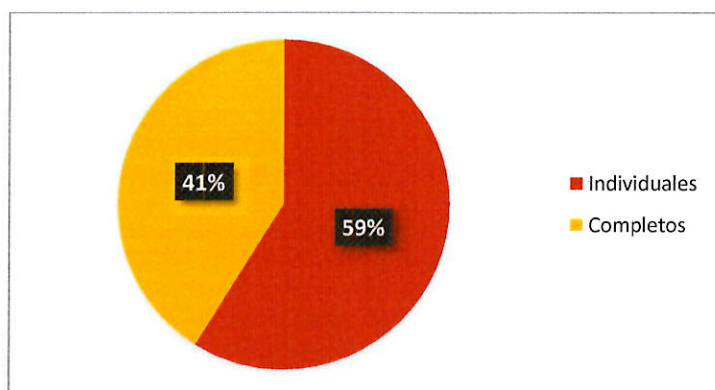
Análisis e interpretación

De acuerdo a los resultados sobre el servicio que les gustaría recibir a los encuestados, el mayor porcentaje es de 29% el cual recae en el plan nutricional, luego el 24% prefiere adquirir la valoración corporal y medidas antropométricas, mientras para los servicios de recibir un cronograma personalizado y acompañamiento en los entrenamientos obtienen el 16% cada una, la evaluación de rendimiento físico queda como el último servicio con un 14%. Esto se relaciona

con los objetivos por las cuales hacen ejercicio, ya que el menor porcentaje correspondía a mejorar rendimiento físico para deportes.

¿De qué manera le gustaría adquirir aquellos servicios personalizados?

Ilustración 20. Forma de adquirir los servicios



Nota. Forma en la que prefieren adquirir los servicios. Elaboración propia.

Tabla 26. Forma de adquirir los servicios

Forma de adquirir los servicios	Frecuencia	Porcentaje
Individuales	158	59%
Completos	110	41%
Total	268	100%

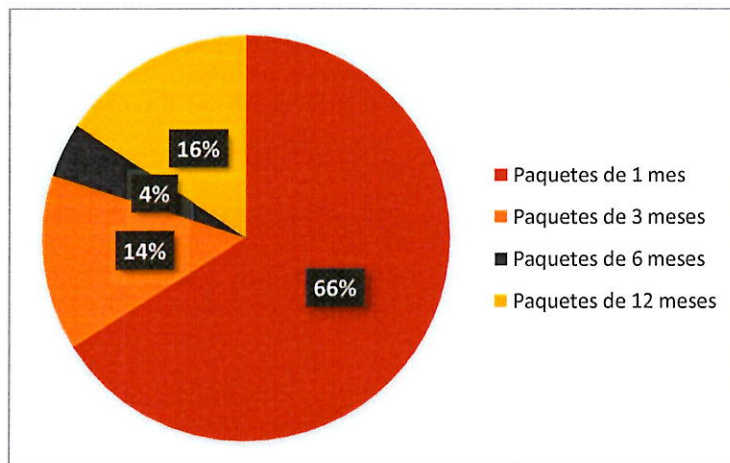
Nota. Forma en la que prefieren adquirir los servicios. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

Los resultados presentan que el 59% de las personas prefieren adquirir los servicios de manera individual, se asume que, le interesan algunos de ellos más que otros. Sin embargo, es considerable la cifra que prefieren los servicios completos.

¿Cuál opción de pago prefiere?

Ilustración 21. Opción de pago preferida



Nota. Opción de pago que prefieren. Elaboración propia.

Tabla 27. Opción de pago preferida

Paquete de servicios dispuesto a pagar	Frecuencia	Porcentaje
Paquetes de 1 mes	177	66%
Paquetes de 3 meses	37	14%
Paquetes de 6 meses	12	4%
Paquetes de 12 meses	42	16%
Total	268	100%

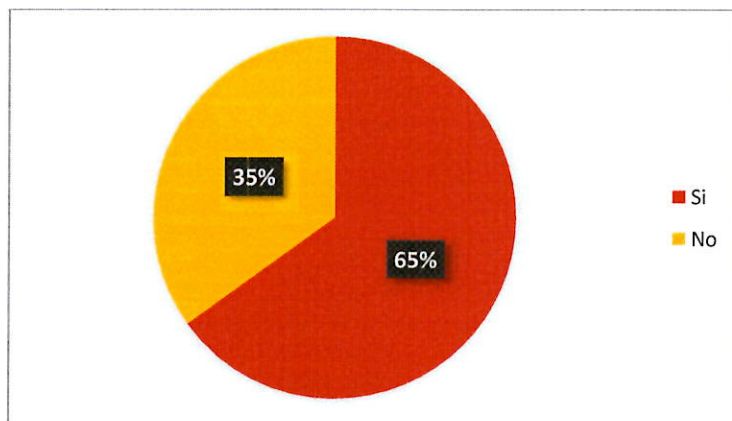
Nota. Opción de pago que prefieren. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

Según los datos, la opción más escogida, es adquirir los paquetes de 1 mes, la cual abarca el 66%, en segundo lugar, se encuentran los paquetes por 12 meses, con una aceptación del 16%, seguido del 14% por 3 meses, a diferencia de los paquetes por 6 meses, apenas el 4%.

Si Power House implementa aquellos servicios personalizados con profesionales en dichas áreas ¿Estaría dispuesto en pagar alguno de los paquetes para adquirirlos?

Ilustración 22. Disposición en pagar alguno de los paquetes



Nota. La disposición que tienen para pagar un tipo de paquete. Elaboración propia.

Tabla 28. Disposición en pagar alguno de los paquetes

Posibilidad y disposición en adquirir alguno de los paquetes	Frecuencia	Porcentaje
Si	174	65%
No	94	35%
Total	268	100%

Nota. La disposición que tienen para pagar un tipo de paquete. Elaboración propia.

Análisis e interpretación

Las respuestas presentan una aceptación del 65%, siendo una buena señal, ya que es el porcentaje mayor, por lo contrario, se asume que el 35% aún no ve necesario dichos servicios.

2.1.2. Análisis y cuantificación de la demanda actual y futura

Para calcular la demanda actual y futura de los servicios personalizados del gimnasio, se toma la población de 16.850 habitantes de Manta que hacen actividad física. Además de los resultados de la encuesta se obtiene el 65% que corresponde a las personas que estaría dispuestas en pagar alguno de los paquetes.

Tabla 1. Demanda actual de los servicios personalizados

Población que hace actividad física en Manta	Porcentaje de aceptación de los servicios	Demanda Actual
16850	65%	10953

Nota. Cálculo de la demanda actual de servicios. Elaboración propia.

De las 16.850 personas que hacen actividad física en la ciudad de Manta, 10.953 personas se determinan como la demanda actual de los servicios personalizados que plantea el proyecto, ya que representan el 65%, es decir, quienes estarían dispuestas en pagar para adquirir alguno de los paquetes.

Aquel resultado es un componente fundamental para poder analizar el comportamiento de la demanda futura, la cual se compone con la tasa de crecimiento poblacional del cantón. El Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial (2024), indica que en el periodo de 2002 – 2010, el crecimiento de la población de Manta fue de 3.773 promedio cada año, esta cifra disminuye a 3.765 en el periodo de 2011 – 2022. Así mismo, desarrolla un crecimiento poblacional proyectado, en la cual su tasa de crecimiento entre el año 2022 a 2023 es de 1,4%, el siguiente año de 1,34%. Por lo tanto, se usa esta última tasa, para calcular la demanda futura.

Tabla 30. Población proyectada de Manta 2025 – 2030

Número de Años	Años	Demanda Futura	Porcentaje de Proyección
0	2025	10953	1,34%
1	2026	11100	1,34%
2	2027	11249	1,34%
3	2028	11399	1,34%
4	2029	11552	1,34%
5	2030	11707	1,34%

Nota. Cálculo de la demanda proyectada. Elaboración propia.

Los cálculos presentan una proyección durante 5 años de la población que hace actividad física en Manta que estaría dispuesta a pagar para adquirir alguno de los paquetes de servicios personalizados del gimnasio. Resultando para el primero año una cantidad de 11.100 personas y llegaría a 11.707 para el 2030.

2.1.3. Análisis y cuantificación de la oferta actual y futura

Tabla 31. Oferta actual de los servicios personalizados

Cantidad de gimnasios que ofrecen servicios similares	Clientes	Oferta Actual
15	300	4500

Nota. Cálculo de la oferta actual de los servicios. Elaboración propia.

La oferta actual que mantiene la competencia similar al proyecto es de 4500, sin embargo, esta cifra representa a los clientes generales y no toma en cuenta exactamente el total de quienes acuden a sus servicios categorizados como “personalizados”.

Tabla 32. Población proyectada de Manta 2025 – 2030

Número de Años	Años	Oferta Futura	Porcentaje de Proyección
0	2025	4500	1,34%
1	2026	4560	1,34%
2	2027	4621	1,34%
3	2028	4683	1,34%
4	2029	4746	1,34%
5	2030	4810	1,34%

Nota. Cálculo de la oferta proyectada. Elaboración propia.

El cálculo de la oferta futura para 5 años, se realizó con la tasa de crecimiento de la ciudad de Manta, correspondiendo a 1,34%, como un mismo porcentaje anual para una proyección neutra.

2.1.4. Cuantificación de la demanda insatisfecha actual y futura

Tabla 33. Demanda insatisfecha actual y futura

Número de Años	Años	Demanda	Oferta	Demanda Insatisfecha
0	2025	10953	4500	6453
1	2026	11100	4560	6539
2	2027	11249	4621	6627
3	2028	11399	4683	6716
4	2029	11552	4746	6806
5	2030	11707	4810	6897

Nota. Cálculo de la demanda insatisfecha actual y futura. Elaboración propia.

La demanda para el primer año es de 11.100 personas, mientras que la demanda insatisfecha corresponde a 6.453. Así mismo se aplicó la tasa de crecimiento de 1,34% para proyectar la demanda futura.

2.1.5. Determinación de la demanda que atenderá el proyecto

Tabla 34. Demanda que atenderá el proyecto

Paquetes de servicios	Demanda (Membresías 2026)
Paquetes de 1 mes	60
Paquetes de 3 meses	4
Paquetes de 6 meses	1
Paquetes de 12 meses	1
Total	66

Nota. Cálculo de la demanda que atenderá el proyecto. Elaboración propia.

De la demanda insatisfecha, el proyecto atenderá 66 clientes en un año, de acuerdo a la capacidad máxima de atender a 8 personas al día, las cuales se encuentran divididas entre los diferentes paquetes. Para el siguiente año se pretende aumentar el horario de atención de tal manera cubrir una mayor demanda si esta crece.

2.2. Plan Comercial

El plan comercial tiene la finalidad de fijar en el gimnasio, los servicios personalizados de nutrición, valoración, acondicionamiento y potenciación física, de tal manera que aumenta la captación de clientes y crear una fidelización, ya que sería un establecimiento deportivo diferenciado en el sector, incluso de Manta.

2.2.1. Objetivos del plan comercial

- Mantener una atención mínima de 8 clientes al día durante el primer año.
- Implementar una campaña de marketing que destaque el enfoque de los beneficios de los servicios personalizados para atraer más inscripciones.
- Incentivar la compra de los servicios de plan nutricional y valoración corporal tanto a clientes internos del gimnasio, como a quienes entrenan en otros establecimientos para generar de 20 a 25% de los ingresos.

- Incrementar la base de clientes a 10% para el próximo año, a través de estrategias de promociones con respecto a los nuevos servicios.

2.2.2. Segmentos de Mercado

Tabla 35. Segmento del mercado

Segmentación	Características
Geográfica	- Prioridad estratégica: Parroquia Manta.
Demográfica	- Hombres y mujeres menores a 60 años. - Nivel socioeconómico: Alto y Medio.
Psicográfica	- Estilo de vida: Activo - Hacen actividad física o necesitan introducirse en este ámbito. - Consideran importante la inversión en la salud física y mental. - Buscan mejorar su estado físico e imagen corporal.
Componentes y preferencias	- Prefieren rutinas adaptadas a sus objetivos personales. - Dispuestos a cumplir un plan nutricional personalizados. - Valoran el trato personalizado y profesionales de los servicios. - Buscan motivación y disciplina diaria para progresar y obtener resultados.

Nota. Segmentación del mercado de los nuevos servicios del gimnasio. Elaboración propia.

2.2.3. Producto

El servicio ofrece valoración corporal, evaluaciones físicas, plan nutricional, guías de entrenamientos personalizados, planificados y dirigidos por profesionales en el área, para cada uno de los clientes.

Valoración Corporal:

- Evaluación antropométrica de; talla, peso; IMC, porcentaje de grasa.
- Análisis de condición física por periodo.
- Análisis de postura y movilidad funcional.

- Identificación de objetivos; ganancia muscular; pérdida de peso; tonificación; rendimiento deportivo; recuperación de lesiones; corrección de posturas.

Asesoría Nutricional

- Diagnóstico nutricional.
- Creación del plan de alimentación adaptadas a los objetivos del cliente, su metabolismo y estilo de vida.
- Seguimiento y control cada dos semanas.

Evaluación de rendimiento físico

- Pruebas de rendimiento físico con tecnologías; sensores; aplicación de medición.
- Análisis de; resistencia; velocidad; agilidad; potencia; fuerza; recuperación.
- Registros de resultados y evolución con gráficos comparativos.
- Retroalimentación en base al progreso y objetivo.

Plan de entrenamiento

- Rutina de entrenamiento personalizada en base al objetivo del cliente.
- Creación de los planes progresivos dependiendo el paquete; mensual; trimestral; semestral; anual.
- Acompañamiento y supervisión constante en los ejercicios.
- Registro de los resultados.

Acompañamiento integral

- Registro digital del historial físico y nutricional de cada cliente.
- Revaloración periódica de los informes de los resultados, condiciones y progreso del cliente.

2.2.4. Precio

Tabla 36. Precio de los servicios

Paquetes	Membresía del gimnasio	Valoración corporal semanal	Evaluación física semanal	Plan nutricional semanal	Entrenamiento acompañado diario	Paquete completo con descuento
1 mes	\$ 35,00	\$ 15,00	\$ 75,00	\$ 60,00	\$ 90,00	\$ 150,00
3 meses	\$ 85,00	\$ 35,00	\$ 175,00	\$ 145,00	\$ 225,00	\$ 400,00
6 meses	\$ 135,00	\$ 60,00	\$ 280,00	\$ 235,00	\$ 350,00	\$ 750,00
12 meses	\$ 220,00	\$ 100,00	\$ 500,00	\$ 400,00	\$ 600,00	\$ 1.400,00

Nota. Precio de paquetes de los servicios. Elaboración propia.

2.2.5. Plaza

Los servicios personalizados se ofrecen únicamente dentro del gimnasio Power House en la ciudad de Manta, establecido en la zona de la Flavio Reyes, calle 20 y Av. 22. Su ubicación se caracteriza por:

- Ubicación accesible y céntrica.
- Infraestructura con áreas equipadas y especializadas para desarrollar los entrenamientos, evaluaciones físicas, corporales y la asesoría nutricional.
- Ambiente seguro y profesional que permite sentir al cliente cómodo mientras recibe los servicios.

2.2.6. Promoción

Promoción de lanzamiento

- Plan todo en uno - 20% de descuento: Aplica el 20% de descuento en el primer mes de apertura del servicio, a las personas que adquieran del paquete completo de 1 mes (nutrición + valoración + evaluación + entrenamiento).

- Paquete Bienestar: Por la inscripción de una pareja o dos amigos, cada uno recibe una consulta nutricional adicional gratis (transferible).

Promoción de fidelización

- Descuentos de 10% a partir de la segunda membresía semestral o anual.

Promociones Estacionales

- Descuentos de 2x1 en el paquete de 1 mes, en fechas especiales y claves; inicio de año, carnaval; regreso a clases; navidad.

Promoción Familiar

- Descuentos para grupos de 3 o más personas que adquieran juntos los paquetes de servicios completos.

Código amigo

- 10% de descuento solo para clientes nuevos referidos por otros clientes que tengan pagado servicio personalizado y aquel acumula puntos para una sesión gratis de valoración corporal y asesoría nutricional (transferible).

Promociones especiales de evaluación

- Día Check Up: Un día en el mes con evaluaciones físicas y corporales gratis, solo para clientes nuevos para que conozcan de aquello.

Transformación Power

- Se premia con 1 mes gratis al cliente que haya obtenido un mayor progreso en un tiempo límite de 3 meses.

2.2.7. Presupuesto de Marketing

El presupuesto de Marketing está planificado para llevarlo a cabo durante 1 año, en el que se destina \$35,00 para máximo dos Flyers mensuales y en el mes de apertura se basarán en la invitación para la inauguración, más una producción audiovisual para promocionar el servicio personalizado con un valor de \$75,00 el cual se le pagará publicidad en la red social Instagram, tendrá visibilidad de 3 días durante una semana y otros 3 días antes de la apertura por un total de \$22,43. Para los siguientes meses, se mantendrá con nuevos diseños de flyers digitales con publicidad pagada, se harán dos sesiones más de producción digital con enfoque en el progreso y resultados de los clientes, una a mitad del año y otra al final. Por otro lado, se realizarán canjes de membresías del gimnasio a influencers locales, a cambio de videos en sus historias o post en redes, en las que se muestren recibiendo sesiones del servicio personalizado e invitando a su audiencia y seguidores al gimnasio Power House.

Tabla 37. Presupuesto de Marketing

Concepto	Descripción	Costo estimado	Frecuencia	Total anual
Diseño gráfico y branding	Flyers digitales.	\$ 35,00	Mensual	\$ 420,00
Publicidad en redes sociales	Campañas pagadas en Instagram, segmentada en la ciudad de Manta	\$ 22,43	Mensual	\$ 269,10
Influencers locales	Canje con membresía del gimnasio a influencers para la publicidad en redes sociales	\$ -	Mensual	\$ -
Fotografía y video profesional	Producción de contenido audiovisual para redes y publicidad	\$ 75,00	3 sesiones anuales	\$ 225,00
Total				\$ 914,10

Nota. Presupuesto anual para el marketing. Elaboración propia.

Estudio 3. Técnico-Organizacional

3.1. Estudio Técnico

Según como presenta Santos (2008), el estudio técnico tiene como objetivo analizar las opciones que tiene el proyecto para poder ejecutar el servicio, el cual debe tener factibilidad técnica y en este se hace referencia al tamaño del proyecto y a la localización. Por ende, esta fase consiste en determinar la estructura del proceso de producción, de acuerdo a Fernández (2010), se establece la capacidad de producción o en este caso de atención máxima de servicio, por otra parte, la ingeniería de proyecto hace énfasis la tecnología que se va a implementar, los equipos, si requiere de obra civil, adquisición de insumos y la mano de obra, de tal manera, que se deducen los costos operacionales y el monto de inversión.

3.1.1. Capacidad del servicio

El servicio personalizado de Power House Gym, se determina en un tiempo adecuado para brindar calidad, por lo tanto, se establece que los profesionales pueden atender de manera eficiente, una capacidad máxima de 2 personas en 1 hora, considerando el uso de los equipos y herramientas tecnológicas, evaluación corporal y física, asignación de plan nutricional y acompañamiento en los entrenamientos.

El gimnasio mantiene un horario disponible desde la 05h00 a 22h00, dando la posibilidad de atender a los clientes dentro de las 17 horas, sin embargo, el servicio personalizado a corto plazo tiene una jornada laboral de 4 horas. En tal caso de que exista evidencia de incremento de la demanda, se puede extender el horario laboral y aumentar los sueldos y salarios, mientras que otra opción es contratar a más profesionales, como puede ser un entrenador para duplicar la capacidad de atención.

Tabla 38. Capacidad del servicio

Capacidad diaria proyectada (servicio personalizado)	Capacidad mensual proyectada (servicio personalizado)	Capacidad de asistencia anual proyectada (servicio personalizado)	Eficiencia
8	160	1.800	100%

Nota. Capacidad del servicio con 4 horas diarias laborales. Elaboración propia.

3.1.2. Plan de Producción

La capacidad anual es de 66 inscripciones, divididas entre los diferentes paquetes de membresías, generando un total de 1800 asistencias para el servicio personalizados al año. Si tomamos el horario general del gimnasio, se cubre apenas el 25% de la capacidad que podría atender, sin embargo, para el año de apertura se mantiene enfocado en 4 horas diarias en donde se logra ofrecer de manera eficiente el servicio personalizado a 8 personas por día.

Tabla 39. Capacidad de inscripciones del servicio

Paquetes de servicios	Demanda (Membresías Año 1)	Capacidad mensual de personas	Capacidad de asistencia anual de personas	Porcentaje
Paquetes de 1 mes	60	5	1200	67%
Paquetes de 3 meses	4	1	240	13%
Paquetes de 6 meses	1	1	120	7%
Paquetes de 12 meses	1	1	240	13%
Total	66	8	1800	100%

Nota. Capacidad de inscripciones anuales según los resultados de la encuesta. Elaboración propia.

Se pretende atender a dos clientes por una hora. El primer día se realiza la valoración corporal y desarrolla plan nutricional, la cual toma 30 minutos con la atención del nutricionista, mientras un cliente pasa por esa fase, el segundo cliente cumple el proceso de la evaluación física con un pequeño entrenamiento para conocer los objetivos y condiciones. En las siguientes visitas, los clientes solo deben acudir con el entrenador para la respectiva rutina personalizada, lo

cual puede ejecutarse entre 40 a 60 minutos. Al pasar dos semanas se hacen nuevamente las evaluaciones corporales, al final se socializa desarrollando un análisis de los resultados, como es del progreso del cliente, en un tiempo alrededor de 20 minutos por cada área, este proceso se repite al cumplir el mes, donde los resultados y cambios se puede empezar a notar en una mejor cantidad.

3.1.3. Localización

La macro localización del proyecto es la Parroquia Manta, de la ciudad de Manta provincia de Manabí. En esta área se encuentran establecidos demás gimnasios, teniendo competencia cercana, sin embargo, el proyecto ofrece un servicio personalizado, lo cual lo vuelve diferenciado.

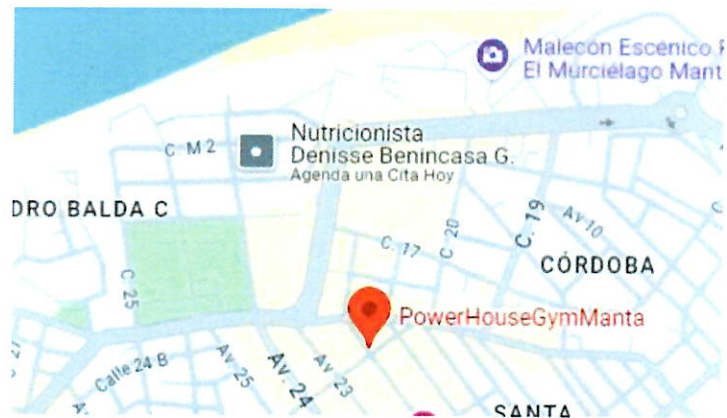
Ilustración 23. Macro localización del proyecto



Nota. Tomada de Google Maps (2024).

La micro localización del proyecto es en una zona céntrica y comercial, el gimnasio se encuentra establecido en la Flavio Reyes, calle 20 y Av. 22, al lado del restaurante Pepiadas y en frente de la heladería Flamingo.

Ilustración 24. Micro localización del proyecto

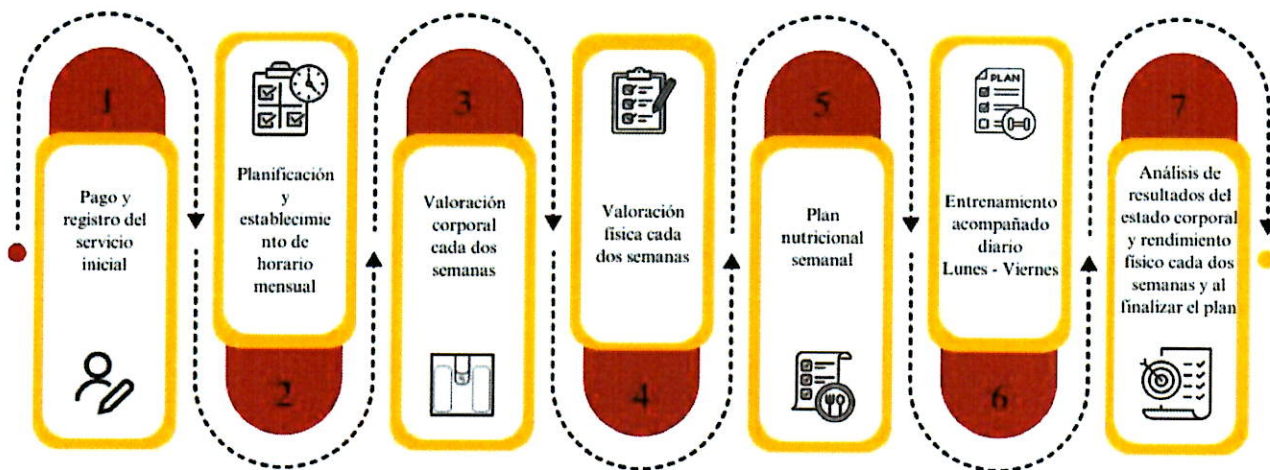


Nota. Tomada de Google Maps (2024).

3.1.4. Ingeniera del proceso del servicio

El proceso para ejecutar los servicios se desarrolla con los siguientes pasos:

Ilustración 25. Proceso del servicio personalizado en Power House Gym



Nota. Ingeniería del proceso del servicio personalizado. Elaboración propia.

Fase 1. Para comprar un paquete de servicio, el cliente debe cumplir el proceso de registro de datos principales (nombre, edad, cédula, correo, número de celular, ciudad). Se realiza en la recepción y la información se envía al equipo de servicios personalizados.

Fase 2. Planificar el horario según su preferencia y disponibilidad de la agenda del gimnasio, una vez establecido se puede confirmar la inscripción, ya que puede depender del

horario disponible. Se realiza en la recepción y la información se envía al equipo de servicios personalizados

Fase 3. En la oficina del nutricionista se realiza la valoración corporal con la báscula inteligente (peso corporal, porcentaje de masa muscular, grasa corporal, agua corporal, masa ósea, agua, tasa metabólica, índice de masa corporal) y con el kit de antropometría (pliegues cutáneos, circunferencias corporales, estatura), se registra en el sistema de información los antecedentes y estado del cliente, cuyo proceso se actualiza pasando dos semanas. (20 minutos)

Fase 4. En la oficina del entrenador, el cliente indica cuáles son sus antecedentes médicos, físicos, así mismo, el objetivo por el que se inscribió. Se registra la información y se procede con la evaluación física, en las que se colocan las correas inteligentes en las partes del cuerpo para contribuir en conocer el estado físico actual del cliente, mientras realiza diferentes ejercicios, ya sean movimientos aeróbicos, con elementos o con máquinas de musculación. (30 minutos)

Fase 5. El nutricionista desarrolla un plan nutricional enfocado en el objetivo del cliente, tomando en cuenta los resultados de la valoración corporal y física, se la otorga digitalmente, sin embargo, ese mismo día de manera presencial, se explica detalladamente las porciones del tipo de alimento, las sugerencias de un horario de comidas y recomendaciones en cuanto a marcas o lugar de donde se puede adquirir productos orgánicos, más sanos y de calidad. El plan nutricional puede modificarse pasando 2 semanas. (40 minutos)

Fase 6. El primer día de entrenamiento, el profesional da a conocer la rutina que se va a realizar. Guía al cliente en las fases de calentamiento y estiramiento para llevar a cabo el entrenamiento así mismo, el entrenador es el responsable de enseñar y corregir cada ejercicio, también le da una breve explicación de la función de cada uno. (45 – 60 minutos).

Fase 7. Al pasar dos semanas se hacen nuevamente la evaluación corporal y de rendimiento físico, posteriormente se actualiza información en el sistema de registro del cliente y se desarrolla un análisis del progreso para darle a conocer sus resultados. (20 minutos c/u)

3.1.5. *Requerimientos de activos fijos para área operativa*

Tabla 40. Activos fijos del área operativa

Concepto	Valor del activo	Vida útil
Báscula medidora de la composición corporal.	\$ 120,00	5 años
Juego de correas y adaptadores de cuerpo completo	\$ 595,00	5 años
Kit de antropometría	\$ 143,60	5 años
2 laptops	\$ 914,99	3 años
Total	\$ 1.773,59	

Nota. Elaboración propia

Tabla 41. Gastos de Permisos

Concepto	Mensual	Anual
Permiso Municipal	\$ 58,00	\$ 58,00
Certificado de Cuerpo de Bomberos	\$ 40,00	\$ 40,00
Adecuación del local	\$ 210,00	\$ 210,00
Total	\$ 308,00	\$ 308,00

Nota. Elaboración propia.

Tabla 42. Gastos de oficina

Concepto	Mensual	Anual
Bolígrafos	\$ 0,92	\$ 11,04
Lápices	\$ 0,50	\$ 6,00
Libretas	\$ 4,99	\$ 59,88
Total	\$ 6,41	\$ 76,92

Nota. Elaboración propia.

Tabla 43. Equipo de oficina

Concepto	Valor del activo	Vida útil
Acondicionador de aire	\$ 450,00	10 años
Calculadora	\$ 25,00	5 años
Total	\$ 475,00	

Nota. Elaboración propia.

Tabla 44. Muebles y enseres

Concepto	Valor del activo	Vida útil
Escritorios	\$ 250,00	10 años
Sillas de oficina	\$ 200,00	10 años
Sillas de espera	\$ 140,00	10 años
Total	\$ 590,00	

Nota. Elaboración propia.

Tabla 45. Gastos Operativos

Concepto	Mensual	Anual
Mantenimiento de los equipos	\$ 149,50	\$ 598,00
Diesel	\$ 1,80	\$ 21,60
Servicio EPAM	\$ 13,80	\$ 165,60
Servicio CNEL	\$ 20,99	\$ 251,88
Internet	\$ 18,62	\$ 223,44
Total	\$ 204,71	\$ 1.260,52

Nota. Elaboración propia.

3.1.6. Requerimiento de mano de obra directa e indirecta

El Ministerio de Trabajo (2024), fijó el Salario Básico Unificado del trabajador en general para el año 2025 en USD. 470,00 mensuales. Indica un incremento de 2,17%, con respecto al año 2024. Por esta razón se estima un incremento en el salario de los empleados. Sin embargo, para el cuarto año, en la nómina de los empleados de mano de obra directa, se da un

aumento del 23%, el cual incluye el 2,17% de incremento salarial, por motivos de que se requiere de dos horas más de trabajo, por el aumento de demanda, para quinto año, se necesita una hora adicional, por lo tanto, se sube el salario en 17%.

Tabla 46. Requerimiento de mano de obra directa

Nómina	Sueldo	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	IESS 11,15%	IECE 1%	Fondo de Reserva 8,33%	Incremento Sueldo año 1	2,17% Sueldo Año 2	2,17% Sueldo Año 3	23% Sueldo Año 4	17,00% Sueldo Año 5
Nutricionista	\$235,00	\$ 19,58	\$ 39,17	\$ 9,79	\$ 26,20	\$ 2,35	\$ 19,58	\$ 4.220	\$ 4.312	\$ 4.405	\$ 5.418	\$ 6.339
Entrenador fisico	\$235,00	\$ 19,58	\$ 39,17	\$ 9,79	\$ 26,20	\$ 2,35	\$ 19,58	\$ 4.220	\$ 4.312	\$ 4.405	\$ 5.418	\$ 6.339
Total	\$470,00	\$ 39,17	\$ 8,33	\$19,58	\$ 52,41	\$ 4,70	\$ 39,15	\$ 8.440	\$ 8.623	\$ 8.810	\$ 10.837	\$ 12.679

Nota. Elaboración propia.

El sueldo reflejado del administrador y del contador, es un adicional al que reciben del sueldo en general del gimnasio, por la ampliación del servicio personalizado como diferenciador de Power House Gym.

Tabla 47. Requerimiento de mano de obra indirecta

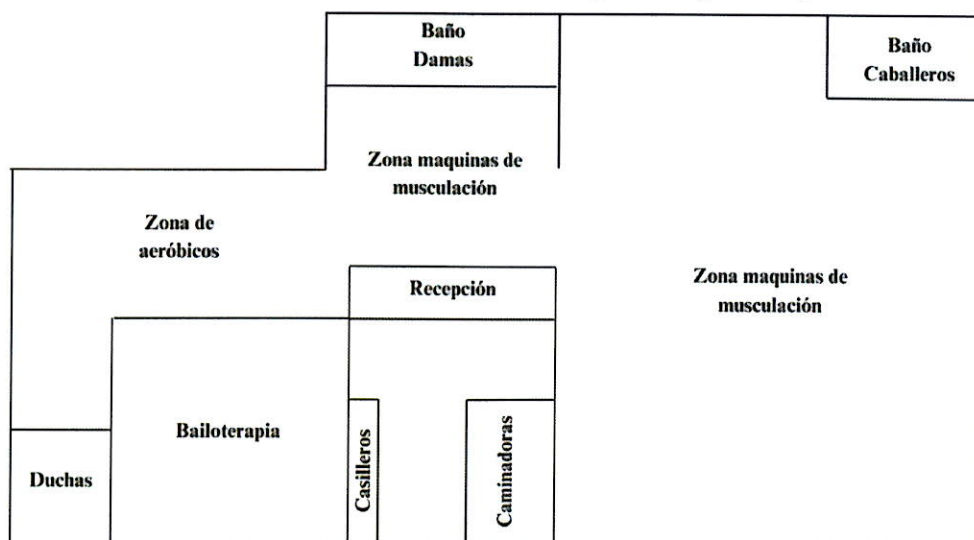
Nómina	Sueldo	Décimo tercer sueldo	Décimo cuarto sueldo	Vacaciones	IESS 11,15%	IECE 1%	Fondo de Reserva 8,33%	Incremento Sueldo año 1	2,17% Sueldo Año 2	2,17% Sueldo Año 3	23% Sueldo Año 4	17,00% Sueldo Año 5
Administrador	\$ 200,00	\$ 16,67	\$ 39,17	\$ 8,33	\$ 22,30	\$ 2,00	\$ 16,66	\$ 3.662	\$ 3.741	\$ 3.822	\$ 3.905	\$ 3.990
Contador	\$ 150,00	\$ 12,50	\$ 39,17	\$ 6,25	\$ 16,73	\$ 1,50	\$ 12,50	\$ 2.864	\$ 2.926	\$ 2.989	\$ 3.054	\$ 3.120
Total	\$ 350,00	\$ 29,17	\$ 78,33	\$ 14,58	\$ 39,03	\$ 3,50	\$ 29,16	\$ 6.525	\$ 6.667	\$ 6.811	\$ 6.959	\$ 7.110

Nota. Elaboración propia.

3.1.7. Distribución de instalaciones (Layout)

La estructura del gimnasio se compone de un galpón, el cual cuenta con la mayor parte de ocupación de áreas en la planta baja, donde se encuentra la recepción, zonas de máquinas de musculación, de aeróbicos y funcionales, baños y duchas.

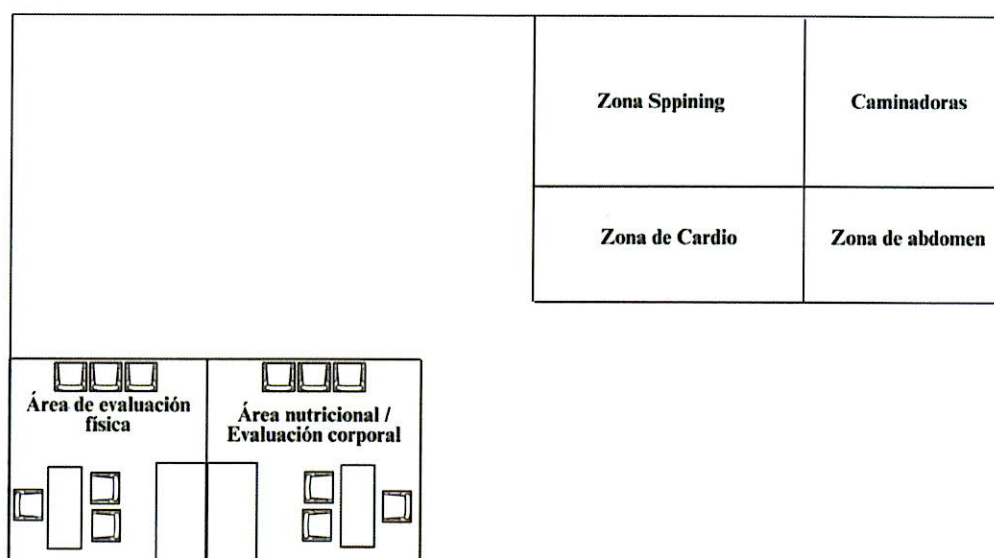
Ilustración 26. Distribución de las instalaciones del gimnasio planta baja



Nota. Elaboración propia.

El gimnasio cuenta también con un segundo piso en dos áreas, la zona de spinning, donde además de las bicicletas estáticas hay caminadoras y algunas máquinas complementarias de actividades de cardio – anaeróbicas y abdomen. Mientras que, en la segunda área, se encuentran establecidas dos oficinas que no se utilizan, no obstante, igual se pagan en el arriendo del local.

Ilustración 27. Distribución de las instalaciones del gimnasio planta alta

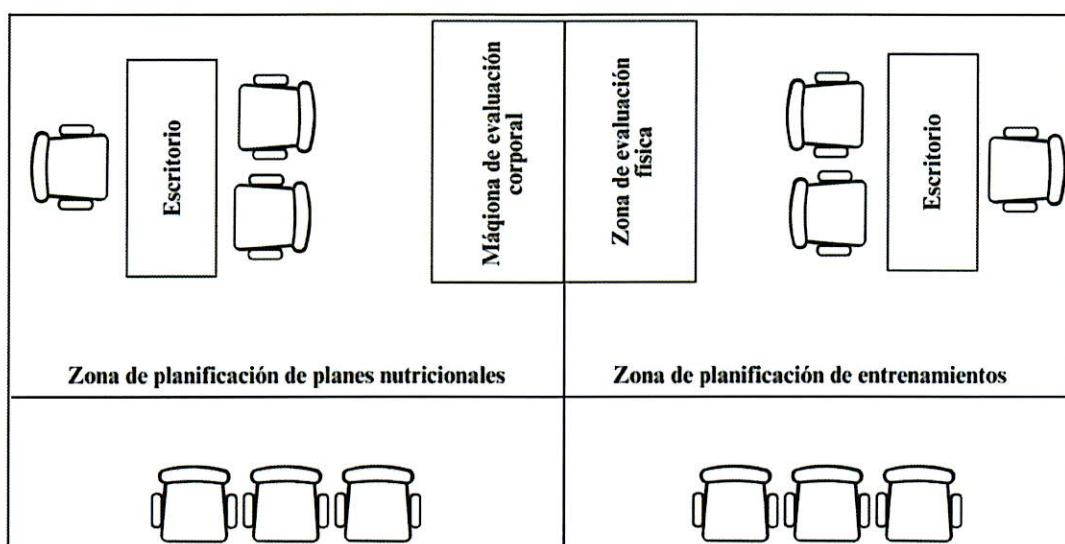


Nota. Elaboración propia.

Estas oficinas son un recurso que se puede aprovechar, de tal manera que se determina una para realizar las valoraciones corporales y la segunda para las evaluaciones físicas de los clientes, de esta forma lograr que se ejecuten los servicios en un espacio adecuado, siendo cómodo tanto para quien lo adquiere, como para los profesionales.

Ilustración 28. Oficinas de área operativa del servicio personalizado, planta alta.

Nota. Elaboración propia.



3.2. Estudio Organizacional

3.2.1. Datos generales de la empresa

Nombre de la empresa: Power House Gym Manta

Tipo de empresa: Microempresa

Tipo de compañía: Persona Natural

Ruc: 1713875738001

E-mail: jorgearturomatuteroifrio@gmail.com

Dirección: Flavio Reyes Calle 20 y Av. 22, alado de Pepiadas y en frente de la heladería Flamingo.

3.2.2. *Arquitectura organizacional: organigrama*

Ilustración 29. Organigrama



Nota. Elaboración propia.

3.2.3. *Distribución de funciones y responsabilidades*

Cargo de Administrador

Detalle

Su rol dentro del proyecto se basa en garantizar la eficiencia en las operaciones, en donde el negocio resulte ser rentable, considerando lograr la satisfacción del cliente.

Requisitos

- Título universitario en administración de empresa.
- Experiencia previa en administración en el sector del deporte o la salud.
- Habilidad en gestión de recursos humanos y financieros, tener comunicación efectiva, conocimiento en marketing y ventas.

Funciones y responsabilidades

- Gestión de presupuestos y finanzas, controlar los ingresos y gastos.
- Gestión de Recursos Humanos, siendo importante la selección del personal y su capacitación. Supervisión del desempeño del equipo y ofrecer una debida retroalimentación para logara la eficiencia. Gestionar los horarios, ya que se debe organizar turnos en relación a la disponibilidad del personal para maximizar la correcta atención a cada cliente.
- Atención al Cliente y Experiencia del Usuario, conseguir fidelización por parte de los clientes, desarrollando estrategias de retención como pueden ser los programas de membresías o promociones.
- Marketing y Ventas, promoción del negocio, elaborando campañas de marketing digital, supervisar la participación en diferentes plataformas de redes sociales para interactuar con los clientes y promocionar servicio. Diseñar planes y promociones atractivas para maximizar las ventas en tiempos de ventas bajas.

Cargo de Contador

Detalle

Es responsable de gestionar las finanzas, garantizar la transparencia contable y asegurar el cumplimiento de las obligaciones fiscales y legales. Sus funciones son esenciales para la rentabilidad y sostenibilidad del gimnasio.

Requisitos

- Título universitario en contabilidad y auditoría.
- Certificaciones y experiencia en gestión contable de negocios similares o empresas de servicios.

- Conocimiento de software contable.
- Habilidad para el asesoramiento en optimización fiscal y financiera.

Funciones y responsabilidades

- Llevar la contabilidad diaria con los registros de ingresos, gastos, inversiones entre otros movimientos financieros y elaborar los estados financieros.
- Analizar las variaciones entre el presupuesto y los resultados, para tomar decisiones correctivas, identificar las áreas que deban reducir algunos costos sin que este cambio afecte en la calidad del servicio.
- Preparar y presentar las declaraciones fiscales en cumplimiento con las normativas tributarias que se encuentren vigentes.
- Calcular y registrar los pagos de sueldos, aportes sociales y retenciones.
- Analizar los indicadores financieros del negocio para evaluar su rentabilidad.
- Realizar estimaciones proyectadas a futuro y planificar inversiones o expansiones del gimnasio para una mayor cobertura de demanda.
- Comunicar la información financiera precisa al administrador para llegar a la toma de decisiones más óptimas, por las que también deben ser estratégicas.

Cargo de Nutricionista

Detalle

Es un profesional especializado en diseñar planes de alimentación personalizados a partir de las necesidades y características de cada persona, ya sea para atletas o personas activas que buscan mejorar su rendimiento físico, optimizar la recuperación y mantener una salud integral. Así mismo, trabajar con personas que desean mantenerse saludables mediante una alimentación equilibrada adaptada a sus necesidades y estilo de vida.

Requisitos

- Título universitario en nutrición, dietética, o un campo relacionado.
- Certificación, registro o licenciatura como nutricionista.
- Especialización en nutrición deportiva puede ser requerida o valorada.
- Experiencia en nutrición deportiva o haber trabajado con atletas y personas activas.
- Habilidad de comunicación y educación nutricional para crear planes de alimentación de manera personalizada.

Funciones y responsabilidades

- Aprendizaje continuo sobre investigaciones en nutrición y en salud.
- Realizar la valoración corporal con báscula y herramientas antropométricas.
- Crear planes nutricionales adaptadas a los objetivos y necesidades de cada cliente.
- Registrar el progreso del cliente y actualizar el plan nutricional acorde a los resultados y objetivos principales para mejorar.

Cargo de Entrenador físico

Detalle

Es un profesional del fitness especializado en diseñar y supervisar planes de entrenamiento adaptados a las necesidades, situaciones y objetivos físicos de cada cliente. Facilita un enfoque de las metas de forma individual, ya que toma en cuenta varios factores como es de condición física, edad y los objetivos personales, como es la pérdida de peso, aumento de masa muscular, rehabilitación, potenciación en capacidades físicas, entre otras.

Requisitos

- Título en educación física, ciencias del deporte o una disciplina relacionada.

- Certificación reconocida por una entidad de prestigio.
- Experiencia en entrenamiento personal o en la industria del fitness.
- Conocimiento en fisiología del ejercicio y en anatomía.
- Habilidades de motivación y comunicación.
- Capacidad para adaptar los entrenamientos a diferentes objetivos de cada persona.
- Formación en primeros auxilios y RCP.

Funciones y responsabilidades

- Realizar una entrevista para conocer los objetivos del cliente.
- Evaluar el estado físico y de salud periódicamente.
- Crear rutinas de ejercicios adecuados a los objetivos y condiciones del cliente.
- Guiar al cliente en la ejecución de los ejercicios, corrigiendo posturas y técnicas.
- Proveer ayuda en el seguro uso de las herramientas y equipos del gimnasio.
- Registrar el progreso y puntos que necesita mejorar.
- Responder con un protocolo seguro ante las emergencias básicas de lesiones.

3.2.4. *Requerimientos de activos fijos para áreas administrativas*

Se requiere uso de laptops para el desarrollo de procesos de contabilidad, elaboración de informes y trámites legales del proyecto. El gimnasio ya cuenta con sus equipos otorgados por el gimnasio para las demás actividades administrativas, se reconoce un 33% del gasto para el mantenimiento.

3.2.5. *Requerimiento de personal para áreas administrativas*

El sueldo del administrador y del contador por la ampliación del servicio personalizado, es el 20% adicional al que reciben del total por su aportación laboral en las actividades generales.

Tabla 48. Requerimiento de personal para áreas administrativas

Nómina	Sueldo mensual
Administrador	\$ 200,00
Contador	\$ 150,00
Total	\$ 350,00

Nota. Elaboración propia.

3.3.Estudio Legal

Para que el proyecto puede operar, debe cumplir con los requisitos legales. El GADMC-Manta (2023), determina que los establecimientos comerciales incluyendo a los gimnasios, deben contar con el Registro en la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, así mismo con el Registro Único de Contribuyentes, con lo cual ya cuenta Power House Gym. Sin embargo, se requiere actualizar de manera anual la Licencia Única de Funcionamiento. Es necesario solicitarlos, más aún porque se hace una ampliación con los servicios profesionales que influye altamente en el ámbito de salud, por ende, se mantiene ejercido con las normativas municipales, incluyendo las sanitarias para la seguridad tanto de los clientes, como de los empleados.

Una vez que se apertura el proyecto, el SRI exige deberes formales para garantizar el funcionamiento, basado en el art. 96 del capítulo III del Código Tributario Ecuatoriano, donde el contribuyente debe emitir los comprobantes de venta, declaración de impuestos, como es el IVA, Impuesto a la Renta, así mismo el de ICE, entre otros. Es necesario contar con la documentación de registros contables como evidencia de las operaciones ejecutadas. El ministerio de trabajo determina normativas laborales, como es cumplir con los derechos de los trabajadores, lo cual implica contratos legales, por otro lado, también se los debe afiliar al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS).

El Gobierno Electrónico (2021) presenta que, el permiso de funcionamiento para establecimientos permanentes anuales, lo emite el Cuerpo de Bomberos. Este certificado se obtiene una vez que el local cuente con los requisitos, de haber realizado la solicitud en línea, tener RUC, el predio urbano o rural del año actual y que el local tenga las señaléticas y el plano de salidas de emergencias, herramientas y equipos contra incendios como son los extintores.

Tabla 49. Permisos de constitución

Concepto	Descripción	Costo estimado
Permiso Municipal	Permiso de funcionamiento	\$ 58,00
Certificado cuerpo de Bombero	Equipamiento contra incendios y seguridad.	\$ 50,00
Total		\$ 108,00

Nota. Elaboración propia.

Capítulo 4. Estudio Financiero

4.1. Horizonte de tiempo del plan financiero

El horizonte temporal del plan financiero, se basa en el período en el que se espera llevar a cabo una inversión o una meta de objetivos financieros, según como se describe en Urbanitae (2025), este es un elemento fundamental en la toma de decisiones ya que interfiere de manera directa con las estrategias que se planifican en la inversión, como es el caso de la selección de activos, medir los riesgos y analizar las expectativas de rentabilidad del proyecto.

Leraning Corner (2025), presenta que para analizar un plan financiero se debe determinar su duración, donde se considera corto plazo a proyectos que duran menos de 1 año o hasta los 3 años, el mediano plazo corresponde entre 1 y 5 años, mientras que el largo plazo tiene una planificación mayor a 5 años. Por lo tanto, se determina que el horizonte financiero de este proyecto es de mediano plazo, lo que implica priorización de los activos seguros y líquidos, preservar el capital y disminuir las pérdidas.

4.2. Plan de Inversión

El plan de inversión inicial se compone el 47% de activos fijos, por el lado de las herramientas tecnológicas se encuentra la báscula inteligente, correas de sensores para la evaluación física y kit para tomar las medidas antropométricas, además de equipos complementarios, en este caso, las laptops. Los muebles y enseres, equipos de oficina son necesario para la comodidad al dar al servicio. El capital de trabajo, se constituye de costos y gastos que representan un 53% de dicha inversión, asumiendo que se encuentra proyectados para cubrir los dos primeros meses al iniciar con el servicio, a excepción del gasto de la adecuación del local y de los permisos de funcionamiento, ya que estos se pagan una solo vez cada año antes de operar. Se obtiene un total de \$6.025,15 para la inversión inicial, donde se plantea abarcar la mayor parte con crédito al banco y apenas un 17% con aporte propio.

Tabla 50. Inversión inicial

Descripción	Valor	Porcentaje
Activos Fijos	\$ 2.833,59	47%
Máquinas y equipos	\$ 853,60	
Muebles y enseres	\$ 590,00	
Equipo de computación	\$ 914,99	
Equipos de oficina	\$ 475,00	
Capital de Trabajo	\$ 3.187,46	53%
Gasto de mantenimiento	\$ 99,67	
Gasto operativo	\$ 110,42	
Gasto de permisos	\$ 108,00	
Adecuaciones del local	\$ 210,00	
Gasto de marketing	\$ 152,35	
Materiales de oficina	\$ 12,82	
Mano de obra directa	\$ 1.406,68	
Gasto administrativo	\$ 1.087,53	
Total	\$ 6.021,05	100%

Nota. Elaboración propia.

4.2.1. Flujo depreciaciones, amortizaciones y valor de salvamento

En la inversión inicial se determinaron los activos fijos, en donde se encuentran las máquinas y equipos con una vida útil de 10 años y su depreciación de 10%, al igual que los muebles y enseres o equipos de oficina, mientras que para el equipo de computación es de 33% con una vida útil de 3 años.

Tabla 51. Depreciación y Valor del Salvamento

Activos	Valor Inicial	Vida Útil	Depreciación Anual	Valor de Salvamento	1	2	3	4	5
Máquinas y equipos	\$ 858,60	10	10%	\$ 79,00	\$ 77,96	\$ 77,96	\$ 77,96	\$ 77,96	\$ 77,96
Muebles y enseres	\$ 590,00	10	10%	\$ 59,00	\$ 53,10	\$ 53,10	\$ 53,10	\$ 53,10	\$ 53,10
Equipo de computación	\$ 914,99	3	33%	\$ 142,00	\$257,66	\$257,66	\$257,66		
Equipos de oficina	\$ 475,00	10	10%	\$ 47,50	\$ 42,75	\$ 42,75	\$ 42,75	\$ 42,75	\$ 42,75
Total	\$2.838,59				\$431,47	\$431,47	\$431,47	\$173,81	\$173,81

Nota. Elaboración propia.

4.3. Plan de Financiamiento

El financiamiento para la inversión inicial se compone del 16,96% de aporte propio, lo cual equivalente a \$1,021,05 y la otra parte, \$5.000,00 corresponde al 83,04% financiado de fuentes externas, específicamente proveniente de BanEcuador.

4.3.1. Tabla de Amortización

Para financiar el proyecto, se solicita un crédito a Ban Ecuador del 83,04% del total de la inversión, es decir, \$5.000,00 a un plazo de 3 años, la tasa nominal de 11,86% y refleja una tasa efectiva de 12,40%. El pago se realiza trimestralmente lo que equivale a 12 cuotas fijas y estas se pagarán de manera decreciente.

Tabla 52. Amortización del crédito

Periodo	Saldo	Capital	Interés	Cuota
0	\$ 5.000,00			
1	\$ 4.583,33	\$ 416,67	\$ 148,25	\$ 564,92
2	\$ 4.166,67	\$ 416,67	\$ 135,90	\$ 552,56
3	\$ 3.750,00	\$ 416,67	\$ 123,54	\$ 540,21
4	\$ 3.333,33	\$ 416,67	\$ 111,19	\$ 527,85
5	\$ 2.916,67	\$ 416,67	\$ 98,83	\$ 515,50
6	\$ 2.500,00	\$ 416,67	\$ 86,48	\$ 503,15
7	\$ 2.083,33	\$ 416,67	\$ 74,13	\$ 490,79
8	\$ 1.666,67	\$ 416,67	\$ 61,77	\$ 478,44
9	\$ 1.250,00	\$ 416,67	\$ 49,42	\$ 466,08
10	\$ 833,33	\$ 416,67	\$ 37,06	\$ 453,73
11	\$ 416,67	\$ 416,67	\$ 24,71	\$ 441,38
12	\$ -	\$ 416,67	\$ 12,35	\$ 429,02

Nota. Elaboración propia.

4.4. Proyecciones de Ingresos Operacionales

Las proyecciones de ingresos operacionales de los servicios personalizados se calcularon de acuerdo a los resultados de aceptación de paquetes y a la máxima capacidad de disponibilidad. En el primer año hay una base de 8 personas al mes en los paquetes completos, la mayoría de membresías representarían a 1 mes, seguido de la trimestral, apenas una para la semestral y anual, por otro parte, se obtiene ingresos por los servicios individuales en este caso, 4 personas adquieren plan nutricional y 8 la valoración corporal, para los siguientes periodos se calcula una proyección alrededor del 10%, mientras que el precio se mantiene constante y la demanda puede ir aumentando.

Tabla 53. Proyección de Ingresos

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Valoración Corporal	\$ 1.440,00	\$ 1.620,00	\$ 1.800,00	\$ 1.980,00	\$ 2.160,00
Plan nutricional	\$ 2.880,00	\$ 3.600,00	\$ 4.320,00	\$ 5.040,00	\$ 5.280,00
Paquete mensual	\$ 9.000,00	\$ 10.800,00	\$ 16.800,00	\$ 19.200,00	\$ 24.000,00
Paquete trimestral	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00	\$ 3.200,00
Paquete semestral	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
Paquete Anual	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
Total	\$ 17.070,00	\$ 19.770,00	\$ 28.270,00	\$ 31.570,00	\$ 36.790,00

Nota. Elaboración propia.

4.5. Proyecciones de Costos y Gastos Operacionales

Los costos operativos se conforman de varios elementos, principalmente por la mano de obra, tanto directa como indirecta, seguido del gasto de servicios básicos para funcionar, el dinero que se destina para el plan de marketing, el mantenimiento de los equipos, los suministros o materiales de oficina y el descuento por la depreciación del capital físico.

Tabla 54. Proyección de Costos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos	\$ 17.216,77	\$ 17.574,84	\$ 17.940,45	\$ 20.148,95	\$ 22.177,04
Total	\$ 17.216,77	\$ 17.574,84	\$ 17.940,45	\$ 20.148,95	\$ 22.177,04

Nota. Elaboración propia.

Por el lado de los gastos se encuentra el pago de los permisos anuales, es decir, el de funcionamiento por parte del municipio y el del cuerpo de bomberos, sin embargo, su valor representa apenas una porción de total, ya que es un requisito general del todo el gimnasio y se paga en conjunto, se considera también el valor que se descuenta por los impuestos y la utilidad a los trabajadores, mientras que los gastos financieros y los abonos de capital, se reflejan durante el año 1 y 2.

Tabla 55. Proyección de Gastos

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos	\$ 3.091,41	\$ 3.163,73	\$ 2.559,58	\$ 2.898,13	\$ 3.695,69
Total	\$ 3.091,41	\$ 3.163,73	\$ 2.559,58	\$ 2.898,13	\$ 3.695,69

Nota. Elaboración propia.

4.6.Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Tabla 56. Estado de Pérdidas y Ganancias Proyectado

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Total de Ventas	\$ 17.070,00	\$ 19.770,00	\$ 28.270,00	\$ 31.570,00	\$ 36.790,00
Venta de servicio individual	\$ 4.320,00	\$ 5.220,00	\$ 6.120,00	\$ 7.020,00	\$ 7.440,00
Venta de servicios completos	\$ 12.750,00	\$ 14.550,00	\$ 22.150,00	\$ 24.550,00	\$ 29.350,00
Costos					
Costos Directos	\$ 8.440,07	\$ 8.623,22	\$ 8.810,35	\$ 10.836,72	\$ 12.678,97
M.O.D.	\$ 8.440,07	\$ 8.623,22	\$ 8.810,35	\$ 10.836,72	\$ 12.678,97
Utilidad Bruta	\$ 8.629,93	\$ 11.146,78	\$ 19.459,65	\$ 20.733,28	\$ 24.111,03
Costos Indirectos	\$ 8.776,70	\$ 8.951,62	\$ 9.130,10	\$ 9.312,23	\$ 9.498,07
Gasto operativo	\$ 662,52	\$ 672,33	\$ 682,28	\$ 692,37	\$ 702,62
Gasto de marketing	\$ 914,10	\$ 927,63	\$ 941,36	\$ 955,29	\$ 969,43
Materiales de oficina	\$ 76,92	\$ 78,06	\$ 79,21	\$ 80,39	\$ 81,58
Mantenimiento de equipos	\$ 598,00	\$ 606,85	\$ 615,83	\$ 624,95	\$ 634,20
Mano de obra indirecta	\$ 6.525,16	\$ 6.666,76	\$ 6.811,42	\$ 6.959,23	\$ 7.110,25
Depreciación y Amortización	\$ 431,47	\$ 431,47	\$ 431,47	\$ 173,81	\$ 173,81
Utilidad Operativa	\$ -578,25	\$ 1.763,69	\$ 9.898,08	\$ 11.247,24	\$ 14.439,15
Gastos financieros	\$ 518,88	\$ 321,21	\$ 123,54	\$ -	\$ -
Intereses	\$ 518,88	\$ 321,21	\$ 123,54		
Otros Gastos	\$ 318,00	\$ 109,60	\$ 111,22	\$ 112,87	\$ 114,54
Gastos de Permisos	\$ 108,00	\$ 109,60	\$ 111,22	\$ 112,87	\$ 114,54
Adecuación del local	\$ 210,00				
Utilidad antes de impuestos	\$ -1.415,12	\$ 1.332,88	\$ 9.663,32	\$ 11.134,37	\$ 14.324,62
Impuestos y Trabajadores 25%		\$ 333,22	\$ 2.415,83	\$ 2.783,59	\$ 3.581,15
Utilidad Neta	\$ -1.415,12	\$ 999,66	\$ 7.247,49	\$ 8.350,78	\$ 10.743,46

Nota. Elaboración propia.

4.7. Balance General Proyectado

Tabla 57. Balance General Proyectado

Descripción	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activos Corrientes	\$ 2.864,46	\$ 422,55	\$ 185,39	\$ 6.196,04	\$14.718,96	\$25.636,23
Fondos Disponibles	\$ 2.864,46	\$ 422,55	\$ 185,39	\$ 6.196,04	\$14.718,96	\$25.636,23
Activos Fijos	\$ 2.838,59	\$ 2.407,12	\$ 1.975,64	\$ 1.544,17	\$ 1.370,36	\$ 1.196,55
Máquinas y equipos	\$ 858,60	\$ 858,60	\$ 858,60	\$ 858,60	\$ 858,60	\$ 858,60
Muebles y Enseres	\$ 590,00	\$ 590,00	\$ 590,00	\$ 590,00	\$ 590,00	\$ 590,00
Equipo de Computación	\$ 914,99	\$ 914,99	\$ 914,99	\$ 914,99	\$ 914,99	\$ 914,99
Equipos de Oficina	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00	\$ 475,00
Depreciación Acumulada		\$ -431,47	\$ -862,95	\$ -1.294,42	\$ -1.468,23	\$ -1.642,04
Activos No Corrientes	\$ 318,00	\$ 109,60	\$ 111,22	\$ 112,87	\$ 114,54	\$ 114,54
Adecuaciones del local	\$ 210,00					
Permisos Anuales	\$ 108,00	\$ 109,60	\$ 111,22	\$ 112,87	\$ 114,54	\$ 114,54
Total Activos	\$ 6.021,05	\$ 2.939,27	\$ 2.272,26	\$ 7.853,08	\$16.203,86	\$26.947,32
Pasivo Corriente	\$ -	\$ 1.666,67	\$ 1.666,67	\$ -	\$ -	\$ -
Porción Deuda	\$ -	\$ 1.666,67	\$ 1.666,67		\$ -	\$ -
Pasivo No Corriente	\$ 5.000,00	\$ 1.666,67	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Deuda a Largo Plazo	\$ 5.000,00	\$ 1.666,67	\$ -			
Total Pasivos	\$ 5.000,00	\$ 3.333,33	\$ 1.666,67	\$ -	\$ -	\$ -
Patrimonio						
Aporte Futuras CAP	\$ 1.021,05	\$ 1.021,05	\$ 1.021,05	\$ 1.021,05	\$ 1.021,05	\$ 1.021,05
Resultado Acumulado			\$ -1.415,12	\$ -415,46	\$ 6.832,03	\$15.182,80
Resultado del ejercicio		\$ -1.415,12	\$ 999,66	\$ 7.247,49	\$ 8.350,78	\$10.743,46
Total Patrimonio	\$ 1.021,05	\$ -394,07	\$ 605,59	\$ 7.853,08	\$16.203,86	\$26.947,32
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 6.021,05	\$ 2.939,27	\$ 2.272,26	\$ 7.853,08	\$16.203,86	\$26.947,32

Nota. Elaboración propia.

Capítulo 5. Estudio Financiero

5.1. Evaluación financiera

La evaluación financiera se aplica en un proyecto de inversión para conocer si dicho proyecto logra obtener utilidad, según como menciona Aponte, Muñoz, y Álzate (2017), dependiendo si genera riqueza o no, se pueden tomar decisiones sobre la ejecución de este, por lo tanto, se determinar si es necesario hacer una reducción en costos, gastos, si se debe continuar o incluso si se debe invertir un poco más en el presupuesto.

5.1.1. Ratios financieros y punto de equilibrio

Tabla 58. Ratios Financieros

Indicador	Año 1	Año 5
Razón Corriente	25%	
Endeudamiento	113%	0%
Cobertura de intereses	-111%	
Margen bruto	-0,86%	40%
Margen Neto	-8%	29%
ROA	-48%	40%
ROE	359%	40%

Nota. Elaboración propia

Tabla 59. Punto de Equilibrio

Ventas totales anuales	\$ 17.070,00
Costo variable total anual	\$ 739,20
Margen de contribución total	\$ 16.330,80
Margen de contribución porcentual	95,67%
Punto de equilibrio en dólares	Punto de Equilibrio en unidades combinadas
\$ 17.674,17	217

Nota. Elaboración propia.

5.1.2. Flujos de Fondos del Proyecto

Tabla 60. Flujo de Fondos Proyectados

Descripción	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales		\$ 17.070,00	\$ 19.770,00	\$ 28.270,00	\$ 31.570,00	\$ 36.790,00
Venta de Servicios		\$ 17.070,00	\$ 19.770,00	\$ 28.270,00	\$ 31.570,00	\$ 36.790,00
Egresos Operacionales		\$ 17.216,77	\$ 17.574,84	\$ 17.940,45	\$ 20.148,95	\$ 22.177,04
Costos Directos		\$ 8.440,07	\$ 8.623,22	\$ 8.810,35	\$ 10.836,72	\$ 12.678,97
M.O.D.		\$ 8.440,07	\$ 8.623,22	\$ 8.810,35	\$ 10.836,72	\$ 12.678,97
Costos Indirectos		\$ 8.776,70	\$ 8.951,62	\$ 9.130,10	\$ 9.312,23	\$ 9.498,07
Gasto operativo		\$ 662,52	\$ 672,33	\$ 682,28	\$ 692,37	\$ 702,62
Gasto de marketing		\$ 914,10	\$ 927,63	\$ 941,36	\$ 955,29	\$ 969,43
Materiales de oficina		\$ 76,92	\$ 78,06	\$ 79,21	\$ 80,39	\$ 81,58
Mano de obra indirecta		\$ 6.525,16	\$ 6.666,76	\$ 6.811,42	\$ 6.959,23	\$ 7.110,25
Mantenimiento de equipos		\$ 598,00	\$ 606,85	\$ 615,83	\$ 624,95	\$ 634,20
Flujo Operacional		\$ -146,77	\$ 2.195,16	\$ 10.329,55	\$ 11.421,05	\$ 14.612,96
Ingresos No Operacionales	\$ 6.021,05	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte Propio	\$ 1.021,05					
Préstamo a Largo Plazo	\$ 5.000,00					
Egresos No Operacionales	\$ 3.156,59	\$ 2.295,14	\$ 2.432,32	\$ 4.318,90	\$ 2.898,13	\$ 3.695,69
Abonos de Capital		\$ 1.666,67	\$ 1.666,67	\$ 1.666,67		
Gastos Financieros		\$ 518,88	\$ 321,21	\$ 123,54		
Máquinas y Equipos	\$ 858,60					
Muebles y Enseres	\$ 590,00					
Equipo de Computación	\$ 914,99					
Equipos de Oficina	\$ 475,00					
Adecuaciones del local	\$ 210,00					
Permisos Anuales	\$ 108,00	\$ 109,60	\$ 111,22	\$ 112,87	\$ 114,54	\$ 114,54
Impuestos y Trabajadores		\$ -	\$ 333,22	\$ 2.415,83	\$ 2.783,59	\$ 3.581,15
Flujo No Operacional	\$ 2.864,46	\$ -2.295,14	\$ -2.432,32	\$ -4.318,90	\$ -2.898,13	\$ -3.695,69
Flujo Neto Generado	\$ 2.864,46	\$ -2.441,91	\$ -237,16	\$ 6.010,65	\$ 8.522,92	\$ 10.917,27
Saldo Inicial de Caja	\$ -	\$ 2.864,46	\$ 422,55	\$ 185,39	\$ 6.196,04	\$ 14.718,96
Salda Final de Caja	\$ 2.864,46	\$ 422,55	\$ 185,39	\$ 6.196,04	\$ 14.718,96	\$ 25.636,23

Nota. Elaboración propia.

5.1.3. Costo promedio ponderado de capital (WACC)

El WACC (Weighted Average Cost of Capital), se traduce como el costo promedio ponderado de capital, y según como señala Farhat (2016), este es el valor promedio de los recursos que utiliza el proyecto, es decir, que es la parte que se considera entre la deuda y su patrimonio, que previamente se utiliza para cubrir financieramente sus activos, conformado la estructura financiera. El resultado del cálculo indica que, cuando se genera un alto índice el proyecto se mantiene por fuentes de financiamiento altamente costosas, por ende, refleja un mayor riesgo, a diferencia de un porcentaje menor el cual significa que existe posibilidad de aumentar su rentabilidad.

Tabla 61. WACC

Proporción de Capital Propio	16,96%
Costo del Capital Propio	10,00%
Proporción de la Deuda	83,04%
Costo de la Deuda	11,86%
WACC	9,9%

Nota. Elaboración propia.

5.1.4. Evaluación Financiera del proyecto (VAN, TIR, PAY BACK)

Tabla 62. Evaluación Financiera

Concepto	Evaluación	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Neto							
Flujo Anual		-6.021,05	-2.441,91	-237,16	6.010,65	8.522,92	10.917,27
TIR del							
Inversionista	32,6%						
Flujo Descontado	30,0%	-6.021,05	-1.878,39	-322,76	10.916,01	18.462,69	26.589,78
VAN	47.746,28						
P/R	Año 3	-6.021,05	-7.899,45	-8.222,20	2.693,81	21.156,50	47.746,28
C/B	8,9						

Nota. Elaboración propia.

5.1.5. Análisis de sensibilidad o escenarios

Tabla 63. Análisis de Sensibilidad

Escenario	VAN	TIR	C/B	P/R
Pesimista	\$ 20.862,62	14,81%	\$ 4,46	Año 4
Moderado	\$ 47.746,28	32,60%	\$ 8,93	Año 3
Optimista	\$ 74.629,95	43,55%	\$ 13,39	Año 3

Nota. Elaboración propia.

5.1.6. Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación financiera

Liquidez

Analizar la liquidez de la empresa, permite saber con qué capacidad el proyecto cuenta para pagar sus obligaciones a corto plazo con sus activos y recursos que tiene. Si el resultado es mayor a uno, los activos corrientes superan las deudas en corto plazo, por lo contrario, no logra cubrirlos. El resultado de la razón corriente es de 25% para el año 1, indica que sus activos corrientes son mayores que sus pasivos corrientes, es decir que, por cada dólar de deuda a corto plazo, quedan 25 centavos después de cubrir sus obligaciones.

Apalancamiento

El proyecto tiene un nivel de endeudamiento de 113%, es decir que, por cada dólar en el activo, existe \$1,13 de deudas, por lo tanto, a estructura de capital se encuentra con un alto apalancamiento, porque las obligaciones financieras son mayores que sus activos. Por otro lado, resultó en -111% la cobertura de los intereses, indicando que el proyecto no genera utilidad en el año 1. Lo que conlleva a intervenir principalmente en las ventas, para generar mayor ingreso y evitar requerir a financiamiento propio adicional. Sin embargo, para el año 5 no aplica el apalancamiento, ya que la inversión no mantiene endeudamiento a largo plazo.

ROE

La rentabilidad sobre el patrimonio mide cuánto es el beneficio neto que se logra generar del proyecto, relacionado al capital propio que se aportó. En el año 1 se obtuvo un resultado de 359%, aun así, no significa que refleje rentabilidad real, por lo contrario, se debe a que la estructura patrimonial es negativa, ya que la utilidad neta fue de -1.415,12 y -394,07 de patrimonio total, siendo una advertencia sobre el riesgo financiero. Los cálculos arrojan un 40% para el año 5, es decir que, por cada dólar de patrimonio se logra generar 0,40 centavos de utilidad neta, por ende, el proyecto llega a equilibrar una rentabilidad en cuanto a su capacidad de cumplir con sus obligaciones, indica que disminuye la dependencia del endeudamiento para la generación de beneficios.

ROA

La rentabilidad sobre activos mide la capacidad que tiene la empresa para generar utilidades en relación a sus activos. Para el primer año resultó en -48%, esto significa que por cada dólar que se invierte en los activos, se pierden 48 centavos, por motivos de que los activos no generan rentabilidad durante ese periodo, lo cual puede generarse por los costos fijos que no se pueden cubrir con las ventas. A pesar de ello, para el año 5, se proyecta un ROA de 40%, donde por cada dólar en los activos, se gana 40 centavos, siendo este un alto nivel de rentabilidad. Debido a que, al pasar los años no se han aumentado los activos, pero si se incrementan los ingresos, lo cual indica también que los activos bajan y puede estar descapitalizando el proyecto.

Punto de Equilibrio

De acuerdo a los cálculos del punto de equilibrio se obtuvo que el proyecto necesita generar ingresos de \$17.674,17 lo que equivale alrededor de 217 servicios, para poder cumplir

con el pago de los costos tanto fijos, como variables en donde no provoque pérdidas ni ganancias. Lo cual sugiere la aplicación de estrategias de ventas, para atraer más clientes a los servicios personalizados.

EI WACC

El resultado de WACC es de 9,9%, indica el rendimiento que el inversionista espera obtener para poder cubrir la deuda y capital propio, este coeficiente refleja un costo de financiamiento con un nivel moderado.

VAN, TIR, PAYBACK

En el escenario base, se tiene un VAN de \$47.746,28, una TIR A 32,60% y un costo beneficio de \$8,93, teniendo una recuperación de la inversión en el tercer año. Se deduce que tiene un desempeño consistente, genera rentabilidad con una proyección realista.

Desde una perspectiva pesimista, el VAN es de \$20.862,62, TIR de 14,81% con un costo beneficio de \$4,46 y se recupera el cuarto año, siendo un escenario desfavorable a pesar de que, si supera el 9,9% de costo del capital, este implica una recuperación más tardía y menos margen con respecto al beneficio.

Por último, el escenario optimista refleja un VAN de \$74.629,95, una TIR de 43,55%, su costo beneficio de \$13,39 y se recupera en el año 3, al igual que el escenario base, a diferencia que, este representa un mayor aprovechamiento de los recursos para ampliar su capacidad y generar un margen de beneficio más elevado.

5.2.Evaluación económica

5.2.1. Flujos de fondos económico del Proyecto

Tabla 64. Flujo de Económico

Descripción	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos Operacionales		\$ 17.070,00	\$ 19.770,00	\$ 28.270,00	\$ 31.570,00	\$ 36.790,00
Venta de Servicios						
Personalizados		\$ 17.070,00	\$ 19.770,00	\$ 28.270,00	\$ 31.570,00	\$ 36.790,00
Egresos Operacionales		\$ 17.216,77	\$ 17.574,84	\$ 17.940,45	\$ 20.148,95	\$ 22.177,04
Costos Directos		\$ 8.440,07	\$ 8.623,22	\$ 8.810,35	\$ 10.836,72	\$ 12.678,97
M.O.D.		\$ 8.440,07	\$ 8.623,22	\$ 8.810,35	\$ 10.836,72	\$ 12.678,97
Costos Indirectos		\$ 8.776,70	\$ 8.951,62	\$ 9.130,10	\$ 9.312,23	\$ 9.498,07
Gasto operativo		\$ 662,52	\$ 672,33	\$ 682,28	\$ 692,37	\$ 702,62
Gasto de marketing		\$ 914,10	\$ 927,63	\$ 941,36	\$ 955,29	\$ 969,43
Materiales de oficina		\$ 76,92	\$ 78,06	\$ 79,21	\$ 80,39	\$ 81,58
Mano de obra indirecta		\$ 6.525,16	\$ 6.666,76	\$ 6.811,42	\$ 6.959,23	\$ 7.110,25
Mantenimiento de equipos		\$ 598,00	\$ 606,85	\$ 615,83	\$ 624,95	\$ 634,20
Flujo Operacional		\$ -146,77	\$ 2.195,16	\$ 10.329,55	\$ 11.421,05	\$ 14.612,96
Ingresos No Operacionales	\$ 6.021,05	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte Propio	\$ 6.021,05					
Egresos No Operacionales	\$ 3.156,59	\$ 109,60	\$ 478,41	\$ 2.559,58	\$ 2.898,13	\$ 3.695,69
Máquinas y Equipos	\$ 858,60					
Muebles y Enseres	\$ 590,00					
Equipo de Computación	\$ 914,99					
Equipos de Oficina	\$ 475,00					
Adecuaciones del local	\$ 210,00					
Permisos Anuales	\$ 108,00	\$ 109,60	\$ 111,22	\$ 112,87	\$ 114,54	\$ 114,54
Impuestos y Trabajadores		\$ -	\$ 367,19	\$ 2.446,71	\$ 2.783,59	\$ 3.581,15
Flujo No Operacional	\$ 2.864,46	\$ -109,60	\$ -478,41	\$ -2.559,58	\$ -2.898,13	\$ -3.695,69
Flujo Neto Generado	\$ 2.864,46	\$ -256,37	\$ 1.716,75	\$ 7.769,97	\$ 8.522,92	\$ 10.917,27
Saldo Inicial de Caja	\$ -	\$ 2.864,46	\$ 2.608,09	\$ 4.324,84	\$ 12.094,81	\$ 20.617,72
Salda Final de Caja	\$ 2.864,46	\$ 2.608,09	\$ 4.324,84	\$ 12.094,81	\$ 20.617,72	\$ 31.535,00

Nota. Elaboración propia.

5.2.2. Evaluación económica del proyecto (VAN, TIR, PAY BACK)

Tabla 65. Evaluación Económica

Concepto	Evaluación	Preoperativo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Flujo Neto							
Flujo Anual		-6.021,05	-256,37	1.750,72	7.800,86	8.522,92	10.917,27
TIR del Inversionista	50,1%						
Flujo Descontado	30,0%	-6.021,05	-197,21	2.382,64	14.167,23	18.462,69	26.589,78
VAN	55.384,08						
P/R	Año 2	-6.021,05	-6.218,26	-3.835,62	10.331,61	28.794,30	55.384,08
C/B	10,2						

Nota. Elaboración propia.

5.2.3. Análisis de sensibilidad y/o escenarios

Tabla 66. Sensibilidad Económica

Escenario	VAN	TIR	C/B	P/R
Pesimista	\$ 24.681,51	24,83%	\$ 5,10	Año 3
Moderado	\$ 55.384,08	50,13%	\$ 10,20	Año 3
Optimista	\$ 86.086,65	67,82%	\$ 15,30	Año 3

Nota. Elaboración propia.

5.2.4. Análisis e interpretación de los resultados de la evaluación económica

En la evaluación económica que se realiza sin financiamiento externo, el VAN del escenario moderado es de \$55.384,02, refleja una TIR de 50,13% con un costo beneficio de \$10,20 con un periodo de recuperación en el año 3, siendo un proyecto atractivo, entre riesgo y ganancia. En este análisis de sensibilidad el P/R del escenario pesimista se da en el tercer año, a diferencia de cuando se financia con crédito al banco, que su recuperación es más lenta.

Si se realiza la inversión solo con aporte propio, el proyecto es rentable en todos sus escenarios manteniendo un margen alto.

5.3.Evaluación ambiental

5.3.1. Estudio de impacto ambiental

Impactos Ambientales Negativos

Alto consumo de energía eléctrica

El servicio personalizado hace uso constante de las laptops que necesitan de carga, tanto el nutricionista, como el entrenador, al momento que realiza las evaluaciones físicas. Por otra parte, el gimnasio necesita de algunos equipos eléctricos que los incluye en sus servicios, como caminadoras, bicicletas estáticas y escaladores, mientras que para operar en las áreas de recepción cuenta con un sistema biométrico para el acceso y registro de clientes, en las oficinas de valoración física y nutrición, se mantienen climatizados haciendo uso de aires acondicionados alrededor de 4 horas diarias, así mismo, se necesita del sistema de iluminación y de ventilación, lo cual puede producir una alta demanda energética, por otro lado, se realiza limpieza en las áreas de ejercicio con aspiradora para un mayor alcance. A pesar de que la energía en Ecuador no proviene de combustibles fósiles, cabe mencionar que las represas hidroeléctricas conllevan costos medioambientales y sociales, debido a que para su construcción se ha hecho una deforestación, alteran hábitats y disminuye la biodiversidad o provoca desplazamiento de grupos étnicos, por ende, se debería reducir el consumo masivo.

Contaminación por residuos sólidos

El gimnasio suele abastecerse de productos de hidratación para la venta, de tal manera, obtener otra fuente de ingresos adicional, sin embargo, en su mayoría contienen envases y envoltorio plásticos, a pesar de que el gimnasio cuenta con contenedores para botellas plásticas, las cuales son retiradas por una persona recicladora, se venden al menos 200 bebidas a la semana incluyendo agua, la cual puede tener alternativas para no generar plástico.

Mayor uso de agua

El gimnasio incluye duchas y baños para ofrecer un servicio completo y cómo para los clientes, se realiza limpieza principalmente en los baños y se limpia el suelo de las oficinas a diario, estas actividades en conjunto conllevan un elevado consumo de agua.

Contaminación acústica

La mayoría de las personas entrenan con música por motivación o concentración y el gimnasio cuenta con aquello, tiene altavoces distribuidos en 4 áreas, por otro lado, las clases grupales de bailo terapia son las más ruidosas. El gimnasio puede generar molestias para sus vecinos durante el día, a pesar de que se encuentra ubicado en la Flavio Reyes y esta zona es bastante visitada en las noches, por lo que se ha normalizado la contaminación acústica, ya que es un entorno que genera gran cantidad de ruido por restaurantes, discotecas, bares, karaokes, entre otros.

Aumento del tráfico urbano

El estacionamiento del gimnasio suele llenarse por completo es horas de alta afluencia, ya sean por motos o carros, la movilización de los clientes aumenta el tránsito vehicular, lo cual incrementa la emisión de gases.

Impactos Ambientales Positivos

Promueve un estilo de vida más saludable

Cada uno de los servicios que ofrece el gimnasio ayuda a disminuir enfermedades crónicas, ya que fomenta principalmente la actividad física, acompañado de una nutrición adecuada para cada cliente y más aún, con la implementación del servicio personalizado. Por ende, contrarresta el colapso en el sistema de salud pública, esto conlleva a reducir el uso de

recursos en los hospitales, así mismo, sobre el consumo de fármacos, a su vez, contribuye a una menor generación de desechos químicos y médicos.

Fomento de la economía circular

Con respecto a los planes nutricionales, el profesional en este campo, constantemente recomendará a los clientes, priorizar cada vez más el consumo local de alimentos orgánicos y para el tema de los suplementos, estos deben ser seleccionados entre los que se han producido de una manera más natural y dentro en la región. Lo que puede crear cadenas de valor sostenibles, que generen una menor huella ambiental incluso por la reducción del uso de transporte.

5.3.2. Plan de manejo ambiental

Desarrollar una evaluación de impacto ambiental

Previo a la aplicación del proyecto de la ampliación de servicios personalizados, realizar una evaluación de impacto ambiental, de tal manera, que disminuya los efectos negativos, considerando una planificación, presupuesto y sus beneficios.

Optar por el uso de energías limpias

Siendo parte de una acción del gimnasio en general, contratar proveedores de energías limpias, como son los paneles solares, además de adoptar prácticas para hacer uso eficiente de energía.

Usar tecnologías ecoeficientes

Cambiar sus instalaciones de luces por sistemas de iluminación LED, ventilación natural y tratar de ir implementando paneles solares, lo cual mejora también la imagen del gimnasio, se puede convertir en modelo de sostenibilidad para la competencia en Manta.

Política de disminución de residuos

Incentivar a los clientes en hacer uso de botellas reutilizables, implementar un dispensador de agua y cobrar por rellenar, sustituyendo la compra de botellas personales desechables, por bidones con agua de alta calidad y de esta manera se continúa obteniendo ingresos sin necesidad de contaminar con residuos plásticos.

Promover la separación de residuos con contenedores clasificados por color y letreros.

Movilidad sostenible

Incentivar a los clientes que hacen uso de bicicleta para llegar al gimnasio, dándoles beneficios como días adicionales al gimnasio en general o regarles algún servicio de valoración corporal.

CONCLUSIONES

Este estudio revela que la idea de proyecto enfocada en la ampliación del servicio para mejorar el estilo de vida y potenciar el rendimiento físico de las personas en la ciudad de Manta, tiene una aceptación del 65% de acuerdo a la encuesta aplicada a la población de quienes realizan ejercicios físicos o practican deportes, en donde realmente los servicios mayormente solicitados se basan en el plan nutricional, la valoración corporal y el acompañamiento en los entrenamientos.

Los resultados del estudio financiero reflejan un Valor Actual Neto de \$47.746,28, lo cual es positivo en relación a las utilidades netas del proyecto, consigo también se aumenta el patrimonio y destaca más su viabilidad financiera. La Tasa Interna de Retorno es de 32,60%, expresa que el proyecto si supera la rentabilidad mínima que se espera el inversionista, tomando en cuenta los ingresos y egresos sin considerar el financiamiento externo.

El costo beneficio es de 8,9, es decir que, por cada dólar que se invierte, se generan \$8,90 de beneficios superando los costos, sin embargo, el periodo de recuperación se da en el tercer año, lo cual se da principalmente por mantener una capacidad de atención máxima de 8 personas al día en los servicios personalizados y por la fijación de precios que son aceptables y accesibles en el mercado.

En conclusión, la ampliación del servicio personalizado es rentable ya que se logra recuperar la inversión, a pesar de que no se da de manera inmediata, sino en un rango razonable, genera un margen financiero suficiente para poder llevar a cabo las operaciones del servicio de manera sostenida en el tiempo. Este proyecto es aplicable como punto clave para volver más atractivo a Power House, lo convierte en uno de los favoritos de Manta y aumenta aún más su reconocimiento.

RECOMENDACIONES

Se aconseja ejecutar el proyecto en un plazo previsto, en donde el inversionista cuente con mayor capital propio, de tal manera, reducir el riesgo de no tener capacidad de cubrir los gastos financieros o de los intereses, ya que, de igual forma, en la evaluación económica resulta ser rentable, con una recuperación en el tercer año en todos los escenarios.

Mantener un seguimiento en el área operativa, principalmente en verificar que el horario de atención esté totalmente cubierto, con atención de la más alta calidad, ya que el salario de la mano de obra directa, es decir, del entrenador y nutricionista, representa un alto porcentaje en los costos. De no ser así, puede existir una ineficiencia operativa, por cubrir una menor demanda.

Se sugiere mantener una gestión de marketing para atraer nuevos clientes, por medio de la inversión en publicidad con mayor frecuencia en el primer año. Adicional a esto, se propone

hacer visitas a escuelas deportivas y centros recreativos con el objetivo de hacer un convenio entre marcas, como una de las estrategias para lograr una tasa de clientes fidelizados.

Monitorear de manera periódica los indicadores financieros, como es la TIR, VAN y el C/B, ya que pueden surgir valores reales mientras se ejecute el proyecto, esto permite planificar alternativas de cambios estratégicos, como el ajuste de precios para promociones o incluso si aplica un financiamiento por aumento del presupuesto.

Se recomienda contar con un plan de contingencia, en el que se establezca un monto de reserva para poder mitigar los impactos que puede causar alguna adversidad, como el incremento de costos o bajos ingresos por disminución en la demanda.

REFERENCIAS

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria. (2024). *Gimnasios de Ibarra fueron inspeccionados por ARCSA*. <https://www.controlsanitario.gob.ec/gimnasios-de-ibarra-fueron-inspeccionados-por-arcsa/>
- Alcaldía de Manta. (2025). *Manta recibe un reconocimiento por su designación como Ciudad Americana del Deporte por parte del Parlamento Andino*.
- Aponte, R., Muñoz, F., y Álzate, L. (2017). *La evaluación financiera de proyectos y su aporte en la generación de valor corporativo*. <https://www.redalyc.org/pdf/6735/673571175017.pdf>
- Barney, J. (1991). *Firm resources and sustained competitive advantage*. Journal of Management. [https://josephmahoney.web.illinois.edu/BA545_Fall%202022/Barney%20\(1991\).pdf](https://josephmahoney.web.illinois.edu/BA545_Fall%202022/Barney%20(1991).pdf)
- Betancourt, D. (2019). *Análisis pestel para describir el contexto organizacional*. <http://148.202.167.116:8080/jspui/handle/123456789/3205>
- Branch. (5 de Junio de 2024). *Estadísticas de la situación digital de Ecuador en el 2024*.
Obtenido de <https://branch.com.co/marketing-digital/situacion-digital-de-ecuador-en-2024/#:~:text=A%20principios%20de%202024%20hab%C3%ADa,de%20Internet%20al%20canzaba%20el%2083.6%25>.
- Concejalía de Manta. (2024). *Plan de Trabajo 2023 - 2024*.
<https://manta.gob.ec/concejales/Lady%20Jacqueline%20Garc%C3%ADa%20Mej%C3%ADa/7.%20PLAN%20DE%20TRABAJO.pdf>
- Datos Macro. (2024). *PIB de Ecuador*.
<https://datosmacro.expansion.com/pib/ecuador#:~:text=El%20PIB%20Per%20c%C3%A1lculo%20de,que%20fue%20de%206.148%20%E2%82%AC%20>

- Dressler, E., y Wolff, J. (2024). *From Political Instability To “Internal Armed Conflict”:
Ecuador’s Multiple Crisis*. <https://dx.doi.org/10.4067/s0718-090x2024005000107>
- El Comercio. (15 de Agosto de 2024). Gobierno decreta emergencia del sector eléctrico para paliar los cortes de luz. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/gobierno-decreta-emergencia-del-sector-electrico-para-paliar-los-cortes-de-luz.html>
- Espinoza, A. (2006). *Importancia del Análisis Estratégico en los Estudios Preliminares de un Proyecto de Inversión*. ResearchGate.
<https://www.redalyc.org/pdf/4655/465545874006.pdf>
- Farhat, S. (2016). *Metodología de cálculo del costo promedio ponderado de capital en el modelo del WACC*. <https://editorial.ucsg.edu.ec/empresarial/index.php/empresarial-ucsg/article/view/50>
- Fernández, S. (2010). *Los Proyectos de Inversión: evaluación financiera*. . Editorial tecnológica de CR.
https://books.google.com.ec/books?hl=es&lr=&id=erlnsjksoLMC&oi=fnd&pg=PA1&dq=%5Cestudio+tecnico+para+los+proyectos+de+inversion&ots=lqQ6P_Dgxa&sig=zmYWr5NDqtMdTaHuTrrW-i2TIUg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Figueroa, I. E. (2024). *Ministerio de Trabajo*. <https://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/2024/01/ACUERDO-MINISTERIAL-Nro.-MDT-2024-013-signed.pdf>
- GADMC-Manta. (2023). *Emisión de licencia única anual de funcionamiento comercial, industrial, financiero y profesional en el cantón Manta*. <https://www.gob.ec/gadmc-manta>
- Gobierno Electrónico. (2021). *Emisión de permiso anual de funcionamiento para establecimientos permanentes*. <https://www.gob.ec/cbbas/tramites/emision-permiso-anual-funcionamiento-establecimientos-permanentes>

Guerras, L., Navas, J., y Rimbau, E. (2002). *Análisis interno de la empresa*.

https://cv.uoc.edu/annotation/286358c6568795c01a76cac86d69262e/495155/PID_00144800/modul_3.html

Hernández, J. (2011). *Modelo de Competitividad de las cinco fuerzas de Porter*.

https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54488638/MODELO_DE_COMPETITIVIDAD_DE_LAS_CINCO_FUERZAS_DE_PORTER_-_8-libre.pdf?1505945512=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DMODELO_DE_COMPETITIVIDAD_DE_LAS_CINCO_FU.pdf&Expires=1754866253&Signature=G5

INEC. (2023). *201.279 Personas más viven en Manabí*.

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/201-279-personas-mas-viven-en-manabi/>

INEC. (Enero de 2024). *Boletín Técnico N°01-2024-IPC*.

https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Inflacion/2024/Enero/Boletin_tecnico_01-2024-IPC.pdf

Leraning Corner. (9 Junio 2025). *La importancia del horizonte temporal en tu estrategia de inversión*. HAMCO. <https://www.hamco.es/2025/06/09/importancia-horizonte-temporal-estrategia-inversion/>

Ministerio de Trabajo. (2024). *El Salario Básico Unificado del trabajador en general para el año 2025 será de USD 470,00*. <https://www.trabajo.gob.ec/el-salario-basico-unificado-del-trabajador-en-general-para-el-ano-2025-sera-de-usd-47000/>

Molina Jaramillo, V. N., y Morales Castro, M. J. (2023). *Proyecto de inversión para la creación de una microempresa de confección y comercialización de crop-top and t-shirt en la ciudad de Manta*. Manta.

Morales, C. (2025). *Entrenamiento Personalizado: Servicio destacado en los Centros de Acondicionamiento Físico*. MENTOR Revista De investigación Educativa Y Deportiva. <https://revistamentor.ec/index.php/mentor/article/view/9512>

Pachamama Fundación. (2021). *Nuestra Historia*. <https://www.pachamama.org.ec/nuestra-historia/#:~:text=Con%20nuestro%20apoyo%2C%20Ecuador%20fue,restauraci%C3%B3n%20de%20sus%20ciclos%20vitales>.

PDOT. (2024). *Manta Alcaldía del Cambio*. <https://manta.gob.ec/db/2024/PDOT%20PARA%20PUBLICAR%20BORRADOR/SISTEMA%20SOCIO%20CULTURAL%20ACTUALIZACION/SISTEMA%20SOCIO%20CULTURAL%20DIAGNOSTICO%20Y%20PROPUESTA.pdf>

Riquelme, M. (2016). *Matriz o Análisis FODA Una herramienta esencial para el estudio de la empresa*. <https://www.analisisfoda.com/>

Santos, T. (2008). *Estudio de factibilidad de un proyecto de inversión: etapas en su estudio*. Contribuciones a la economía. [file:///C:/Users/JORDY%20MATUTE/Downloads/contribucionesalaeconomia_com+\(42\)%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/JORDY%20MATUTE/Downloads/contribucionesalaeconomia_com+(42)%20(2).pdf)

SRI. (s.f.). *Guías Tributarias*. https://www.sri.gob.ec/web/intersri/guias-tributarias-para-el-contribuyente?p_l_back_url=%2Fbuscador%3Fq%3DOBLIGACIONES%2520TRIBUTARIAS

Urbanitae. (8 febrero 2025). *Horizonte temporal: la clave para planificar el futuro financiero*.

<https://blog.urbanitae.com/2025/02/08/horizonte-temporal-la-clave-para-planificar-el-futuro-financiero/>