



**UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

**LA UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA**

**ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**MODALIDAD A DISTANCIA**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN  
DE UN CENTRO DE ACONDICIONAMIENTO  
FÍSICO Y SPA EN LA CIUDAD DE QUITO,  
AÑO 2008”**

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**AUTORA:**

**VERÓNICA DEL CARMEN TORRES PAZMIÑO**

**DIRECTORA: Econ. Dayanara Villafuerte**

**2010**

## **CERTIFICACIÓN DEL DIRECTOR DE TESIS**

Economista

Dayanara Villafuerte

DOCENTE DE LA ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo de investigación, realizado por la egresada Verónica del Carmen Torres Pazmiño, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, constatando que cumple con todos los requisitos de fondo y forma establecidos por la Escuela de Administración de empresas, por lo tanto autorizo su presentación.

Loja, abril del 2010

Econ. Dayanara Villafuerte  
**DIRECTORA**

## **CESION DE DERECHOS DE TESIS**

“Yo Verónica del Carmen Torres Pazmiño declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en la parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos, técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”

Verónica del Carmen Torres Pazmiño  
Autora

## **AUTORÍA**

Las ideas, conceptos, procedimientos y resultados vertidos en el presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Verónica del Carmen Torres Pazmiño

## **DEDICATORIA**

Con todo mi amor, dedico este trabajo a mis 4 hijitos: Esteban Nicolás (13), Jehrson Sebastián (11), Juan Francisco (6) y Mateo Santiago (4), quiero que sientan este logro como propio ya que fueron ellos quienes conmigo sacrificaron su tiempo de diversión y esparcimiento de sus fines de semana porque sabían que Mamá estaba dedicando su valioso tiempo a una meta muy importante dentro de la superación familiar, quiero agradecerles de todo corazón por su apoyo y comprensión y tiempo, quiero que sepan que todo mi esfuerzo fue para que se sientan orgullosos de tener una madre profesional, espero dejar un legado de dedicación y esfuerzo que vean en mí un ejemplo de que lo que se quiere se puede lograr nada más se necesita decisión y un gran deseo de superación de lograr sus metas.

Un agradecimiento especial a mi hermanita Sofía quién fue mi ejemplo de disciplina y estudio, a mi madre Sarita y padre Carlitos quienes cultivaron en mi el deseo de superación personal y profesional que me motivaron en todo momento a seguir adelante y a mi esposo Marcelo Morales quién incondicionalmente me apoyó desde el principio hasta el fin de mi carrera con su compañía y muy buenos consejos, gracias por su apoyo moral en la salud y enfermedad, en el cansancio y las malas noches porque supo creer en mí siempre muy seguro de que lo lograría.

Verónica del Carmen Torres Pazmiño

## **AGRADECIMIENTO**

Un agradecimiento a los Directivos, personal docente y administrativo de la prestigiosa Universidad Técnica Particular de Loja por permitirme realizar mis estudios profesionales, a través de la Educación a Distancia.

De manera especial, mi sincero agradecimiento a la Economista Dayanara Villafuerte Directora de tesis de la Escuela de Administración de Empresas, por haber guiado y orientado acertadamente mi tesis.

Agradezco a Dios quién me iluminó para tomar la mejor decisión de mi vida profesional ya que la formación recibida ha sido integral y el crecimiento personal muy enriquecedor porque mis conocimientos serán utilizados en el servicio al prójimo con el compromiso de aplicar lo aprendido con el deseo de servir con un sentido de responsabilidad y mucha ética.

Finalmente agradezco a todas las personas que de una u otra manera colaboraron conmigo hasta la culminación de mi trabajo.

La autora

Verónica del Carmen Torres Pazmiño

## ÍNDICE DE CONTENIDOS.

	Pág.
<b>CAPITULO I ASPECTOS GENERALES</b>	<b>1</b>
1.1. Orígenes e Historia	2
1.1.1 Principios básicos	3
1.1.2. Tipos de fuerza a desarrollar con pesas	3
1.2. El ejercicio	4
1.3. La nutrición	13
1.4. El stress y otras enfermedades	32
1.5. La belleza	34
1.6. El cuidado corporal	38
1.7. La armonía	40
1.8. El equilibrio cuerpo – mente	41
<b>CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADO</b>	<b>47</b>
2.1 Introducción al tema	48
2.2 Metodología de la investigación	49
2.3 Perfil del cliente	50
2.4 Delimitar y determinar el universo del estudio	50
2.5 Tamaño de la muestra	51
2.6 Análisis de la demanda	53
2.7 Tabulación de la encuesta	56
2.8 Análisis de la oferta	63
2.9 Balance Oferta y Demanda	68
<b>CAPITULO III</b>	<b>71</b>
3. Análisis FODA	72

	<b>Pág.</b>
3.1 Organización de la empresa	<b>74</b>
3.1.1. Nombre de la empresa	<b>74</b>
3.1.2. Descripción de la empresa	<b>74</b>
3.1.3. Misión y Visión de la empresa	<b>74</b>
3.1.4. Objetivos de la empresa	<b>75</b>
3.1.5. Estructura Organizativa	<b>76</b>
3.1.6 Aspectos Legales	<b>80</b>
<b>3.2 Estudio Técnico</b>	<b>80</b>
3.2.1. Especificaciones del servicio	<b>80</b>
3.2.2. Descripción de la prestación del servicio	<b>86</b>
3.2.3. Diagrama del flujo del proceso	<b>86</b>
3.2.4. Características de la tecnología	<b>88</b>
3.2.5. Equipos e instalaciones	<b>88</b>
3.2.6. Distribución de las áreas	<b>89</b>
3.2.7. Recurso Humano requerido	<b>90</b>
<b>3.3 Ciclo de negocios</b>	<b>90</b>
3.3.1. Marketing mix	<b>92</b>
3.3.2. Plan de ventas	<b>98</b>
<b>CAPITULO IV</b>	<b>102</b>
<b>4 Presupuestos</b>	<b>103</b>
4.1 Ingresos y gastos	<b>104</b>
4.2 Capital social	<b>106</b>
4.3 Estados financieros	<b>107</b>
4.4 Puntos de equilibrio	<b>108</b>
4.5 Evaluación	<b>110</b>

	<b>Pág.</b>
<b>5 Flujo de caja</b>	<b>110</b>
5.1 Indicadores financieros	<b>111</b>
5.2 Análisis de sensibilidad	<b>114</b>
<b>Conclusiones</b>	<b>118</b>
<b>Recomendaciones</b>	<b>120</b>
<b>Bibliografía</b>	<b>121</b>

#### **Indice de Anexos**

<b>Anexos</b>	<b>122</b>
Anexo 1 Encuesta.	<b>123</b>
Anexo 2 Estatuto de una sociedad mercantil de Responsabilidad limitada nueva empresa.	<b>126</b>
Anexo 3 Descripción de inversión por áreas.	<b>133</b>
Anexo 4 Descripción de ingresos por áreas.	<b>135</b>
Anexo 5 Diseño de publicación en la Revista La Familia	<b>137</b>
Anexo 6 Díptico	<b>138</b>

#### **Indice de Cuadros**

1 Frecuencia cardiaca	<b>6</b>
2 Nivel de Entrenamiento	<b>7</b>
3 Tabla de las vitaminas esenciales	<b>27</b>
4 Los Minerales	<b>28</b>
5 Segmentación de la Población	<b>51</b>
6 Preguntas que determina el % de demanda potencial	<b>54</b>
7 Aplicación % demanda potencial al universo	<b>54</b>
8 Ubicación de encuestado	<b>56</b>
9 Instrucción del encuestado	<b>57</b>
10 Ingreso del encuestado	<b>58</b>
11 Actividades físicas del encuestado	<b>58</b>

	<b>Pág.</b>
12 Deporte que practica el encuestado	<b>59</b>
13 Qué deporte prefiere en encuestado	<b>59</b>
14 Frecuencia de práctica del encuestado	<b>60</b>
15 Qué busca el encuestado	<b>61</b>
16 Por qué recomienda lugar de preferencia del encuestado	<b>62</b>
17 Qué opina el encuestado	<b>62</b>
18 Qué servicio busca el encuestado	<b>63</b>
19 Lugar de práctica del encuestado	<b>65</b>
20 Recomendación del lugar de preferencia del encuestado	<b>65</b>
21 Porqué recomienda lugar de preferencia del encuestado	<b>66</b>
22 Capacidad instalada por competencia directa	<b>67</b>
23 Número de personas diarias competencia	<b>67</b>
24 Oferta global	<b>60</b>
25 Análisis de participación del proyecto en base a la oferta	<b>68</b>
26 Análisis de participación del proyecto en base a la demanda	<b>69</b>
27 Crecimiento histórico anual proyectado en el lapso de 10 años	<b>69</b>
28 Organigrama estructural	<b>76</b>
29 Cuidado de manos y pies	<b>84</b>
30 Depilaciones	<b>84</b>
31 Flujograma	<b>87</b>
32 Equipos e instalaciones	<b>88</b>
33 Recurso Humano	<b>90</b>
34 Ciclo de negocios	<b>91</b>
35 Presupuesto de Marketing	<b>98</b>
36 Inversión	<b>103</b>
37 Distribución de la inversión	<b>103</b>
38 Ingresos del proyecto	<b>104</b>
39 Gastos	<b>105</b>
40 Depreciaciones	<b>105</b>

	<b>Pág.</b>
41 Costos totales del proyecto	<b>105</b>
42 Clasificación de costos	<b>106</b>
43 Capital social	<b>106</b>
44 Balance de situación inicial	<b>107</b>
45 Estado de resultados	<b>108</b>
46 Punto de Equilibrio ventas y número de clientes	<b>109</b>
47 Flujo de caja	<b>111</b>
48 Valor actual neto del proyecto	<b>112</b>
49 TIR del proyecto	<b>113</b>

### **Indice de Gráficos**

<b>Distribución de Areas</b>	<b>89</b>
------------------------------	-----------

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Este capítulo hace referencia a la historia del ejercicio y sus orígenes, se detalla los principios básicos de entrenamiento para trabajar las distintas zonas de nuestro cuerpo, los entrenamientos deben estar divididos en rutinas para pecho, triceps, espalda y bíceps esto normalmente fortalecen músculos y dan volumen a deportistas como físico culturistas pero para los demás deportistas se hace énfasis en tres ejercicios básicos como sentadillas, press de banca y peso muerto.

Existen tres tipos de fuerzas a desarrollar con pesas que son: máxima, velocidad y resistencia.

El ejercicio mejora el consumo de oxígeno y los procesos metabólicos, consigue fuerza y entrenamiento, ayuda a disminuir la grasa corporal y mejora el movimiento de las articulaciones y los músculos, todos estos beneficios son esenciales para la buena salud, se sugiere incorporar una rutina de ejercicio a la rutina diaria.

Los métodos de ejercicio que se recomienda están divididos en tres categorías generales como: aeróbico, fuerza o anaeróbica, flexibilidad o stretch.

La nutrición es importante en la salud existen seis clases principales de nutrientes que el cuerpo necesita carbohidratos, proteínas, grasas, vitaminas, minerales y agua, es necesario consumir diariamente seis nutrientes para construir y mantener una función corporal saludable.

La presencia de stress y otras enfermedades en el ser humano es evidente y son causa de sufrimiento, por eso es necesario mantener un equilibrio en el estilo de vida combinando alimentación, ejercicios,

cuidados corporales y salud mental. El estudio de mercado permite la orientación de las empresas mediante las cuales tratan de responder las necesidades de los consumidores con el fin de satisfacer de mejor manera con sus productos y servicios.

La oferta potencial anual determinada es del 87.000. El número de personas diarias que asistan al Centro de acondicionamiento físico y spa se determina en base a días de atención 25 x 12 meses al año con un total de 300 días anuales, del total de demandantes anuales 24.725 / 300 días laborables da un promedio de 82 personas diarias que asistan al establecimiento.

En cuanto a la organización de la empresa el nombre escogido para el Centro de Acondicionamiento Físico y Spa es "GYM ARMONY SPA", el nombre proyecta la realidad y el servicio que ofrece, tomando en cuenta la armonía en el perfecto equilibrio y salud, este es un establecimiento que marca la diferencia, el cliente puede comparar en el precio todos los servicios que recibe satisfaciendo sus necesidades en su totalidad, siendo un local de primera con un ambiente acogedor, limpio donde predomine la amabilidad, profesionalismo y el servicio al cliente con un estilo decorativo que combina dos elementos que proyecte un estilo moderno y elegante al mismo tiempo.

Los servicios que se ofrece están divididos en tres áreas: Gimnasio, Spa y Estética distribuidos en 800mts<sup>2</sup>.

En cuanto al presupuesto de inversión requerido para la puesta en marcha del negocio es de USD48.260.

La evaluación del punto de equilibrio determina el nivel de operación necesario para cubrir todos los costos operativos, evaluando la rentabilidad asociada con los diversos niveles de ventas.

El VAN encontrado es de USD64.239.

La tir evidencia el nivel de rendimiento de los USD48.260 que en este caso alcanza el 49% que se determina interpolando una tasa mayor y una menor, esto permite conocer si la TIR que arroja el proyecto es aceptable y por lo tanto conveniente la ejecución del mismo.

## **CAPITULO I**

### **ASPECTOS GENERALES**

## **1.1 Orígenes e Historia**

Hipócrates explicó por primera vez de que se trataba el entrenamiento con peso cuando escribió "el que utiliza esto se desarrolla, y quien no lo utiliza esta desperdiciando su tiempo." El entrenamiento de resistencia progresiva data de la Antigua Grecia, personajes legendarios como el luchador Milón de Crotona entrenaba llevando un ternero recién nacido sobre su espalda todos los días hasta que este creció. Otro griego, el médico Galeno, describió el entrenamientos de fuerza usando haleteres, una antigua forma de mancuernas.

Otro instrumento antiguo de ejercicio era el garrote hindú, el cual fue creado en la antigua Persia. Posteriormente, hacia el siglo XIX estos elementos se volvieron populares en Inglaterra y Estados Unidos.

La mancuerna propiamente dicha se unió a la barra a fines del siglo XIX. Las primeras barras tenían globos huecos que podían ser llenados por arena o por plomo, pero antes de comenzar el siglo XX fueron reemplazados por los actuales discos.

Los orígenes del aeróbic tal y como lo entendemos en al actualidad podemos situarlos en el año de 1968, el Doctor Kenneth H. Cooper, autor del libro titulado "Aeróbics" medico de las Fuerzas Aéreas estadounidenses exponen la obra el programa de entrenamiento que el diseño para los miembros de la institución de su país, consistía en llevar a cabo esfuerzos durante periodos de tiempo prolongados para aumentar el rendimiento y la resistencia de quienes lo realizaban, disminuyendo el porcentaje de riesgo de sufrir enfermedades cardíacas y circulatorias, infartos, arteriosclerosis. A partir de este programa creado por el se lo considera el "Padre del Aeróbic", apareció primero en EEUU y posteriormente en otros países del mundo, el (jogging) es el entrenamiento aeróbico de resistencia.

Con el paso del tiempo se ha combinado la música y elementos de disciplina diferentes: jogging, jazz, gimnasia, baile y así crear algo nuevo, el resultado de esta combinación se denomina danza aeróbica, consiste en bailar al ritmo de una música pero de manera aeróbica siguiendo los principios básicos que debe cumplir todo ejercicio aeróbico, este es un ejercicio completo ya que no solo se trabaja resistencia sino que se potencia la flexibilidad, coordinación, fuerza e incluso habilidad.

En los años sesenta se comenzaron a implementar la máquina de ejercicio en los gimnasios. El entrenamiento con pesas aumentó su popularidad en la década de 1980, debido en parte a la película de culturismo Pumping Iron y a la posterior popularidad de Arnold Schwarzenegger. Desde los años noventa incrementó la cantidad de mujeres entrenando con pesas, influenciadas por programas de entrenamiento. (Fuente: Wikipedia)

### **1.1.1 Principios básicos**

Al igual que en otros entrenamientos de fuerza, en el entrenamiento con pesas el principio fundamental se basa en realizar repeticiones y series, así como también hay distintos ejercicios según la zona muscular a desarrollar. Para trabajar las distintas zonas, los entrenamientos deben estar divididos en rutinas ejemplo: pecho y tríceps; espalda y bíceps. Esta división muscular esta bien para entrenamientos culturistas, pero en otros deportes se debe entrenar los tres ejercicios básicos sentadilla, el press de banca y el peso muerto.

### **1.1.2. Tipos de fuerza a desarrollar con pesas**

- **Fuerza máxima.**

Máxima contracción muscular voluntaria de la que el deportista es capaz, requiere una total movilización de su sistema neuromuscular, no se debe

confundir con la fuerza absoluta que es la posibilidad de reserva del sistema neuromuscular y que solo se produce con acciones externas electroestimulación pero no voluntarias. Determinante en alterofilia, (levantamiento de potencia) lanzamientos, saltos, velocidad, deportes de combate, gimnasia.

- ***Fuerza velocidad***

Capacidad neuromuscular para lograr altos índices de fuerza en el menos tiempo posible, capacidad de vencer la fatiga, realizar un gran numero de repeticiones de los movimientos o una ampliación prolongada de la fuerza en condiciones de contracción o una resistencia externa para un mejor desarrollo en el ejercicio. Cuando la resistencia es notable se denomina "fuerza explosiva", cuando la resistencia es pequeña o media se llama "fuerza de salida". Es determinante en cualquier deporte.

- ***Fuerza resistencia***

Es más correcto considerarla como uno de los tipos de resistencia sin embargo, en la literatura especial esta cualidad se estudia como una capacidad de fuerza se caracteriza por la capacidad motriz para mantener las contracciones musculares durante un tiempo prolongado y a su vez sin una disminución del rendimiento de trabajo. Da la capacidad de mantener índices de fuerza bastante altos durante el mayor tiempo posible, capacidad de vencer la fatiga, realizar un gran número de repeticiones de los movimientos o una aplicación prolongada de la fuerza en condiciones de contracción a una resistencia externa.

## **1.2. El ejercicio**

El ejercicio mejora el consumo de oxígeno y los procesos metabólicos, consigue la fuerza y entrenamiento, ayuda a disminuir la grasa corporal, y mejora el movimiento de las articulaciones y los músculos, todos estos

beneficios son esenciales para la buena salud, y todos deberíamos intentar incorporar una rutina de ejercicio a nuestra vida diaria, nadie es lo bastante joven o lo bastante viejo como para no hacer ejercicio. La mitad de las personas que comienzan un programa de entrenamiento intenso lo abandonan al cabo de un año, por lo que la clave para conseguir y mantener una forma física, es encontrar actividades que sean interesantes, retadoras, y que creen satisfacción. La Asociación Americana de Cardiología recomienda que las personas hagan ejercicio al menos 30 minutos tres o cuatro veces por semana, y 10-24 minutos más de 5 veces por semana, y se consigue estar más cerca del nivel óptimo con cada sesión. Los entrenadores personales sin conexión alguna con un gimnasio bien acreditado deben tener un certificado extendido por una organización de entrenadores calificados como la Concentración de Físico Culturismo y Aeróbicos de Pichincha los vídeos con ejercicios también pueden ser útiles, pero las personas han de estar seguras de que son adecuados para su edad y sus necesidades de salud, las personas de más de 45 años que no se han realizado un chequeo en dos años o más, las personas con problemas médicos graves o crónicos, o que presentan un riesgo de enfermedad cardiaca, y las personas que están tomando medicación, deben consultar a un médico antes de comenzar un programa serio de ejercicio.

- **Objetivos de frecuencia cardiaca**

Se considera óptimo el realizar ejercicio durante 15 a 60 minutos diarios a una frecuencia cardiaca entre el 70 y el 85 % de la máxima. Para determinar la frecuencia cardiaca, se debe medir el pulso en la arteria carótida, en el cuello, o en la radial en la cara anterior de la muñeca, utilizando los dos primeros dedos de la mano. Es más fácil contar los latidos durante 10 segundos, y multiplicar por seis para calcular los latidos totales por minuto, 15-60 minutos diarios de ejercicio al día, o simplemente cualquier actividad física que mantenga la frecuencia

cardiaca al 70-85% de su máximo se considera óptima. La frecuencia cardiaca máxima por minuto (FCM) de un individuo en particular puede calcularse restando 220 menos la edad, un estudio realizado en ancianos sugiere que deben practicar ejercicio con la misma frecuencia, pero llegar a un 60-73% de la FCM, una forma más informal de indicar la intensidad del ejercicio es intentar mantener un ritmo que haga sudar, pero que permita mantener una conversación con un amigo sin quedar sin respiración, a medida que aumenta la forma física, el ritmo al que puedes llegar se hace más y más rápido.

**Cuadro No. 1**

<b>FRECUENCIA CARDIACA</b>		
<b>PARA UNA CUENTA</b>		
<b>DE DIEZ SEGUNDOS EN VARIAS EDADES</b>		
<b>EDAD</b>	<b>BAJA</b> <b>70%MAX</b>	<b>ALTA</b> <b>85%MAX</b>
20	23	28
30	22	27
40	21	26
50	20	24
60	18	23

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Verónica Torres La Autora

▪ **VO2 Máxima**

Algunas de las personas que hacen ejercicio usan la VO2 max, que es un cálculo de la cantidad de oxígeno exhalado mientras se hace ejercicio al máximo nivel posible. El método de medición más preciso se realiza con la ayuda de ordenadores, pero cualquier persona puede hacer una estimación de su VO2 sin ningún aparato adicional. Después de correr durante 15 minutos, se debe redondear la distancia recorrida a múltiplos de 25 metros. Este resultado se divide por 15, y se le resta 133. El resultado se multiplica por 0.172 y se le suma 33.3. Los atletas olímpicos y profesionales entrenados tienen una VO2 max por encima de 80, pero para la persona media interesada en un buen estado de forma, unos

niveles entre 50 y 80 se consideran como excelentes para la salud en general.

**Cuadro No. 2**  
**Nivel de entrenamiento**

<b><u>Nivel</u></b>	<b><u>Porcentaje</u></b>
Principiantes	entre 60 – 70%
Medio	entre 70 – 75%
Avanzado	entre 80 – 85%

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Verónica Torres La Autora

▪ **Métodos de ejercicio que se recomienda**

Los expertos dividen el ejercicio en tres categorías generales: aeróbico, fuerza o anaeróbico y flexibilidad o stretch, y recomiendan un programa equilibrado que incluya las tres. El entrenamiento de velocidad es también una categoría general, pero sólo lo suelen practicar los atletas de competición, se pueden encontrar muchos gimnasios con entrenadores personales que pueden ser muy útiles porque recomienda y dirige la mejor aplicación técnica del ejercicio de acuerdo a la condición física de cada persona.

Unas pocas normas sencillas son de ayuda cuando se desarrolla la rutina diaria. No se ha de comer dos horas antes de un ejercicio vigoroso, sino beber líquidos abundantes antes, durante y después del esfuerzo físico. La actividad debe ajustarse de acuerdo con el tiempo, y reducirse ante fatiga o enfermedad. Cuando se practica ejercicio, se han de escuchar los síntomas de calentamiento del cuerpo, y consultar a un médico si el ejercicio induce dolor torácico, latidos cardiacos irregulares, fatiga indebida, náuseas, falta de respiración no esperada, o mareo.

### **Período de calentamiento y enfriamiento**

El calentamiento y el enfriamiento son partes importantes de cualquier rutina de ejercicio, ayudan al organismo a hacer la transición entre el reposo y la actividad, y el reposo de nuevo, y pueden prevenir lesiones, especialmente en las personas de mayor edad, los ejercicios de calentamiento deben practicarse durante 5 a 10 minutos antes del comienzo de una sesión de ejercicio, las personas mayores necesitan un período más largo para calentar sus músculos, el ejercicio aeróbico de baja intensidad es la mejor estrategia, por ejemplo caminar a paso ligero, moviendo los brazos, o correr sin moverse del sitio. Para el enfriamiento uno debe caminar lentamente hasta que la frecuencia cardiaca esté entre 10 y 15 latidos por encima del ritmo de reposo, parar bruscamente puede bajar de golpe la presión arterial, lo cual constituye un peligro para las personas mayores, y puede causar calambres musculares, los estiramientos son adecuados en el período de enfriamiento, pero no en el calentamiento, porque se pueden lesionar los músculos fríos.

Hay ejercicios en particular que pueden requerir el estiramiento de determinados músculos, por ejemplo, una persona que hace "jogging" o bicicleta debe estirar las pantorrillas, las ingles, y los cuádriceps, mientras que los nadadores se concentran en las ingles, los hombros y la espalda.

### **Entrenamiento aeróbico (de resistencia)**

Los ejercicios aeróbicos crean resistencia y mantienen el bombeo cardiaco a un ritmo constante pero elevado durante un período prolongado, practicarlos regularmente puede potenciar la función cardiaca, aumentar las HDL (el colesterol "bueno"), fortalecer los huesos de la columna vertebral, y disminuir el riesgo de infarto, hipertensión arterial, accidente vascular cerebral, diabetes, e incluso algunas formas de cáncer. El ejercicio aeróbico también reduce la grasa corporal, y puede mejorar el bienestar de la persona, correr, nadar, montar en bicicleta,

subir escaleras, y el aeróbic son todos ellos ejemplos de ejercicio aeróbico. Tan poco como una hora a la semana es suficiente, pero tres o cuatro horas por semana son óptimas. Las personas que no están en forma o los ancianos deben comenzar el ejercicio aeróbico gradualmente durante 5-10 minutos de actividad aeróbica de bajo impacto por ejemplo, utilizar la caminadora, escaladora o bicicleta estática con frecuencias bajas a días alternos, y llegar hasta el objetivo de 30 minutos al día, entre 3 y 7 veces por semana.

Como es tan natural y conveniente, el caminar rápido es una forma excelente y sencilla de conseguir practicar ejercicio aeróbico. Algunas investigaciones indican que caminar a un ritmo rápido quema tantas calorías como correr la misma distancia, y supone un riesgo menor de lesión muscular u ósea.

La natación es el ejercicio ideal para muchas personas con ciertas limitaciones físicas, como las mujeres embarazadas, los individuos con problemas musculoesqueléticos, y los afectados por asma desencadenada por el ejercicio. La natación, sin embargo, no eleva la frecuencia cardiaca como otros deportes, debido al llamado reflejo de buceo, que causa una disminución de la frecuencia cardiaca de forma automática cuando el cuerpo se sumerge en el agua. Para nadar, se ha de intentar un objetivo del 75% de la Fuerza Cardiaca Máxima, restando 12 latidos por minuto.

### **Zapatos y ropa**

Aunque las personas se gastan mucho dinero en equipamiento deportivo, lo único realmente necesario son unos zapatos deportivos buenos, bien confeccionados, que ajusten correctamente, sin estar gastados, deben sostener el tobillo y ofrecer un colchón protector para los deportes de

impacto como el correr o el aeróbic, ventilar los zapatos y los pies después del ejercicio reduce las posibilidades de desarrollar alteraciones de la piel como el pie de atleta, la comodidad y la seguridad son las palabras clave para la ropa deportiva. Para el ejercicio practicado por la noche, debe llevarse un chaleco reflectante y ropa de colores vivos

### **Equipamiento para el ejercicio aeróbico**

Gastar mucho dinero en equipamiento no siempre se traduce en una mejor sesión de ejercicio ni en mejores resultados. Una simple cuerda de saltar mejora la resistencia aeróbica en las personas que son capaces de llevar a cabo ejercicios de alto impacto, para saltar debe hacerse en superficies que eviten la lesión de las articulaciones un buen piso con cámara de aire es importante para amortiguar el impacto en todo tipo de ejercicio aeróbico. Las máquinas de ejercicio pueden adaptarse a cualquier nivel de forma física, y se pueden emplear durante el día o la noche, para quemar calorías, las cintas para caminar son las mejores, seguidas por las máquinas de subir peldaños, las de remar, las de esquí de fondo, y las bicicletas estáticas, las elípticas pueden ser incluso mejores que las cintas caminadoras para elevar la frecuencia cardiaca y aumentar el consumo de calorías y de oxígeno, las bicicletas estáticas y las máquinas de subir peldaños son fáciles de usar con seguridad y refuerzan los músculos de las piernas.

Los pedales deben moverse con suavidad, la altura del sillón se ajusta con facilidad, y el ordenador de la bicicleta debe ser capaz de ajustar la intensidad, las máquinas de escaleras ofrecen la posibilidad de realizar ejercicio intenso pero de bajo impacto, las máquinas de remar y las de esquí de fondo ejercitan la parte superior e inferior del cuerpo, los modelos más sofisticados pueden utilizar ordenadores para registrar las calorías consumidas, la velocidad y la distancia, sus lecturas pueden

aumentar la motivación e indicar la intensidad del ejercicio. Un entrenamiento supervisado por el instructor con estas máquinas puede reducir el riesgo de lesiones que podrían tener lugar con el auto-entrenamiento.

### **Entrenamiento isométrico de fuerza o resistencia**

Mientras que el ejercicio aeróbico se centra en la resistencia, el ejercicio isométrico se basa en la fuerza, la adición de 10-20 minutos de un ligero entrenamiento de fuerza dos o tres veces por semana es importante para un programa de ejercicio equilibrado, las personas que sólo hacen ejercicio aeróbico suelen perder fuerza en la parte superior del cuerpo, el ejercicio isométrico aumenta la fuerza muscular y quema la grasa, ayuda a mantener la densidad ósea, y mejora la digestión, parece disminuir el llamado "colesterol malo", el ejercicio isométrico es beneficioso para todo el mundo, incluso para personas de 60 años. De hecho, el entrenamiento muscular es más importante a medida que se envejece, ya que tras los 30 años todos sufrimos un lento proceso de erosión muscular, que puede reducirse o incluso revertir añadiendo un entrenamiento de resistencia al programa de ejercicio se debe señalar la importancia de que las personas con riesgo de enfermedad cardiovascular no deben realizar ejercicios isométricos (contracción muscular), las personas deben primero seleccionar un peso o una tensión que permita un máximo de 8 repeticiones, cuando se puedan completar 12 repeticiones, debe emplearse un peso o tensión mayores que limite al sujeto a 8 repeticiones de nuevo. Una vez se puedan completar las 12 repeticiones a la máxima tensión, la resistencia se puede disminuir, y se puede aumentar el número de repeticiones a 15 ó 20 mientras se realizan estos ejercicios, es importante respirar lenta y rítmicamente, exhalar cuando empieza el movimiento, inhalar cuando se vuelve al punto de inicio. La primera mitad de cada repetición debe durar dos segundos, y el regreso a la posición

original debe durar cuatro segundos. Las articulaciones deben moverse rítmicamente a lo largo de su rango completo de movilidad durante una repetición. Para obtener el máximo beneficio, uno debe dejar 48 horas entre las sesiones para permitir una recuperación muscular completa.

### **Equipamiento para el entrenamiento de fuerza**

Las barras elásticas de goma o metal son excelentes aparatos para el entrenamiento de resistencia; no son caras, permiten regular varias tensiones, y son seguras y más convenientes que los pesos libres para ejercitar todas las partes del cuerpo. Las de látex son más cómodas para las manos que las de metal. Se pueden conseguir pesos baratos para colocar en las manos y fortalecer la parte superior del cuerpo. Los pesos para los tobillos refuerzan los músculos de la parte inferior del cuerpo, pero no se recomiendan para el aeróbico o los saltos. Los aparatos para apretar con las manos refuerzan los brazos, y son buenos para aliviar la tensión. Se puede instalar una barra en una puerta para hacer flexiones y estiramientos.

### **Entrenamiento de flexibilidad (estiramientos)**

El entrenamiento de flexibilidad utiliza los ejercicios de estiramiento para prevenir los calambres, la rigidez y las lesiones. Asegura asimismo un amplio rango de movilidad.

El yoga y el tai-chi, que se centran en la flexibilidad, el equilibrio y el control de la respiración, pueden incluso disminuir el estrés y ayudar a bajar la presión arterial y pueden incluso tener efectos beneficiosos sobre los niveles de colesterol, se recomienda realizar ejercicios de estiramiento durante 10-12 minutos al menos tres veces por semana, mientras se hacen, hay que extender los músculos hasta el punto de máxima tensión

sin dolor, y mantenerlos ahí durante 20-60 segundos los principiantes pueden comenzar con 5-10 segundos. Se debe recordar respirar constantemente mientras se mantenga el estiramiento, e inspirar cuando se vuelva a la posición de relajación.

Ciertos ejercicios de estiramiento son particularmente beneficiosos para la espalda, es importante relajar la espalda, mantener la zona lumbar al mismo nivel que la superficie de la colchoneta, y trabajar sólo con los músculos requeridos para cambiar la posición, generalmente el abdomen, es asimismo importante respirar de manera uniforme cuando se hacen los ejercicios de estiramiento, mantener la respiración no es bueno; causa contracción muscular y eleva la presión arterial.

### **1.3 La nutrición**

#### **Historia de la nutrición**

Desde la aparición del hombre sobre la tierra, el tipo de alimentos que éste ha tenido que ingerir para su sustento, ha variado a través de los "tiempos", debido a que se vio obligado a adaptar a aquellos que tenía más próximos y le era más fácil obtener con las escasas herramientas que poseía.

Se ha llegado a la conclusión de que era carroñero y practicaba el canibalismo y que disputaba sus "manjares" con otros animales de iguales características alimenticias, en su andar en busca de víveres, se iba encontrando nuevos tipos a los que se veía obligado a adecuar, la disponibilidad de la caza mayor iba disminuyendo y tenía que alimentarse de la caza menor, del marisco y sobre todo de plantas comestibles.

Los humanos han evolucionado como omnívoros cazadores - recolectores a lo largo de los pasados 250.000 años, la dieta del humano moderno temprano varió significativamente dependiendo de la localidad y el clima, la dieta en los trópicos tiende a estar basada preferentemente en alimentos vegetales, mientras que la dieta en las latitudes altas tienden más hacia los productos animales, el análisis de restos craneales y pos craneales de humanos y de animales del neolítico, junto con estudios detallados de modificación ósea han mostrado que el canibalismo también estuvo presente entre los humanos prehistóricos.

La agricultura se desarrolló en múltiples localidades a través del mundo, proporcionando cereales tales como trigo, arroz y maíz con alimentos básicos tales como: pan y pasta. La agricultura también proporcionó leche y productos lácteos, e incrementó marcadamente la disponibilidad de carnes y la diversidad de vegetales, la importancia de la pureza de los alimentos fue reconocida cuando el almacenaje masivo condujo a manifestaciones y riesgos de contaminación.

El cocinar se desarrolló a menudo como una actividad ritualista, debido a la preocupación por la eficiencia y la fiabilidad, requiriendo la adherencia a recetas y procedimientos estrictos, y en respuesta a la demanda de pureza y consistencia en el alimento.

### **Desde la antigüedad hasta 1900**

El primer experimento nutricional registrado es encontrado en la Biblia en el libro de Daniel, Daniel y sus amigos fueron capturados por el rey de Babilonia durante la invasión de Israel. Seleccionados como sirvientes de la corte ellos iban a participar en las finas comidas y los vinos del rey. Sin embargo, ellos lo objetaron prefiriendo vegetales, legumbres y agua de acuerdo con sus restricciones dietéticas judías. El administrador del rey a regañadientes accedió a un estudio. Daniel y sus amigos recibieron su

dieta por 10 días y fueron entonces comparados con los hombres del rey. Pareciendo más saludables se les permitió continuar con su dieta.

400 AC: Hipócrates decía, "deja que la comida sea tu medicina y la medicina sea tu comida".

1747: el Dr. James Lind, un médico de la marina británica realizó el primer experimento científico en nutrición, descubriendo que el jugo de lima salvó de escorbuto un desorden hemorrágico mortal y doloroso a los marineros que estuvieron en el mar por años. El descubrimiento fue ignorado por 40 años, después de los cuales los marineros británicos comenzaron a ser conocidos como los "limeros". La vitamina que se encuentra en el jugo de lima no sería identificada por los científicos hasta 1930.

1770: Antoine Lavoisier, el "Padre de la Nutrición y la Química" descubrió los detalles del metabolismo, demostrando que la oxidación de los alimentos es la fuente de calor corporal.

### **Comienzos de 1800**

Los elementos carbón, nitrógeno, hidrógeno y oxígeno fueron reconocidos como los componentes primarios de la comida, y fueron desarrollados métodos para medir su proporción.

1816: François Magendie descubre que perros alimentados sólo con carbohidratos y grasa pierden su proteína corporal y mueren en pocas semanas, solo perros alimentados con proteínas sobrevivieron, identificando las proteínas como un componente esencial de la dieta.

1840: Justus Liebig descubre el makeup químico de carbohidratos (azúcares), grasas (de ácidos grasos) y proteínas (aminoácidos).

1860: Claude Bernard descubre que la grasa corporal puede ser sintetizada partir de carbohidratos y proteínas, mostrando que la energía en la glucosa sanguínea puede ser almacenada como grasa o glucógeno.

### **Comienzos de 1880**

Kanehiro Takaki observó que los marineros japoneses desarrollaron Beriberi o neuritis endémica, una enfermedad causante de problemas cardíacos y parálisis, pero los marineros británicos no lo desarrollaban, agregando leche y carne a la dieta japonesa previno la enfermedad.

1897: Christian Eijkman trabajo con nativos de Java, que sufrían de beriberi. Eijkman observó que gallinas alimentadas con la dieta nativa de arroz blanco desarrollaron síntomas de Beriberi, sólo permanecieron saludables cuando fueron alimentadas con arroz marrón no procesado con la fibra exterior intacta. Eijkman curó a los nativos al alimentarlos con arroz marrón, descubriendo que el alimento puede curar la enfermedad. Más de dos décadas después, nutricionistas aprendieron que la fibra exterior del arroz contiene vitamina B1, también conocida como Tiamina.

### **Desde 1900 hasta 1941**

Comienzos de 1900: Carl Von Voit y Max Rubner dependientemente miden el gasto energético calórico en diferentes especies de animales, aplicando los principios de la física en la nutrición.

1913: Elmer McCollum descubrió las primeras vitaminas, la vitamina liposoluble A y la vitamina hidrosoluble B (en 1915; en la actualidad se sabe que es un complejo de varias vitaminas e hidrosolubles) y la sustancia desconocida que prevenía el escorbuto fue llamada vitamina C. Lafayette Mendel and Thomas Osborneen también realizaron trabajos pioneros sobre las vitaminas A y B.

1930: William Cumming Rose identificó los aminoácidos esenciales, componentes necesarios de las proteínas los cuales no pueden ser sintetizados por el organismo.

1936: Eugene Floyd Dubois mostró que el desempeño en el trabajo y la escuela están relacionados con la ingesta calórica.

### **Nutrición y salud**

Existen seis clases principales de nutrientes que el cuerpo necesita: carbohidratos, proteínas, grasas, vitaminas, minerales y agua. Es importante consumir diariamente sus seis nutrientes para construir y mantener una función corporal saludable.

Una salud pobre puede ser causada por un desbalance de nutrientes ya sea por exceso o deficiencia, además la mayoría de los nutrientes están involucrados en la señalización de células como parte de bloques constituyentes, de hormonas o de la cascada de señalización hormonal), deficiencia o exceso de varios nutrientes afectan indirectamente la función hormonal, así, como ellos regulan en gran parte, la expresión de genes, las hormonas representan un nexo entre la nutrición y, los genes. La fuerza y naturaleza de este nexo están continuamente bajo investigación, sin embargo, observaciones recientes han demostrado el rol crucial de la nutrición en la actividad y función hormonal y por lo tanto en la salud.

De acuerdo a la organización de la Naciones Unidas, más que el hambre, el verdadero reto hoy en día es la deficiencia de micronutrientes (vitaminas, minerales y aminoácidos esenciales) que no permiten al organismo asegurar el crecimiento y mantener sus funciones vitales.

De todos es sabido el dicho que una persona es lo que come. Existen múltiples enfermedades relacionadas o provocadas por una deficiente nutrición, ya sea en cantidad, por exceso o defecto, o por mala calidad:

- Aterosclerosis.
- Algunos cánceres.
- Diabetes Mellitus.
- Obesidad.
- Hipertensión arterial.
- Desnutrición: que provoca el síndrome de kwashiorkor.
- Bocio endémico.
- Bulimia nerviosa.
- Anorexia nerviosa.
- Vigorexia

### **Pirámide nutricional**

Para establecer un parámetro, en lo que concierne nuestra dieta alimenticia, existe una forma de representar de manera gráfica, los principales y más importantes alimentos que deben ingerirse, comúnmente se hace a través de una pirámide, llamada pirámide nutricional, aunque también existen otros modelos como La Esfera Alimentaria y el Tren Alimentario utilizado en Colombia.

La base de la Pirámide, el área de mayor tamaño, representa los cereales o granos, sobre todo los granos integrales, que constituyen la base de nuestra dieta, para asegurarse de obtener más de la mitad de nuestras calorías de carbohidratos complejos es preciso consumir las porciones sugeridas en este grupo, los grupos disminuyen de tamaño a medida que avanzamos hacia el vértice de la pirámide, ya que la cantidad de alimentos representados en esos grupos, es menor que la que necesitamos para una buena salud, la punta o vértice de la pirámide representa el grupo más pequeño de alimentos, como grasas, aceites y azúcares, de los que hay que comer en menor cantidad.

## **Alimentos y Nutrientes**

La cantidad y calidad de los elementos que ingerimos están determinados por las costumbres, por hábitos personales, para elegir adecuadamente los alimentos que consumir, tenemos que aprender a reconocer las situaciones nutritivas apostando por los alimentos, y las funciones que cumplen en el cuerpo humano.

La alimentación consiste en proporcionar al cuerpo los nutrientes que necesita no solo para estar en forma sino, ante todo, para vivir. Las tres principales clases de nutrientes son las proteínas, las grasas y los carbohidratos, todos los cuales dan energía al cuerpo y le permiten crecer y subsistir; hay que comerlos a diario y en cantidad considerable para mantener una buena salud.

Pero hay que escogerlos con muy buen juicio, lo cual no siempre es fácil, puesto que muchas ideas tradicionales han sido modificadas o incluso radicalmente cambiadas conforme la ciencia ha adelantado en su conocimiento acerca de como el organismo los utiliza.

Por ejemplo, hasta hace poco se consideraba que la carne era una excelente fuente de proteínas y que, para una buena alimentación, había que comer mucha carne de res, hasta cierto punto no se carecía de razón, dado que las proteínas son indispensables y la carne de res las contiene de la mejor calidad y en abundancia; pero, por otra parte, es difícil comerla en gran cantidad sin ingerir al mismo tiempo mucha grasa animal, que es perjudicial.

Además, los especialistas en nutrición han hallado que no tiene caso suministrar al organismo mas de las proteínas que necesita; y como las proteínas de ciertas gramíneas y legumbres no son de "segunda clase", como a veces suele decirse, sino de primera calidad cuando se combinan en la forma adecuada, resulta que es mucho mas saludable comer una

,mezcla equilibrada de proteínas animales y vegetales que comer en cantidad preponderante las de origen animal.

### **Las proteínas**

El cuerpo humano esta hecho de proteínas, y los componentes de las células que impiden que estas se desintegren y que les permiten realizar sus funciones, constan básicamente de proteínas, para una explicación sencilla, podría decirse que cada tipo de proteína esta formado por una serie especifica de "tabiques", estos se denominan aminoácidos, el cuerpo humano necesita unos 22 aminoácidos para formar todas las proteínas de que se compone; en su células se "fabrican" 14 tipos de aminoácidos, pero los restantes, llamados aminoácidos esenciales, tiene que obtenerlos de la comida, gran parte de la actividad química del organismo consiste en deshacer las series de "tabiques" presentes en los alimentos y reordenarlas para formar otras series, es decir, otras proteínas.

### **Los carbohidratos**

Los carbohidratos son los nutrientes que proporcionan energía al organismo, lo ayudan a regular la desintegración de las proteínas y lo protegen de las toxinas, la glucosa, por ejemplo, es el principal "combustible" del cuerpo humano, en cuyas células también pueden utilizar otros combustibles, entre ellos grasas, las glucosa es uno de los carbohidratos llamados monosacáridos, es decir, sustancias de sabor dulce, compuestas de una sola molécula.

### **Las grasas**

Las grasas son parte indispensable de la alimentación, pero no todas son saludables si se ingieren en cantidad excesiva, todas las grasas comestibles se componen de ácidos grasos: largas moléculas de carbono,

hidrogeno y oxigeno; permiten obtener mas del doble de energía que los carbohidratos, y contienen vitaminas A, D, E y K, el organismo necesita las grasas para crecer y restaurase, y además las almacena en los tejidos para mantenerse a una temperatura constante y para protegerse de la intemperie y de las contusiones.

En nutrición , la principal característica de las grasas es su grado de saturación, que se refiere a su estructura molecular, las grasas instauradas no propician tanta acumulación de colesterol en la sangre como las saturadas, como el exceso de colesterol en la sangre puede causar trastornos cardiacos, lo mas aconsejable es comer pocas grasas saturadas, en general se recomienda que la ingestión de grasa se reduzca a un 30 por ciento o menos del total de calorías ingeridas, y que las grasas saturadas no excedan del 10 por ciento de dicho total.

Todas las grasas comestibles son una mezcla de ácidos grasos saturados e instaurados, pero por lo regular las de origen animal son mas saturadas que las de origen vegetal; las excepciones son las carnes de aves y el pescado, cuyas grasas tienden a ser instauradas, y el aceite de coco, que aun siendo de origen vegetal contiene abundantes ácidos grasos saturados.

### **El colesterol**

El colesterol es una sustancia cerosa y compleja que forma parte importante de las membranas celulares, el organismo lo aprovecha también para producir vitamina D, hormonas, ácido biliares y para formar tejido nervioso, es transportado en el torrente sanguíneo por las lipoproteínas, es decir, proteínas que contienen lípidos o grasas, según ciertos estudios al aumentar en la sangre la cantidad de colesterol, es mayor el riesgo de sufrir enfermedades cardiacas.

El colesterol se encuentra en los alimentos, pero solo el 15 por ciento de todo el colesterol presente en la sangre procede de la comida, lo cual significa que si se reduce al mínimo la ingestión de colesterol, de todas formas el efecto que ello tendrá en la sangre será casi insignificante dado que en su mayor parte este lo produce el propio organismo en el hígado, por otra parte, se considera que la excesiva ingestión de grasas saturadas estimula la producción de colesterol en el hígado.

El tipo de lipoproteína que transporta al colesterol en el organismo desempeña un papel importante entre los factores que hacen aumentar el riesgo de sufrir una trombosis coronaria. La mayor parte del colesterol sanguíneo se enlaza químicamente a lipoproteínas de baja densidad, y este es el peligroso en cuanto al estado de salud.

En cambio, otra parte del colesterol sanguíneo se enlaza a lipoproteínas de alta densidad y parece ayudar a prevenir la trombosis coronaria, por lo cual se considera que cuanto mayor sea su presencia en la sangre, tanto mejor será el efecto para la salud.

Desde el punto de vista de la alimentación, lo que conviene hacer es tratar de que aumente la cantidad de colesterol benéfico y que disminuya la de colesterol dañino, por ejemplo, si habitualmente se ingieren entre 450 y 500 mg diario de colesterol, habrá que reducir esa cantidad a 300 mg, que según muchos cardiólogos es el límite máximo aconsejable, para lograrlo bastará moderar la ingestión de huevos y vísceras; además, convendría hacer ejercicio, lo cual ayuda a incrementar en cierta medida la cantidad de colesterol benéfico.

Por último, es recomendable hacerse cada año un análisis de nivel de colesterol presente en la sangre, sobre todo en el caso de los hombres a partir de la edad madura.

El organismo necesita obtener de los alimentos alrededor de 40 nutrientes esenciales: vitaminas, minerales, proteínas y grasa que no pueden producir por si mismo, o no en cantidad suficiente.

Para satisfacer la necesidad de nutrientes hay que comer gran cantidad de alimentos, por lo general cada alimento contiene varios nutrientes, pero ninguno los contiene todos; además el tipo y la cantidad de nutrientes contenidos en determinado alimento pueden ser escasos, por ejemplo, la leche contiene proteínas, grasas, carbohidratos, calcio, fósforo, riboflavina y otras vitaminas del grupo B y vitaminas A y D, pero en cambio tiene muy poco hierro y muy poca vitamina C. La falta de un nutriente no puede compensarse con una sobreingestión de otro.

### **Una alimentación variada**

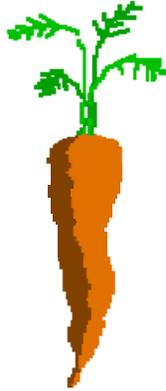
Si la alimentación es variada y equilibrada, bastará para obtener todos los nutrientes necesarios, los alimentos pueden clasificarse según los tipos y cantidades que contienen, los siguientes datos, permiten equilibrar la ingestión diaria de proteínas, minerales, y fibra vegetal y limitar la de grasas, carbohidratos y sodio cuyo exceso perjudica la salud.

### **El pan y los cereales**



Los alimentos pertenecientes a este grupo engordan mucho menos de lo que suele creerse lo que si engorda son los azúcares y las grasas que generalmente se le añaden, todos los alimentos de este grupo contienen vitaminas B y hierro; y además, si son del tipo " integral", aportan al organismo fibra, magnesio, zinc y ácido fólico.

## Verduras y legumbres



El termino " verduras" se refiere no solo a las hortalizas de color verde sino a muchas otras, como los tomates, la col, los rábanos, el nabo, las cebollas, las papas, las zanahorias, etc. Por su parte, el termino " legumbres" incluye los frijoles, habas, lentejas, garbanzos, y otros frutos o semillas que crecen en vainas.

En general, hay que comer muchas verduras para conservar una buena salud. Por ejemplo, las zanahorias y el tomate que contienen mucha vitamina A, al igual que las verduras de hojas grandes y de color verde oscuro contiene también hierro y calcio, las hortalizas, tales como la col y el brócoli, parecen ayudar a prevenir ciertos tipos de cáncer, parte, las legumbres contienen carbohidratos, fibra, vitaminas C y B6, hierro y magnesio. El fréjol, los garbanzos contienen proteínas, ácido fólico, fósforo y zinc.

## Las frutas



Todas las frutas, en especial los cítricos, contienen vitamina C, ácido fólico, potasio y otros nutrientes; en cambio, aportan calorías, sodio y grasas. Aquellas cuyas semillas y piel son comestibles proporcionan bastante fibra.

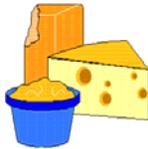
## Carnes, pescados y huevos.



Estos alimentos son muy ricos en proteínas y contienen fósforo, niacina y en menor cantidad, hierro, zinc y otros minerales y vitaminas B6 y B12, algunas carnes la de puerco y ciertos cortes de carne de res contienen mucha

grasa y calorías, pero las aves las contienen en cantidad moderada.

### **La leche y los lácteos**



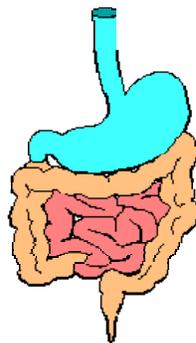
La leche, la crema, el yogur, el queso y la mantequilla, son la principal fuente de calcio en la alimentación, también contienen bastantes proteínas y vitaminas A, B2 riboflavina, B6 y b12, la leche entera y sus derivados contiene mas grasas y calorías que la leche descremada y sus derivados.

### **Grasas, postres preparados y alcohol**



Aunque tentadores al paladar, estos alimentos contienen muchas calorías y casi nada más; en su ingestión deben apegarse a las necesidades calóricas de cada persona.

### **El aparato digestivo**



Para que el organismo obtenga provecho de los alimentos tiene que someterlos a una serie de cambios físicos y químicos, la función del aparato digestivo es desbaratar las complejas moléculas de proteínas, carbohidratos y grasas en moléculas reducidas, asimilar las que el cuerpo necesita y expeler los residuos.

### **Vitaminas**

Las vitaminas son sustancias que el organismo necesita para asimilar otros nutrientes, regular el sistema nervioso y ayudar a la formación del material genético y de las proteínas, los glóbulos rojos y las hormonas.

Como el cuerpo no puede producir ciertas vitaminas, y otras las produce en cantidad insuficiente, tiene que obtenerlas de los alimentos.

Dado que algunas de las vitaminas se destruyen por efecto de la luz natural y al guardar los alimentos, estos deben ser tan frescos como sea posible; en particular, hay que evitar cocer en exceso las verduras. Las vitaminas B tienden a disolverse en el jugo de la carne, por lo que es aconsejable no tirar este sino utilizarlo como salsa.

### **Los componentes vitamínicos**

Si la alimentación es variada y equilibrada, pocas veces será necesario tomar complementos vitamínicos; estos no pueden sustituir a los alimentos naturales porque no contienen nutrientes energéticos y porque carecen de fibra. Para la mayoría de las personas el problema no es la falta de vitaminas en el organismo sino el exceso de calorías, grasas, azúcares y sodio.

Pero hay veces en que si se necesitan, por ejemplo, los bebés necesitan vitamina D, y las adolescentes embarazadas que aún no han terminado su etapa de crecimiento, suelen necesitar complementos polivitamínicos y de minerales; en general, a todas las gestantes se les aconseja tomar suplementos de ácido fólico.

Los vegetarianos se abstienen de todo alimento de origen animal, suelen necesitar suplementos de vitaminas B12 y de otros nutrientes, y las personas que ingieran menos de 1600 calorías diarias durante periodos largos, posiblemente necesiten compensar la insuficiencia de vitaminas.

Algunas de las enfermedades hereditarias afectan el metabolismo de las vitaminas, los trastornos intestinales crónicos, las intervenciones quirúrgicas y ciertos tratamientos prolongados pueden hacer necesarios los complementos vitamínicos y de minerales. Los alcohólicos tienden a

padecer cierto grado de desnutrición, pues no se alimentan bien y su organismo no absorbe determinados minerales y vitaminas, en particular el ácido fólico y otros componentes del grupo B; por eso se les aconseja tomar complementos hasta que hayan vencido el alcoholismo y hayan vuelto a alimentarse con normalidad.

**Cuadro No. 3**  
**TABLA DE LAS VITAMINAS ESENCIALES**

<b>Vitaminas</b>	<b>Fuentes más abundantes</b>	<b>Función</b>
<b>Vitamina A</b> <b>Retinol</b>	Hígado, leche, huevos, mantequilla, zanahorias, espinacas, acelgas, tomate, mango, el organismo convierte en vitamina A el caroteno de frutas y verduras.	Necesaria para las membranas del organismo, como la retina, la pleura y las del aparato digestivo; necesaria también para los dientes y los huesos.
<b>Tiamina</b> <b>vitamina B1</b>	Carne de puerco, harinas y cereales, nueces, aguacates, fréjol.	Permite el eficiente aprovechamiento de los carbohidratos.
<b>Riboflavina</b> <b>vitamina B2</b>	Leche, queso, huevos, hígado y carne de aves.	Necesaria para que las células liberen energía y se regeneren
<b>Niacina ácido nicotínico</b>	Cereales y harinas, hígado, carne de aves.	Necesaria para el metabolismo celular
<b>Piridoxina</b> <b>Vitamina B6</b>	Hígado, cereales enteros, leche y huevos.	Necesaria para en sistema nervioso y los glóbulos rojos
<b>Ácido pantoténico</b>	yema de huevo, carne, nueces, aguacates y cereales enteros.	Necesaria para que las células generen energía
<b>Biotina</b>	hígado, riñón, yema de huevo, nueces, aguacates y verduras.	Necesaria para la piel y le aparato circulatorio
<b>Vitamina B12</b>	huevos, carne y lácteos.	Necesaria para que la médula ósea produzca glóbulos rojos para el sistema nervioso
<b>Ácido Fólico</b>	verduras frescas, carnes de aves y pescado.	Necesario para la producción de glóbulos rojos
<b>Vitamina C</b> <b>Ácido ascórbico</b>	cítricos, tomate, pimiento, papas, fresas, guayabas y zapote.	Necesaria para regenerar los huesos, dientes y tejidos
<b>Vitamina D</b>	pescados, aceite de hígado de pescado , lácteos y huevos.	Se necesita para mantener el nivel de calcio en la sangre y para el crecimiento óseo; en parte la produce la piel por acción de los rayos solares.
<b>Vitamina E</b> <b>Tocoferol</b>	aceites vegetales y muchos otros comestibles	Necesaria para que los tejidos utilices las grasas y para las membranas celulares
<b>Vitamina K</b>	verduras de hojas grandes y de color verde oscuro.	Necesaria para la coagulación normal de la sangre

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Verónica Torres La Autora

## Los minerales

Los minerales son sustancias inorgánicas, que el cuerpo necesita para formar los huesos, dientes, y glóbulos rojos, para secundar las reacciones químicas celulares y para regular los líquidos corporales, los minerales esenciales o indispensables para la vida del organismo son: calcio, cloro, magnesio, fósforo, potasio, sodio y azufre, de los cuales se necesitan más de 100 mg. diarios y el cobalto, cobre, flúor, yodo, hierro, manganeso, molibdeno, selenio y zinc, entre otros, de los que se necesitan cantidades diarias muy pequeñas.

**Cuadro No. 4**  
**LOS MINERALES**

Minerales	Fuentes más abundantes	Función
<b>Calcio</b>	lácteos, verduras verdes, maíz y fréjol.	Básico para la coagulación sanguínea y para la formación de huesos y dientes, necesario para el sistema nervioso y la actividad eléctrica de los tejidos
<b>Fósforo</b>	carne, lácteos, frijoles, garbanzos, cereales.	reserva básica de energía para las células elemento clave de las reacciones celulares
<b>Potasio</b>	aguacate, plátano, acelgas, papas, lentejas.	Esencial para el equilibrio de los líquidos corporales y para numerosas reacciones celulares.
<b>Magnesio</b>	Fréjol, nueces, cereales y verduras verdes de hojas grandes.	Necesario para las células e importante para la actividad eléctrica muscular y nerviosa
<b>Yodo</b>	pescados y mariscos y sal yodada	necesario para la glándula tiroidea
<b>Hierro</b>	hígado, carne, cereales enriquecidos, huevos, berros y acelgas.	Necesario para la formación de hemoglobina, portadora de oxígeno en la sangre
Flúor	agua fluorada y dentífricos, pescados y mariscos, carne	Ayuda a prevenir las caries
cobre		básico para el metabolismo celular
zinc	pescados y mariscos, carne, trigo entero, frijoles y nueces.	necesario para tomar las enzimas celulares
Cromo	muchos alimentos lo contienen en cantidades mínimas pero suficientes	desempeña funciones secundarias en la actividad química del organismo
selenio		
molibdeno		
manganeso		

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Verónica Torres La Autora

## **Las calorías y el peso corporal**

Para que el peso corporal sea constante, todos los días hay que equilibrar la ingestión y el consumo de energético, si una persona consume mas energéticos que los que consume o gasta su organismo acumulara en forma de grasa el remanente, por cada 3500 calorías remanentes es decir, no utilizadas por el organismo se acumula alrededor de 0.5 kg. de grasa, por otra parte, si la persona consume o gasta mas energía que la que ingiere su organismos utilizará los energéticos de que están formadas las células y adelgazará, la cantidad de calorías que se necesitan para mantener constante el peso depende de la edad, la estatura, el tren de vida la complejión y los factores hereditarios.

## **Equilibrio**

Para mantener el peso corporal óptimo es muy importante equilibrar la ingestión de alimentos en proporción a la energía que el organismo produce, también debe de existir un equilibrio entre los nutrientes energéticos que se ingieren, es decir, las grasas, los carbohidratos y las proteínas; lo mejor es comer pocas grasas, sobre todo si son saturadas, y en cambio comer muchos carbohidratos complejos y mucha fibra vegetal.

## **Dietas vegetarianas**

Existen varios tipos de dietas denominadas vegetarianas, el tipo mas común es la dieta semivegetariana, en la que se excluye la carne rojas pero se admiten los demás alimentos de origen animal, la carne de aves, el pescado, la leche y los huevos, en la dieta mas restringida, se admiten solo los lácteos y los huevos, y la más estricta y la menos común, o dieta vegan, excluye todos los alimentos de origen animal, desde el punto de vista de la nutrición, estas diferencias son importantes porque la ingestión de nutrientes y los posibles diferencias varían mucho de un caso a otro.

Además de las restricciones señaladas, muchos vegetarianos suelen comer solo alimentos naturales y rechazan los comestibles industrializados, los enriquecidos y los complementos vitamínicos y remineralizantes.

Algunos vegetarianos lo son por motivos religiosos, o porque consideran que para comer no se debe matar a los animales; otros consideran que la alimentación vegetariana no solo es más sana que el organismo sino que además beneficia el desarrollo espiritual, pero hay muchas personas que adoptan el vegetarianismo sencillamente porque creen que favorecerá su salud.

Desde este último punto de vista, la alimentación vegetariana tiene muchos aspectos a su favor, generalmente contiene menos grasas calorías y azúcares que la alimentación común y, en cambio, es abundante en frutas, verduras, legumbres, y cereales; es también rica en fibra y escasa en sodio, todo lo cual es ciertamente lo que en la actualidad aconsejan los nutricionistas.

Puesto que la exclusión, total o parcial de los alimentos de origen animal restringe las fuentes de nutrientes, la alimentación vegetariana, estricta o incluso moderada, exige una cuidadosa planeación para reducir sus posibles riesgos y aprovechar sus innegables ventajas. Por lo regular los problemas de salud relacionados con el vegetarianismo se refieren a la insuficiencia de calorías y de nutrientes a la inversa de la alimentación común, lo cual puede ser un problema grave en las gestantes, las lactantes y los niños, cuyas necesidades de nutrientes son particularmente altas.

## **Líquidos**

El agua es un alimento imprescindible en la alimentación, el cuerpo la necesita podrá desempeñar todas sus funciones y para mantenerse fresco, alrededor del 60% de organismo se compone de agua, dicho porcentaje es menor cuando mayor sea la cantidad de grasa acumulada, porque las células que contienen el tejido adiposo casi no contienen agua.

En el organismo sano, el consumo y la eliminación de agua se equilibran esta permanece en donde debe estar y casi todo ello ocurre en forma automática, el hambre y la sed regula la ingestión de aguas y minerales, y los riñones regulan su eliminación, los complejos mecanismos fisicoquímicos que sustentan la vida hacen posible que el agua y los minerales disueltos en esta queden retenidos precisamente en donde el cuerpo los necesita, por ejemplo, la mayor parte del sodio permanece fuera de las células, la mayor parte del potasio, dentro de ellas.

## **La alimentación y el agua**

El agua se ingiere no solo al beber sino también al comer, pues casi todos los alimentos la contienen en abundancia, las frutas y verduras contienen 80% de agua, el arroz y las pastas un 70%, y el pan alrededor de 35%, por tanto, generalmente no se necesita beber mas de 6 a 8 vasos de agua por día es decir, alrededor de unos dos litros.

Es raro que el organismo padezca por falta de agua, los atletas y quienes hacen ejercicios vigorosos pierden sodio, potasio y cloro, además de agua pero por lo general la alimentación normal permite reponerlos, además, los riñones tienen capacidad para regular los niveles de aguas, sodio y potasio en la orina cuando la ingestión de dichos elementos sufre alteraciones o cuando se suda intensamente, no se necesita tomar pastillas de sal, ni bebidas, polvos o alimentos especiales para deportistas, en realidad, aun cuando dichos productos son dulces y

apagan la sed, tienden a ser que la persona beba menos agua lo cual es más perjudicial que beneficioso. Si una persona bebe demasiada agua, no tiene porque inquietarse, los riñones se encargaran de eliminar el exceso, además en realidad el agua no engorda puesto que no contiene calorías.

En cambio, los refrescos, las bebidas alcohólicas, las limonadas, los jugos y las malteadas son muy ricos en calorías.

A veces las dietas alteran el equilibrio de los líquidos corporales, las dietas drásticas para adelgazar, por ejemplo engañan al hacer que el cuerpo pierda agua, pero solo por corto tiempo. Las bebidas alcohólicas, el café, el té y algunos refrescos hechos a base de cola producen cierto efecto diurético que, en casos extremos, puede provocar deshidratación al afectar al sistema cardiocirculatorio y dificultar la eliminación del calor corporal excesivo, la deshidratación grave ocurre cuando el cuerpo pierde más de 2% de su peso; hace que aumente la temperatura corporal y la frecuencia cardiaca y provoca fatiga, apatía y mal desempeño físico.

#### **1.4. El stress y otras enfermedades**

Keith Davis lo define como un estado de sobreexcitación al que se someten las emociones, los procesos mentales y la condición física de la persona.

En Suiza se celebró el VI Congreso Internacional sobre Estrés, el cual arrojó datos impresionantes sobre la repercusión económica del estrés en las empresas, los empresarios de todo el mundo declararon que se gastan cerca de 150.000 millones de dólares al año para paliar los problemas de sus empleados vinculados directamente con el estrés, padecimiento que afecta a más de la mitad de la población de los países occidentales.

El precio que pagan los empresarios por esta agresión universal es ausentismo, caída de la productividad, gastos médicos directos, sustitución de los empleados o prima de seguros.

Los síntomas clásicos del estrés que casi todos han experimentado son:

- Las personas se tornan nerviosas y se convierten en seres crónicamente preocupados.
- Son propensas a la ira con gran frecuencia y no se relajan o tienen dificultad para ello.
- Muestran escasa cooperatividad y adquieren vicios con más facilidad que en situaciones normales (tabaquismo, alcoholismo, ingestión de barbitúricos, etc).
- Padecen desórdenes físicos, comer en demasía o muy poco, no poder conciliar el sueño, despertarse intempestivamente a las 4 o 5 de la mañana y no poder dormirse nuevamente.

Los problemas se manifiestan sobre todo cuando la tensión persiste por un lapso prolongado debido a que el organismo no puede recuperar su capacidad para enfrentarse a la tensión, existen dos causas que provocan la tensión y son: relativas al trabajo y ajenas al trabajo.

El estrés es una de las principales causas de enfermedad y sufrimiento en los países desarrollados, el estrés mata así de sencillo y crudo. El estrés causa una disminución de la capacidad del sistema inmunológico, lo cual es el primer paso hacia el cáncer y muchas otras enfermedades degenerativas. El estrés causa infartos cardíacos y problemas circulatorios. El estrés aumenta la tensión arterial, lo cual a su vez es causa de accidentes cerebro vasculares. El estrés causa insomnio, mala digestión y peor asimilación de los alimentos, contracturas musculares y problemas músculo-esqueléticos, está relacionado con la fibromialgia y en general predispone a la aparición de un gran número de enfermedades, la

terapia craneosacral es fundamentalmente un tratamiento anti-estrés ya que equilibra la respuesta del sistema nervioso potenciando la actividad del parasimpático y reduciendo la actividad del simpático, este último se activa en condiciones de estrés, así en las personas estresadas se vuelven a equilibrar los mecanismos de defensa del cuerpo y se favorece el mantenimiento de la salud.

### **1.5. La belleza**

#### **El origen de la belleza**

Podría remontarse a la propia existencia del hombre como una de sus cualidades mentales, la belleza se encuentra en trabajos de filósofos griegos a partir del período presocrático, como Pitágoras, la escuela Pitagórica vio una fuerte conexión entre las matemáticas y la belleza, en particular, notaron que los objetos que poseen simetría son más llamativos, la arquitectura griega clásica está basada en esta imagen de simetría y proporción, la investigación moderna también sugiere que las personas cuyos rasgos faciales son simétricos y poseen la proporción perfecta, son más atractivas.

La belleza, generalmente, era asociada con el bien, de la misma manera el contrario de belleza, es la fealdad y a menudo se asocia con el mal, las brujas, por ejemplo, a menudo son representadas con rasgos físicos desagradables y malas personalidades, este contraste es personificado por historias clásicas como La bella durmiente 1959, Goethe declaró que la "belleza humana" actúa con mucha mayor fuerza sobre sentidos interiores que sobre los externos, de modo que lo que él contempla está exento del mal y sienta en armonía con él y con el mundo."

La simetría es importante porque da la impresión de que la persona creció con salud, sin defectos visibles, en la percepción de la gente bella se dan ciertas concordancias: ojos grandes y tez clara, por ejemplo, son

considerados hermosos tanto en hombres como en mujeres de muchas culturas, algunos investigadores han sugerido que rasgos neonatales son intrínsecamente atractivos, la juventud en general se asocia con la belleza.

Hay pruebas que hacen intuir un rostro hermoso en el desarrollo infantil, y que las normas de atractivo son similares en culturas diferentes. El promedio, la simetría, y el dimorfismo sexual pueden tener una base evolutiva para determinar la belleza. Los meta-análisis de la investigación empírica indican que los tres son atractivos tanto en caras masculinas como en femeninas y a través de una variedad de culturas. El atractivo facial puede ser una adaptación para la opción de compañero porque la simetría y la ausencia de defectos señalan los aspectos importantes de calidad de compañero, como la salud. Es posible que estas preferencias sean simplemente instintos.

Los artistas griegos y romanos también tenían el estándar de belleza masculina en la civilización occidental, el romano ideal fue definido como alto, muscular, de piernas largas, con un jefe lleno de pelo grueso, una alta y amplia frente un signo de inteligencia, ojos de juego amplio, una nariz fuerte y perfil perfecto, boca pequeña, y una mandíbula poderosa. Esta combinación de factores produciría una mirada impresionante de hermosa masculinidad, con las excepciones notables de peso de cuerpo y estilos de moda, las normas de belleza son bastante constantes en el tiempo y el lugar.

En el chino antiguo se escribe un signo que significa "hermoso", pero hoy se combina con otros dos signos que significan "grande" y "oveja", posiblemente, la oveja grande era representativa de belleza.

La cultura maya consideraba que tener estrabismo era bello, y para conseguirlo, las madres ponían jarras delante de los niños para que

crecieran con este defecto; el concepto de belleza puede variar entre culturas.

La belleza es un concepto / cualidad abstracta y subjetiva lo que para unos es bello para otros puede no serlo, presente en la mente de los seres humanos que produce un placer intenso, y proviene de manifestaciones sensoriales o ideales.

Podría definirse como:

- El esplendor de la forma a través de la materia, las ideas o de las sensaciones.
- La percepción sensorial cognitiva que estimula un patrón aprendido de armonía al percibir una entidad física que nos produce una sensación de placer, ver una modelo de armoniosa figura.

En su sentido más profundo, la belleza puede engendrar una experiencia emanada una reflexión positiva sobre el significado de la propia existencia de alguien, enseñanzas religiosas y morales a menudo enfocan la divinidad y la virtud de la belleza, y afirman la belleza natural como un aspecto de espiritualidad y verdad.

En la antigüedad clásica ya se encuentran datos más concluyentes acerca de la belleza, como estudios y reflexiones, por aquel entonces la belleza constituía una cualidad que hacía que algo nos pareciese bello, a esta cualidad se le llamó armonía, también aparecieron los primeros cánones de belleza que indicaban cuáles tenían que ser las proporciones idóneas para que un cuerpo se viese bello. En general, la belleza se percibía desde un punto de vista objetivo.

Esta percepción de la belleza se siguió manteniendo en la Edad Media, como consecuencia del auge del cristianismo de esa época, la belleza

dependía de la intervención de Dios, de modo que, si se consideraba bello algo, es porque había sido una creación divina.

La belleza material era externa, física o sensible, esta cualidad se marchita con el tiempo, la belleza espiritual no se marchita con el tiempo, sino que permanecía en el interior, son cualidades como la bondad, el amor, la simpatía, etc.

### **Estética**

El entendimiento de la naturaleza de belleza es uno de los temas claves en la disciplina filosófica conocida como la estética, el compositor y crítico Robert Schumann se distinguió entre dos clases de belleza, natural y poética, el primero esta en la contemplación de la naturaleza, mientras que el último se halla en la intervención consciente y creativa del hombre.

Una idea común sugiere que la belleza exista en el aspecto de las cosas y de la gente que están bien, una buena manzana será más hermosa que una magullada, y también, la mayoría de la gente juzga que los seres humanos físicamente atractivos están bien, tanto físicamente como a un nivel más profundo, ellos poseen una variedad de rasgos positivos y características de personalidad.

El estereotipo de belleza tiene muchos ejemplos significativos encontrados, incluyen cosas como un glaciar o una sierra de desierto rudamente seca, muchos encuentran la belleza en la naturaleza hostil, sin tener sentido de calidad, además, la gente puede ser buena persona y no hermosa, o hermosa, pero no buena persona, la mayoría de la gente tiene una estética similar sobre el trabajo o aficiones que ellos han dominado.

## **1.6. El cuidado corporal**

Los grandes problemas de la belleza suelen ser las arrugas, la celulitis, pero qué pasa con los codos cuando se nos resecan?

Es algo muy habitual que la piel de los codos se sequé y adquiera un aspecto blanquecino. Para evitar esto lo mejor es exfoliarse los codos cada un par de veces por semana, lo más cómodo es cuando nos duchamos. Para ellos podemos utilizar un guante exfoliante o incluso con una piedra pómez en caso de que la piel esté muy gruesa.

Cuando salgamos de la ducha lo que tenemos que hacer es aplicar una crema hidratante en el codo, esto impedirá que el codo se nos reseque, enseguida verás como tus codos ya no tienen ese aspecto reseco.

### **Masaje de pies**

Los pies son una de las partes más olvidadas del cuerpo y sin embargo se trata de una zona muy importante para la salud, cuántas veces después de llevar todo el día fuera de casa, de pie o caminando nos quitamos los zapatos con un tremendo dolor de pies y nos aplicamos nosotros mismos un masaje en los pies.

De vez en cuando viene bien dedicarle un poco de tiempo a los pies y aplicar un buen masaje, para ello lo primero que debemos hacer es limpiar bien el pie, y posteriormente con una loción o crema hidratante untarse las manos y con los nudillos o las mismas yemas de las manos comenzamos a frotar la planta del pie haciendo círculos.

La lucha contra la celulitis es posiblemente la que más nos lleva de cabeza a las mujeres en el intento por sentirnos bien estéticamente.

A continuación las principales causas de la celulitis:

- Hormonales, los cambios hormonales modifican el reparto y volumen del tejido adiposo.
- Hereditaria, la celulitis también se puede heredar.
- Alimenticias, si llevas malos hábitos alimenticios, estás favoreciendo la aparición de la celulitis.
- Estilo de vida, la vida sedentaria, el estrés, consumo de alcohol o tabaco también favorecen la aparición de la celulitis.

Ejercicios para eliminar la celulitis

Existen ejercicios específicos para trabajar las distintas zonas afectadas por la celulitis.

### **Vientre y estómago**

Hay a personas que se les acumula la grasa y la celulitis en la zona del estómago, por ello es importante realizar abdominales y contracciones.

### **Piernas**

Para trabajar las piernas puedes tumbarte, levantar las piernas rectas hacia arriba a la vez que los brazos.

### **Glúteos**

El lugar más común en donde se forma la celulitis. Un ejercicio fácil y sencillo es apretar los glúteos. Se puede hacer en cualquier momento, sentada o de pie.

### **Muslos**

Olvídate del ascensor al llegar a casa y sube por las escaleras.

## **Prevenir las varices**

Los consejos para prevenir las varices son los siguientes:

- Evita estar mucho tiempo de pie sin moverse.
- Evita utilizar prendas que te opriman la zona donde tienes las varices.
- Hacer ejercicio, por ejemplo caminar todos los días 30 minutos.
- Si estás mucho tiempo sentada, mueve las piernas cada cierto tiempo.
- Evita llevar una dieta con demasiadas grasas.
- No utilices zapatos con demasiado tacón.

Siguiendo todos estos consejos, conseguiréis prevenir las varices, aunque hay que tener en cuenta que hay personas con mayor predisposición a padecerlas.

El vello en el cuerpo femenino es uno de los grandes problemas de la mujer del siglo XXI, hay zonas del cuerpo que es totalmente normal que salga vello, como piernas, ingles o axilas. Muchas mujeres optan por la depilación con cera y otras por una depilación con láser.

### **1.7. La armonía**

Los griegos empleaban este término para representar el “perfecto equilibrio” en el ser humano tanto en lo referente a su estado físico como intelectual, lo que producía una determinada forma de actuación durante el transcurso de su vida.

Otra definición nos dice que armonía es “la conveniente proporción y correspondencia entre unas cosas y otras”.

La ley natural de armonía / desarmonía resulta amenazante y fatídica en los extremos, la filosofía armónica del tercer milenio hay que construirla

con modos de vivir armónicos, cada cual construye o destruye la suya. Todo indica que si los humanos continuamos polarizando pares de opuestos hacia extremos, vamos a destruirnos a nosotros mismos y a nuestra descendencia.

Lo ideal es llevar una vida con equilibrio y armonía tomando en cuenta aspectos como la alimentación, belleza, salud y el ejercicio.

### **1.8. El equilibrio cuerpo – mente**

La ciencia médica occidental ha considerado al hombre como una entidad separada, al margen de la naturaleza, este es uno de los errores más grandes que se hayan cometido, el hombre es parte de la naturaleza; su salud no depende más que de sentirse cómodo con la naturaleza, la medicina occidental ve al hombre desde una óptica mecánica, por lo que hasta donde puede funcionar bien la mecánica, funciona, pero el hombre no es una máquina, el hombre es una entidad orgánica, y no necesita que se trate solamente la parte enferma, esta es solo un síntoma de que el organismo entero está pasando por dificultades, solo se muestra la parte enferma porque es la más débil, tratas la parte enferma, la curas pero entonces surge la enfermedad en algún otro lugar, has evitado que la enfermedad se manifieste a través de la parte mala, la has hecho más fuerte, pero no has comprendido que el hombre es un conjunto o está enfermo o está sano, no hay punto intermedio, debe tomar-

se como un organismo integral. Es algo primordial que hay que comprender el cuerpo siempre está dispuesto a escucharte, pero nunca has hablado con él, nunca te has comunicado con él, has estado dentro de él, lo has usado, pero nunca se lo has agradecido, él te sirve, y lo hace de la manera más inteligente posible. La naturaleza sabe que es más inteligente que tú, y por eso las cosas importantes del cuerpo no se han dejado a tu cuidado, se le han encomendado a él mismo, por ejemplo el respirar, el latido del corazón, la circulación de la sangre o la digestión de

la comida no se ha dejado a tu cuidado, de lo contrario hubieras tenido problemas mucho antes.

Si la respiración se hubiera puesto en tus manos, habrías muerto, no hay posibilidad de sobrevivir si te puedes olvidar de respirar en cualquier momento, al pelearte con alguien puedes olvidarte de respirar, al dormir por la noche puedes olvidar los latidos de tu corazón. ¿Cómo vas a acordarte? ¿Y te das cuenta de la cantidad de trabajo que tu aparato digestivo está haciendo? No dejas de comer y crees que estás haciendo un gran trabajo. El hecho de comer lo puede hacer cualquiera.

Todo el aparato digestivo hace milagros, dicen los científicos que si tuviéramos que hacer lo que hace tu pequeño aparato digestivo, el de un solo hombre, necesitaríamos una gran fábrica para convertir la comida en sangre, clasificar todos los elementos y enviar tales elementos a los distintos sitios en donde son necesarios, unos cuantos elementos hacen falta en el cerebro, y se necesita que sean enviados desde el flujo sanguíneo hasta el cerebro, otros se necesitan en otras partes: en los oídos, en los huesos o en la piel, y el cuerpo lo maneja a la perfección durante setenta, ochenta, noventa años y tú no te percatas de su sabiduría.

### **La sabiduría del cuerpo**

No solo lo transforma en sangre y en huesos: con todos los elementos nocivos que entran en tu cuerpo crea el cerebro, del helado, de la Coca-Cola sigue formando tu cerebro; un cerebro que puede dar origen a un Rutherford, un Albert Einstein, un Buda, un cerebro, algo tan pequeño, encerrado en un pequeño cráneo un simple cerebro puede contener todas las bibliotecas del mundo, su capacidad es casi infinita, es el método de memoria más extraordinario, si quisieras hacer un ordenador con la

misma capacidad necesitarías un enorme espacio para hacerlo funcionar y está encerrado en tu pequeño cráneo.

### **Habla con tu cuerpo**

Una vez que comienzas a comunicarte con tu cuerpo, todo empieza a ser muy fácil, no hace falta forzar al cuerpo, hay que persuadirlo, no hace falta luchar con él resulta desagradable, violento, agresivo, y cualquier tipo de conflicto creará más y más tensión, no necesitas tener ningún conflicto deja que la comodidad sea la norma.

El cuerpo es un regalo tan hermoso de Dios que luchar con él es como negar al mismo Dios, es un santuario estamos acogidos en él, es un templo, existimos dentro de él y debemos tener los máximos cuidados para con él, es nuestra responsabilidad, el cuerpo está compenetrado con la mente, cuando quieres levantar la mano, no tienes que hacer nada: simplemente la levantas, solo con la idea de querer levantarla tu cuerpo la obedece, es un milagro, es como si el cuerpo corriera paralelo con la mente, es muy sensible, deberíamos aprender a hablarle, y pueden hacerse muchas cosas.

### **Escucha al cuerpo**

Una vez que comiences a entender a tu cuerpo, el noventa y nueve por ciento de tus sufrimientos desaparecerán de la manera más sencilla, pero no quieres hacer caso, el cuerpo dice: ¡No comas!, pero sigues comiendo, le haces caso a la mente, la mente dice: un poco más, no escuchas al cuerpo, el cuerpo se siente asqueado, el estómago está diciendo: ¡Basta! ¡Ya tengo suficiente! ¡Estoy cansado!.Pero la mente dice: Fíjate qué sabor... come un poco más. Te guías por lo que dice la mente. Si

escuchas al cuerpo, el noventa y nueve por ciento de los problemas desaparecerán sin darte cuenta y el uno por ciento restante serán tan solo accidentes, no problemas serios.

### **El cuerpo es un milagro**

Es extraordinariamente hermoso, extraordinariamente complejo, no hay otra cosa tan compleja, tan sutil como el cuerpo, no sabes nada de él, solo lo has mirado en el espejo, nunca lo has mirado hacia el interior; te darías cuenta de que es un universo en sí mismo, eso es lo que los místicos han estado diciendo siempre, el cuerpo es un universo en miniatura, si lo ves desde el interior es tan vasto: millones y millones de células, y cada una de ellas vivas en sí mismas, cada célula funcionando de una manera tan inteligente que casi parece increíble, imposible, inconcebible.

Comes y el cuerpo transforma la comida en sangre, huesos, médula, comes y el cuerpo transforma la comida en conciencia, pensamiento, un milagro está sucediendo a cada momento, cada célula funciona tan sistemáticamente, de una manera tan ordenada, con tal disciplina interior, que casi parece imposible, millones de células, setenta millones de células existen dentro de tu cuerpo, setenta millones de almas, cada célula tiene su propia alma. ¡Y cómo funcionan! con qué coherencia funcionan, con qué ritmo y armonía y las mismas células se convierten en tus ojos, en tu piel, en tu hígado, en tu corazón, en tu médula, en tu mente y en tu cerebro, estas mismas células se convierten en células especializadas, pero son las mismas células, cómo se mueven y cómo trabajan, sutil y silenciosamente

El cuerpo entraña todos los misterios, el cuerpo entraña todos los misterios del universo, es un universo en miniatura, la diferencia entre el

cuerpo y el universo es solo de cantidad, así como un simple átomo encierra todos los secretos de la materia, el cuerpo contiene todos los secretos del universo, no necesitas salir a buscar ningún secreto, hay que cuidar el cuerpo, no deberíamos estar en su contra, no deberíamos condenarlo, si lo haces, es que has condenado a Dios, porque en lo más recóndito de tu cuerpo reside Dios, él ha elegido la morada del cuerpo para vivir, respeta tu cuerpo, ama tu cuerpo, cuídalo.

### **Conexiones mente-cuerpo**

La mayoría de los problemas físicos son psicosomáticos porque el cuerpo y la mente no son dos cosas separadas. La mente es la parte interior del cuerpo y el cuerpo es la parte exterior de la mente, por lo que cualquier cosa puede empezar en el cuerpo y penetrar en la mente o viceversa, no hay división, no hay compartimientos, por lo tanto todos los problemas tienen dos caras pueden ser atajados a través de la mente o a través del cuerpo, hasta ahora esta ha sido la práctica en el mundo, unos pocos creen que todos los problemas son del cuerpo, los fisiólogos, los conductistas, los psicólogos tratan el cuerpo, y por supuesto en el cincuenta por ciento de los casos tienen éxito, esperan que a medida que se desarrolle la ciencia tendrán más éxito, pero nunca obtendrán más del cincuenta por ciento, porque no tiene nada que ver con el desarrollo de la ciencia.

Lo primero es el cuerpo, porque este es el portal de entrada a la mente, por ser materia tangible el cuerpo es fácilmente manipulable, primero el cuerpo debe liberarse de todas sus estructuras acumuladas y, de forma simultánea, la mente debe ser inspirada para que pueda comenzar a moverse hacia arriba y así pueda liberar toda la carga que la mantiene anclada.

### **La persona como un todo**

En un mundo mejor, toda persona cuya profesión sea curar el cuerpo meditará., cuando el cuerpo sufre, debe haber algún motivo, porque todo tiene relación, por lo que una persona no puede ser curada solo tratando su cuerpo, tiene que ser tratada en su conjunto, pero para mirar en su conjunto, es necesario mirar en el conjunto total del propio ser.

## ***CAPITULO II***

### ***ESTUDIO DE MERCADO***

## 2.1 Introducción al tema

El Centro de Acondicionamiento Físico y Spa busca satisfacer las necesidades de los potenciales clientes, teniendo como predominantes los clientes entre 20 y 50 años que son la población económicamente activa, se toma como referencia estas edades de acuerdo a la afluencia de clientes a los gimnasios de la competencia según encuesta directa realizada a los administradores de los mismos, estos clientes buscan este tipo de servicio ya que contribuye a su vez al desarrollo físico complementario del ser humano y de su salud, mejorando su calidad de vida y controlando su nivel de stress y manteniendo un equilibrio físico y mental.

Existen 3 rangos de entrenamiento:

- **Rango alto de 20 a 30 años:** Grupo ideal para realizar ejercicios de alto impacto en cuanto a frecuencia e intensidad por la vitalidad física de los clientes.
- **Rango medio de 30 a 40 años:** Grupo ideal para realizar ejercicios de impacto medio por su mediana intensidad.
- **Rango bajo de 40 a 50 años:** Grupo ideal para realizar ejercicios de impacto bajo recomendado para el mantenimiento y desarrollo de su masa muscular cuidando que no produzca daños y logrando vitalidad y energía en sus movimientos.

En estos 3 rangos pueden existir excepciones dependiendo de factores como lesiones previas, obesidad, hipertensión, a este grupo de personas se debe dar un trato especial y dirigido.

**Los servicios que ofrece son los siguientes:**

- Aeróbicos
- Pesas
- Cycling
- Pilates
- Taebo
- Yoga
- Taichi
- Kick boxing
- Control de Peso
- Masajes de relajación
- Mesoterapia,
- Aromaterapia,
- Charlas de nutrición
- Peluquería.

**2.2 Metodología de la investigación**

**MÉTODO DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

Para este proyecto las fuentes de información que se utilizan son primarias y secundarias.

Dentro de las fuentes primarias se utiliza la encuesta formulada a los integrantes de la muestra, las mismas que se realizan con personas adultas, ejecutivos, estudiantes universitarios y personas de la tercera edad los cuáles se ven físicamente vitales y activos.

La encuesta es una herramienta efectiva para recolección de datos, esta es personal y permite determinar si es atractivo para el mercado la creación de un centro de acondicionamiento físico y Spa.

Dentro de las fuentes secundarias se utiliza información de otros negocios similares con un sondeo de mercado el cual se realiza en el sector norte de la ciudad de Quito.

### **2.3 Perfil del cliente**

Los potenciales clientes son estudiantes, ejecutivos, amas de casa y personas mayores, que dispongan de tiempo libre en el transcurso del día, tarde o noche, el horario de atención es todo el día ha excepción de las clases de rutina específicas de aeróbicos, cycling, pilates, taeko, yoga, taichi y kick boxing, de manera que los horarios permitan al cliente comodidad en su tiempo disponible.

### **2.4 Delimitar y determinar el universo del estudio**

Para determinar la población se toma en cuenta el total de población de Quito, 1.397.698 habitantes, por otro lado se analiza a la población urbana de la ciudad de Quito que reside en el sector norte con un total de 1.010.320, (fuente Instituto de Estadísticas y Censos del 25 de Noviembre del 2001), la población económicamente activa entre 20 a 50 años con un ingreso per capita medio- alto es de 132.642 habitantes. Cabe resaltar que estos datos están proyectados para el año 2008.

*Cuadro No. 5*

**SEGMENTACION DE LA POBLACION**

<b>Año 2008</b>	<b>Total</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Población total país</b>	13,805,095	
<b>Población total en Pichincha</b>	<b>2,720,764</b>	20%
Rural	784,569	29%
Urbana	1,936,194	71%
<b>Población masculina total</b>	<b>1,352,278</b>	50%
Rural masculina	396,279	29%
Urbana masculina	955,999	71%
<b>Población femenina total</b>	<b>1,368,486</b>	50%
Rural femenina	388,290	28%
Urbana femenina	980,196	72%
<b>Población total en Quito</b>	<b>1,397,698</b>	51%
Estrato bajo 45%	628,964	45%
Estrato medio 37%	517,148	37%
Estrato medio alto 13%	181,701	13%
Estrato alto 5%	69,885	5%
<b>Norte</b>	<b>1,020,320</b>	73%
Población entre 15 y 45 años	489,753	48%
Población económicamente activa entre 20 y 50 años	132,642	13%

FUENTE: Censo del 25 de Noviembre del 2001 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Inec)

ELABORACIÓN: Verónica Torres

## 2.5 Tamaño de la muestra

### Muestra probabilística

Para aplicar este tipo de muestra utilizamos la siguiente fórmula:

Gran parte de los clientes serán personas jóvenes, que oscilan entre las edades de 20 a 50 años porque es la población económicamente activa.

Para lo cual se recurre a las siguientes estadísticas:

Para obtener la muestra del establecimiento, se recurre a la investigación de las siguientes estadísticas:

La población total del norte de Quito es de 1.010.320 habitantes de los cuales 132.642 tienen de 20-50 años de edad son económicamente activos y son los potenciales clientes.

### Porcentaje

$$\begin{array}{rcl} 1.010.320 & = & 100\% \\ 132.462 & = & X \\ & & \mathbf{13\%} \end{array}$$

El tamaño de la población es de 1.010.396 de acuerdo a la difusión de resultados definitivos del VI censo de la población y vivienda 2001 y en porcentaje la población de la demanda insatisfecha es del **13%**.

Para aplicar este tipo de muestra se utiliza los siguientes datos:

$z(2)$  = Varianza de valor 1,96

$p$  = Probabilidad de ocurrencia 50%

$q$  = Probabilidad de ocurrencia 50%

$N$  = población total

$e(2)$  = nivel de error 5%

### FORMULA PARA MUESTRA FINITA

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

$$n = \frac{1,96(2) \times 0,50 \times 0,50 \times 132.642}{0,50(2)(132.642-1) + 1,96(2) \times 0,50 \times 0,50} =$$

$$n = \frac{470.359}{1.224} =$$

$$n = 384 \text{ Muestra}$$

Para este estudio se utiliza la encuesta combinada con preguntas de elección múltiple, preguntas cerradas, preguntas abiertas, preguntas de dos opciones o de alternativa constante. **(Ver Anexo 1 Encuesta)**

## **2.6 Análisis de la demanda**

### **Definición**

Se entiende por demanda la cantidad de bienes y servicios que el mercado requiere o solicita para buscar la satisfacción de una necesidad específica a un precio determinado.

Para cuantificar la demanda potencial del establecimiento se realiza un análisis para determinar una respuesta objetiva, para lo que se emplea tres preguntas en conjunto 1.1, 2.2, y 2.5 de la encuesta.

La primera pregunta se aplica porque muestra una cifra interesante en cuanto al mayor porcentaje de los encuestados que viven o trabajan en el sector norte de la ciudad de Quito, la pregunta 2.2 está estrechamente relacionada ya que indica que existe una parte importante de la población encuestada que sí practica el deporte aeróbico y anaeróbico que sería el producto.

En este análisis se incluye también la pregunta 2.5 que indica los clientes que utilizan gimnasios y los clientes potenciales que pueden utilizar el establecimiento.

Se toma como potenciales clientes aquellos donde sus respuestas son afirmativas en las tres preguntas a partir de los 384 encuestados.

**Pregunta 1.1.-** Indica que del total de encuestados, 267 personas viven en el sector norte de la ciudad dando un total del 70%.

**Pregunta 2.1.-**, Indica que del total de encuestados, 208 personas practica un deporte aeróbico dando un total de 78%.

**Pregunta 2.5.-** Indica que del total de encuestados, 81 personas lo practica en un Gimnasio dando el 39%, todas estas personas comparadas con la muestra de 384 obtenemos el resultado del porcentaje de la demanda potencial del 21%.

A continuación se detalla el procedimiento de este análisis.

*Cuadro N° 6*

**PREGUNTAS QUE DETERMINA EL PORCENTAJE DE DEMANDA POTENCIAL**

Total de Encuestados			384	100%
Preg.	Detalle Preguntas	% Respuestas Afirmativas	Relación % afirmativo con el total de encuestados	
1.1	Sector en el que vive:	70%	267	
2.1	¿Practica algún deporte?	78%	208	
2.5	¿En que lugar lo practica?	39%	81	
Porcentaje demanda potencial de acuerdo al ultimo dato filtrado				21%

FUENTE: Investigación directa  
Autora

ELABORACIÓN: Verónica Torres La

*Cuadro N° 7*

**APLICACIÓN % DEMANDA POTENCIAL AL UNIVERSO**

<b>DEMANDA TOTAL</b>	132.642 (Universo) * 0.21(% Demanda Potencial)	27.855
<b>DEMANDA MENSUAL</b>	27.855 *1 ( mes )	27.855
<b>DEMANDA ANUAL</b>	27.855 * 12(meses)	334.258

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**DEMANDA INSATISFECHA**

Se realiza un cálculo del total de la oferta y la demanda para determinar el número de demandantes potenciales para el año 2009, que desean asistir

a un Gimnasio o Spa con ambiente original. La demanda insatisfecha se presenta cuando la oferta no alcanza a cubrir los requerimientos del mercado o las necesidades del cliente.

D.I. = Demanda anual – Oferta anual

D.I. = 334.258- 87.000

D.I. = 247.248

(Ver cuadro No.7 Demanda)

(Ver cuadro No.22 Oferta)

Es importante estimular el crecimiento de la demanda por medio de estrategias específicas de crecimiento de marketing, puesto que el uso de los servicios no solo depende del factor económico sino de otras características de las cuales se hace referencia en el cuadro de segmentación de mercado, las cuales definen el perfil de los consumidores. La segmentación permite subdividir al universo en características homogéneas.

La gran oportunidad que tiene el establecimiento de captar la demanda insatisfecha es prometedora ya que los servicios que se ofrece han sido pensados principalmente en las necesidades del cliente o grupo de personas, tomando en cuenta el tiempo y dinero que ahorra el cliente al obtener todo en un solo lugar dependiendo de su necesidad.

Es importante estimular el crecimiento de la demanda por medio de estrategias específicas de crecimiento de marketing, puesto que el consumo de los servicios no solo depende del factor económico, sino de otras características como tiempo disponible, accesibilidad, seguridad y satisfacción de las expectativas, además se crea conciencia al tomar como alternativa un estilo de vida de calidad basado en el ejercicio con tips de una buena nutrición que se proyectará en su apariencia física.

## 2.7 Tabulación de la encuesta

La encuesta es personal, realizada a hombres y mujeres que pertenecen a la población económica activa de la ciudad de Quito, comprendidos entre los 20 y 50 años, estudiantes, ejecutivos, amas de casa y profesionales. Las encuestas fueron ejecutadas a partir del viernes 19 de diciembre del 2008 al 25 de enero del 2009, es muy importante tomar en cuenta que las encuestas se las realizó los días viernes, sábado y domingo con un total de 18 días con un promedio de 12 encuestas diarias en los que se ejecuta este estudio.

### ANALISIS DE LOS RESULTADOS

**¿Sector en el que vive?** En este gráfico se observa que del total de encuestados, el 70%, informan que viven en el sector norte de la ciudad, los mismos que se los puede considerar como potenciales clientes y con un nivel de frecuencia alta; mientras que un 26% de los encuestados señalaron que viven en el sector sur y el 4% que viven en el sector este. En base a estos resultados se determina que existe un extenso número de potenciales clientes, los mismos que podrían utilizar los servicios del establecimiento por encontrarse en el sector norte y por cercanía puede ser una muy buena opción.

**CUADRO No. 8**  
**UBICACIÓN DEL ENCUESTADO**



FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**¿Nivel de Instrucción?** Este gráfico indica que 65% de encuestados tienen formación universitaria, 26% de encuestados tienen un nivel de estudios de Post grado y el 9% de encuestados son estudiantes secundarios, la mayor población de los encuestados están ubicados en la zona norte ya sea que vivan en este sector o que trabajen o estudien en el Norte. Con estos resultados se determina que existe un 65% de potenciales clientes, los mismos que utilizarían los servicios del establecimiento.

**CUADRO No. 9**  
**INSTRUCCION DEL ENCUESTADO**

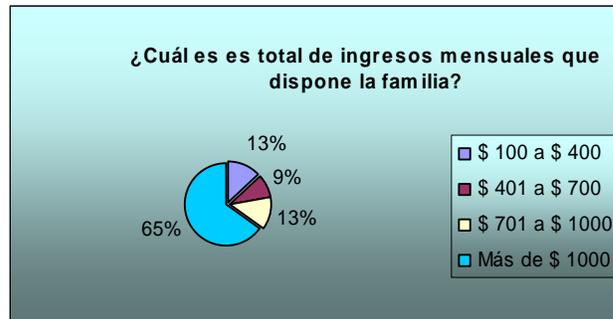


FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**¿Cuál es el total de ingresos mensuales que dispone la familia?** Este gráfico indica que 65% de encuestados tienen ingresos mensuales mayores a USD1.000,00, un 13% de encuestados tienen ingresos de USD701,00 a USD1.000,00 y el otro 13% de encuestados tienen ingresos entre USD100,00 a USD400,00 y el 9% de encuestados tienen ingresos entre USD401 a USD700,00, tomando en cuenta que las encuestas se realizan en empresas privadas y públicas de servicios y comerciales. Estos resultados determinan que existe un interesante número de potenciales clientes corporativos con los cuales se puede realizar paquetes promocionales por grupos de personas, los cuales pueden utilizar los servicios del establecimiento.

**CUADRO No. 10**  
**INGRESOS DEL ENCUESTADO**



FUENTE: Investigación directa ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**¿Practica algún deporte?** El 65% de los encuestados si practica algún deporte y el 35% de los encuestados no practica ningún deporte. En base a estos resultados se determina que existe un número de encuestados que son personas sedentarias y se convierten en potenciales clientes, los cuales pueden utilizar los servicios del establecimiento.

**CUADRO No. 11**  
**ACTIVIDADES FISICAS DEL ENCUESTADO**



FUENTE: Investigación directa ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**¿Qué tipo de deporte practica?** Este gráfico indica que 78% de encuestados practica un deporte aeróbico es decir con una frecuencia cardiaca importante, un 9% de encuestados practica tenis y el otro 9% de encuestados practica natación, un 4% de encuestados practica un ejercicio anaeróbico como yoga, taichi o pesas. En base a estos

resultados se determina que existe un número interesante de encuestados que pueden utilizar los servicios del establecimiento.

**Cuadro No. 12**  
**DEPORTE QUE PRACTICA EL ENCUESTADO**

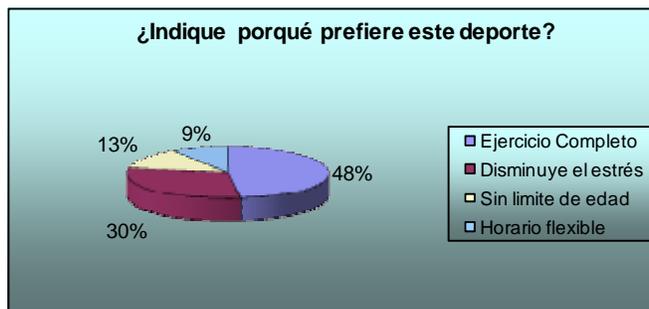


FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**¿Indique porque prefiere este deporte?** Este gráfico indica que 48% de encuestados prefiere el ejercicio aeróbico y considera que le proporciona un trabajo completo en el que ejercita todo su cuerpo además de trabajar su corazón y moldear su cuerpo, 30% de encuestados considera que este deporte disminuye el nivel de estrés, 13% de los encuestados indica que es importante ya que no tiene límite de edad, 9% de los encuestados lo practica por la flexibilidad en horarios ya que este se ajusta a sus necesidades de tiempo. Con estos resultados consideramos que los servicios que se ofrece se ajustan a todas las necesidades de estos potenciales clientes.

**Cuadro No. 13**  
**QUE DEPORTE PREFIERE EL ENCUESTADO**



FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**¿Con qué frecuencia lo practica?** Este gráfico indica que 48% de encuestados practica semanalmente, 39% de encuestados practica diariamente, 13% de encuestados practica quincenalmente. Con estos resultados vemos que los potenciales clientes asistirán al centro de acondicionamiento con una frecuencia permanente.

**CUADRO No. 14**  
**FRECUENCIA DE PRACTICA DEL ENCUESTADO**



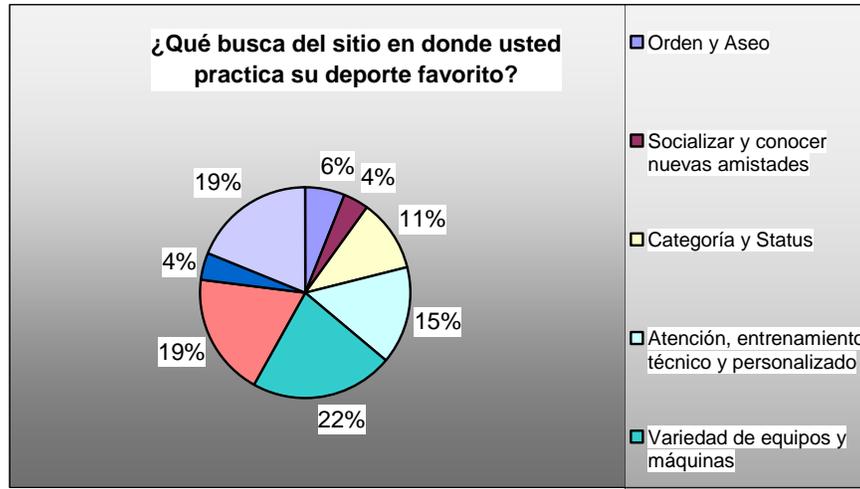
FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**¿Qué busca del sitio en donde usted practica su deporte favorito?**

Este gráfico muestra que 22% de encuestados busca variedad de equipos y máquinas, 19% de encuestados busca cercanía y horarios flexibles y el otro 19% busca resultados rápidos y visibles, el 15% de encuestados busca atención, entrenamiento técnico y personalizado, el 11% de encuestados busca categoría y status, el 6% de encuestados busca un lugar con orden y aseo, un 4% busca socializar y conocer nuevas amistades y el otro 4% busca alta calidad y bajo precio. Este resultado muestra una clara idea de las necesidades que se debe satisfacer de los potenciales clientes ya que son personas que saben lo que buscan.

**Cuadro No. 15**  
**QUE BUSCA EL ENCUESTADO**

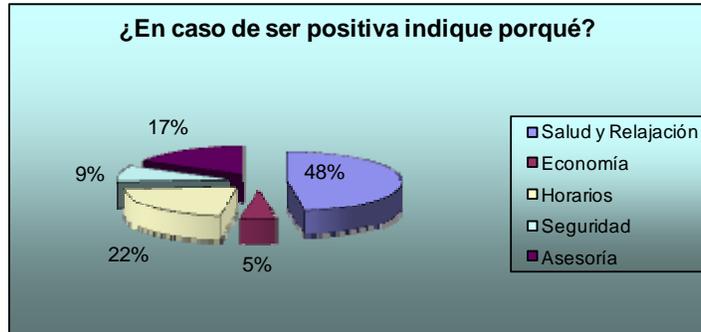


FUENTE: Investigación directa ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**¿En caso de ser positiva indique porqué?** Este gráfico indica que el 48% de encuestados recomendaría el lugar de su preferencia a familiares y amigos para la práctica de su deporte favorito por ser un lugar donde encuentra salud y relajación, 22% de encuestados lo recomendaría por sus horarios flexibles, 17% de encuestados lo recomendaría por la asesoría que le dan, 9% de encuestados lo recomendaría por ser un deporte seguro que no le causará daños ni lesiones físicas además que es un lugar cerrado, 5% de encuestados lo recomendaría por sus precios económicos. Con estos resultados se considera que los horarios, la asesoría, seguridad y precios pueden ser los principales objetivos para captar la atención de los potenciales clientes.

**Cuadro No. 16**

**PORQUE RECOMIENDA LUGAR DE PREFERENCIA DEL ENCUESTADO**



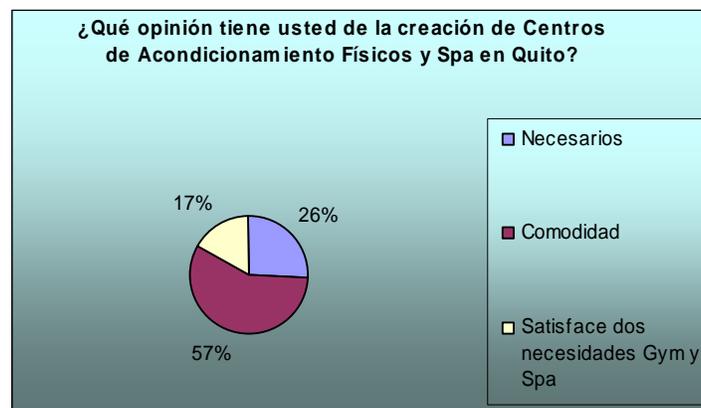
FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

¿Qué opinión tiene usted de la creación de Centros de Acondicionamiento Físicos y Spa en Quito? Este gráfico indica que el 57% de encuestados opinan que es mucho más cómodo ir a un solo lugar en donde encuentran total asesoría en la práctica de este deporte, 26% de encuestados opina que son lugares muy necesarios y que deberían existir más y a precios accesibles, 17% de encuestados opina que este lugar satisface dos necesidades a la vez el servicio de Gimnasio y Spa. Con estos resultados se ve que los posibles clientes buscan la comodidad de tener un servicio completo en un solo lugar.

**Cuadro No. 17**

**QUE OPINA EL ENCUESTADO**

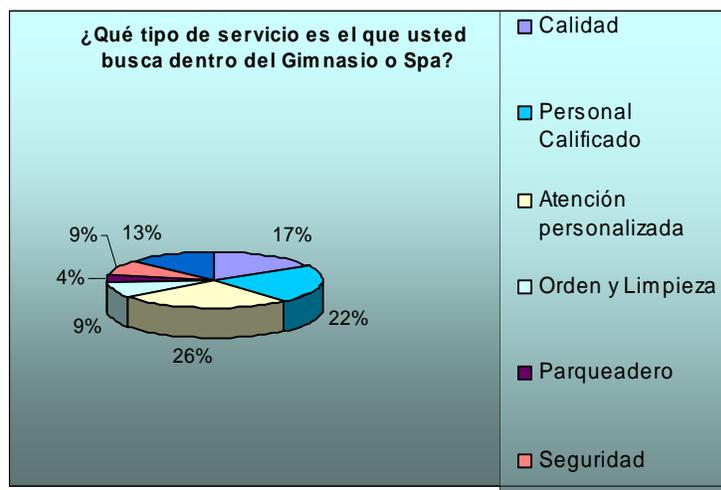


FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**¿Qué tipo de servicio es el que usted busca dentro del Gimnasio o Spa?** Este gráfico muestra que un 26% de encuestados buscan atención personalizada, 22% de encuestados buscan personal calificado, 17% de encuestados buscan calidad, 13% de encuestados buscan tratamientos faciales y corporales, un 9% de encuestados buscan orden y limpieza y el otro 9% de encuestados buscan seguridad, el 4% de encuestados buscan un servicio con parqueadero para sus vehículos. Con estos resultados se ve que los potenciales clientes buscan personal calificado en cuanto a la atención personalizada se puede satisfacer esta necesidad en el área de pesas.

**Cuadro No. 18**  
**QUE SERVICIO BUSCA EL ENCUESTADO**



FUENTE: Investigación directa ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

## 2.8 Análisis de la oferta

**Definición.-** Oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) están dispuestos a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

En la actualidad el mercado del fitness (entrenamiento de ejercicio completo) se encuentra segmentado es decir existen solo gimnasios, spa,

centro de control de peso y nutrición, en el Ecuador existen pocos centros de acondicionamiento con fitness y spa, únicamente hay clubes exclusivos que se están ubicados en las principales ciudades de Quito, Guayaquil, Cuenca y Manta los cuales se financian con la membresías de sus socios.

En la ciudad de Quito por el momento de acuerdo a la investigación realizada existen dos Centros de Acondicionamiento Integral que ofrecen los servicios de gimnasio, spa, nutrición, y belleza, el centro de acondicionamiento propuesto permitirá a los futuros clientes mantener un estilo de vida saludable, el equipamiento del centro de acondicionamiento físico permitirá mantener la categoría del mismo ya que los profesionales serán frecuentemente capacitados y el equipo utilizado será el más sofisticado.

Las preguntas utilizadas para conocer preferencias son las siguientes:

**¿En que lugar lo practica?** Este gráfico muestra que 39% de encuestados practican en Gimnasio, 35% de encuestados practica en el parque, 17% de encuestados practica en un club y 9% practica en su domicilio. Con estos resultados los potenciales clientes serían los que practican en el parque o el domicilio ya que lo hacen por su cuenta sin ningún tipo de dirección técnica lo cual puede causar lesiones leves o permanentes a diferencia de un centro de acondicionamiento especializado en dar este servicio contando con personal altamente capacitado.

**Cuadro No. 19**  
**LUGAR DE PRACTICA DEL ENCUESTADO**

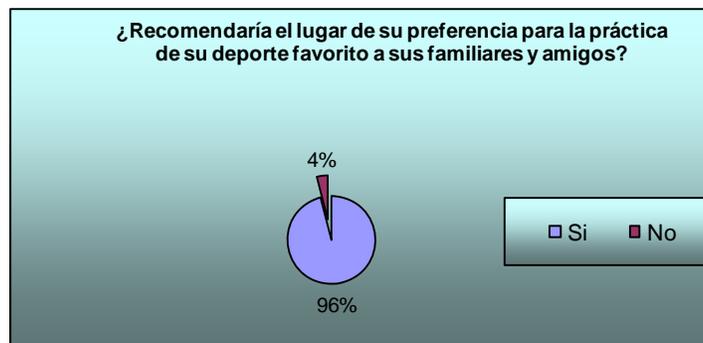


FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**¿Recomendaría el lugar de su preferencia para la práctica de su deporte favorito a sus familiares y amigos?** Este gráfico muestra que el 96% de encuestados recomendaría a sus familiares y amigos el lugar de su preferencia para la práctica de su deporte favorito, 4% no lo recomendaría ya que consideran que desean frecuentar lugares donde se encuentran con sus amistades fuera de su núcleo familiar. Estos resultados indican que puede existir una muy buena acogida de parte de los clientes satisfechos y que asisten con frecuencia los cuales pueden recomendar como una muy buena alternativa, ya que se aprecia la atención y variedad de servicios que se ofrece.

**Cuadro No. 20**  
**RECOMENDACION DEL LUGAR DE PREFERENCIA DEL ENCUESTADO**



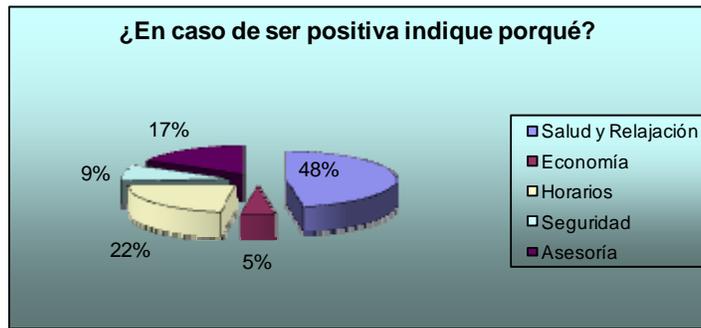
FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**¿En caso de ser positiva indique porqué?** Este gráfico indica que el 48% de encuestados recomendaría el lugar de su preferencia a familiares y amigos para la práctica de su deporte favorito por ser un lugar donde encuentra salud y relajación, 22% de encuestados lo recomendaría por sus horarios flexibles, 17% de encuestados lo recomendaría por la asesoría que le dan, 9% de encuestados lo recomendaría por ser un deporte seguro que no le causará daños ni lesiones físicas además que es un lugar cerrado, 5% de encuestados lo recomendaría por sus precios económicos. Con estos resultados se considera que los horarios, la asesoría, seguridad y precios pueden ser los principales objetivos para captar la atención de los potenciales clientes.

**Cuadro No. 21**

**PORQUE RECOMIENDA LUGAR DE PREFERENCIA DEL ENCUESTADO**



FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**OFERTA ACTUAL**

El análisis de la oferta actual pretende determinar la cantidad de Gimnasios que hay en la ciudad de Quito con características similares a las que pretende ofertar el establecimiento, este dato se obtuvo a través del Catastro del Municipio en la que se determinó que existen 5 Gimnasios de primera categoría, que se encuentran ubicados en áreas cercanas al establecimiento, por lo que se considera como competencia

directa, tomando en cuenta que brindan servicios de ejercicio aeróbico, anaeróbico, pilates y algunos servicios de Spa adicionales, cuyas características detallamos en el siguiente cuadro:

**Cuadro N° 22**

**CAPACIDAD INSTALADA POR COMPETENCIA DIRECTA**

<b>Nombre del Establecimiento</b>	<b>Categoría</b>	<b>Capacidad Número de personas</b>
<i>Alethic Gym</i>	<i>Primera</i>	<i>100</i>
<i>Phisique Gym</i>	<i>Primera</i>	<i>80</i>
<i>Fit Center Gym</i>	<i>Primera</i>	<i>60</i>
<i>Shambala Gym Spa</i>	<i>Primera</i>	<i>30</i>
<i>Upyat Spa Club</i>	<i>Primera</i>	<i>20</i>

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

En este cuadro No.22 se presenta la lista de gimnasios con información del número de clientes que visitan dichos establecimientos diariamente, para considerar a potenciales competidores.

Estos resultados permiten determinar que el promedio de clientes que visitan dichos establecimientos es de 58 personas diarias, esta información se obtiene de encuesta directa a los administradores de los gimnasios que constan en el cuadro.

**Cuadro N° 23**

**NÚMERO DE PERSONAS DIARIAS COMPETENCIA**

<b>N</b>	<b>LOCAL</b>	<b>Pax diarios</b>
1	<i>Alethic Gym</i>	100
2	<i>Phisique Gym</i>	80
3	<i>Fit Center Gym</i>	60
4	<i>Shambala Gym Spa</i>	30
5	<i>Upyat Spa Club</i>	20
<b>PROMEDIO</b>		<b>58</b>

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**Cuadro N° 24**  
**OFERTA GLOBAL**

Promedio de Oferta Diaria	58 clientes
Número de Competidores (5 Gimnasios y Spa)	290 clientes
Ofertas Mensuales (25 días)	7.250 clientes
<b>Oferta Anual</b>	<b>87.000 clientes</b>

FUENTE: Investigación directa ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

## 2.9 Balance Oferta y Demanda

En el balance de la oferta y demanda detallada en los cuadros que se muestran a continuación, vemos que es factible satisfacer la necesidad de los clientes potenciales, con lo cual se debe ofrecer máquinas, equipos de entrenamiento, instructores capacitados y precios competitivos que marquen la diferencia, aplicando a todo esto una calidad de excelencia.

**Cuadro N° 25**

### Análisis de participación del proyecto en base a la oferta

Nombre Establecimiento	Pax diarios	Membresía anual	Membresía semestral	Membresía trimestral	Membresía mensual
<i>Athletic Gym</i>	100	\$ 300	\$ 150	\$ 75	\$ 30
<i>Phisique Gym</i>	80	\$ 660	\$ 330	\$ 165	\$ 60
<i>Fit Center Gym</i>	60	\$ 420	\$ 210	\$ 105	\$ 40
<i>Shambala Gym Spa</i>	30	\$ 250	\$ 125	\$ 65	\$ 25
<i>Upyat Spa Club</i>	20	\$ 250	\$ 125	\$ 65	\$ 25

FUENTE: Investigación directa ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

En cuanto a la oferta los tres primeros ítems de este cuadro pertenecen a locales que ofrecen solamente el servicio de gimnasio y los dos últimos ofrecen un mix de servicios como son gimnasio, spa y asesoría estética y de imagen con precios adicionales a cada servicio correspondiente a masajes corporales, peluquería, tratamientos faciales, etc.

**Cuadro N° 26****Análisis de participación del proyecto en base a la demanda**

Año		Demanda	% Participación	Demanda Anual Personas	Demanda Diaria Personas
1	2009	247,248	10%	24,725	82
2	2010	249,720	11%	27,469	92
3	2011	252,217	12%	30,266	101
4	2012	254,739	13%	33,116	110
5	2013	257,286	14%	36,020	120
6	2014	259,859	15%	38,979	130
7	2015	261,882	16%	41,901	140
8	2016	264,501	17%	44,965	150
9	2017	267,146	18%	48,086	160
10	2018	269,817	19%	51,265	171

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

La demanda potencial anual para el año 2009 es de 82 personas. Se determina que el porcentaje de participación del proyecto será del 10% de la demanda potencial el primer año, realizando un crecimiento anual del 1% durante los próximos 10 años.

**Cuadro N° 27****Crecimiento histórico anual proyectado en el lapso de 10 años**

Años	Población de Pichincha	Crecimiento anual
2001	2,461,071	
2002	2,499,969	102%
2003	2,536,195	101%
2004	2,572,154	101%
2005	2,608,856	101%
2006	2,646,426	101%
2007	2,683,272	101%
2008	2,720,764	101%
2009	2,758,629	101%
2010	2,796,838	101%

FUENTE: Censo del 25 de Noviembre del 2001 realizado por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (Inec).

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

Con el 10% de participación para el primer año de demandantes anuales se obtiene un total de 24.725, este sería el segmento de participación inicial del proyecto en el mercado.

El número de personas diarias que asistirían al centro de acondicionamiento físico y Spa se lo determina en base a los días de atención 25 y por 12 meses del año, con un total de 300 días anuales que el establecimiento labora. Del total de los demandantes anuales 24.725 se divide para los 300 días laborables del establecimiento da como el resultado un promedio de 82 personas diarias que asistirían al establecimiento.

El establecimiento instalará una capacidad física de espacio que satisfaga a 82 personas que es el dato con el que se iniciará las operaciones del primer año hay que tomar en cuenta que la capacidad con la que cuenta el establecimiento es mayor, con equipos e instalaciones para unas 100 personas y esta demanda será fácilmente satisfecha en base al estudio.

En los años posteriores se determinarán los requerimientos de capital, infraestructura, equipamiento, personal, etc, entre otros para de esta manera satisfacer la demanda de cada año que presenta el proyecto. Una vez determinada la participación y el número de personas que se atenderá en función del tiempo y los requerimientos para satisfacer el primer año, se proyecta estos aspectos y es posible prever los requerimientos para años futuros.

## CAPITULO III

### **3. ANALISIS FODA**

El análisis FODA permite encontrar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas por las que pasa el proyecto para desarrollar una excelente estrategia de comercialización y determinar cuales son las áreas a las que debemos dar un tratamiento para mejorar el desenvolvimiento del proyecto. Dicho análisis examina la interacción entre las características particulares del establecimiento y el entorno en cual se desarrolla, este se enfoca a los factores claves para el éxito del centro de acondicionamiento físico.

#### **FORTALEZAS**

- Personal Capacitado
- Equipamiento adecuado y moderno
- Instalaciones y equipos nuevos
- Ambiente elegante, exclusivo, y cómodo
- Música moderna
- Lugar Amplio
- Parqueadero
- Instalaciones completas
- Todos los servicios en mismo lugar
- Rutinas variadas
- Ubicación estratégica
- Servicio personalizado
- Calidad del servicio
- Trabajo en Equipo
- Estandarización de la higiene
- El cliente elije en base a su necesidad
- Precio competitivo y atractivo para el cliente

## **OPORTUNIDADES**

- Clientes de bancos, instituciones financieras, compañías privadas y públicas, amas de casa y estudiantes.
- Publicidad en Internet, página web.
- Publicidad en Prensa (revista).
- Tener clientes fijos y satisfechos que nos recomienden otros clientes.
- Capacitación constante de los instructores.
- Recurso humano cooperativo y colaborador entre si.
- Elevar estándares de calidad en el servicio.
- Mantener una cultura organizacional.
- Marcar la diferencia al ofrecer un servicio completo y de excelencia en la calidad.
- Crear una sucursal de iguales características en un sector opuesto para captar dos mercados de diferente zona.

## **DEBILIDADES**

- Poco tiempo de funcionamiento del local
- Pocos clientes.
- Un cambio en la política del país podría traer consecuencias en la economía de los clientes.
- Insuficiente publicidad en canales de televisión.

## **AMENAZAS**

- La competencia cuenta con clientes fijos, su establecimiento ya está posicionado.
- Aparición de nuevos competidores con similares características y servicio.

- Rompimiento del mercado de los competidores en cuanto a precios mensuales individuales, en grupos o membresías
- Rivalidad entre competidores.

### **3.1 Organización de la empresa**

#### **3.1.1. Nombre de la empresa**

El nombre escogido para el Centro de Acondicionamiento Físico y Spa es “**GYM ARMONY SPA**”, porque el nombre proyecta la realidad y el servicio que se ofrece, tomando en cuenta que dentro de la armonía se encuentra el perfecto equilibrio y salud que es el principal objetivo.

#### **3.1.2. Descripción de la empresa**

El Centro de Acondicionamiento Físico es un establecimiento que marca la diferencia, aquí el cliente puede comparar en el precio todos los servicios que recibe satisfaciendo sus necesidades en su totalidad, este será un Gimnasio y Spa de primera en el cual el ambiente es acogedor, limpio, donde predomina la amabilidad, el profesionalismo y el servicio al cliente principalmente, la decoración será una combinación de dos elementos principales que proyecte un estilo moderno y elegante al mismo tiempo.

#### **3.1.3. Misión y Visión de la empresa**

**Misión:** Fomentar el deporte creando conciencia de la importancia de mantenernos lejos de vicios que perjudican nuestra salud, buscando la armonía y belleza, creando una cultura de equilibrio y calidad de vida.

**Visión:** Empresa dedicada a lograr una belleza armónica en cuerpo, salud y mente logrando un servicio de calidad con excelencia.

Los valores aplicados en el establecimiento son:

**RESPONSABILIDAD.-** Cumplir con las tareas y objetivos asignados, asumir y responder con mis funciones y horarios, actuar conscientemente para prevenir situaciones de riesgo interno y externo.

**RESPECTO.-** Aceptar a las personas como son, escuchar con buena disposición, brindar un trato cordial.

**SERVICIO.-** Cumplir con las promesas básicas a los clientes internos y externos.

**LEALTAD.-** Cumplir con los compromisos contraídos, comprometerse con el cumplimiento de las políticas y procedimientos del establecimiento, cuidar y fortalecer la imagen del Gimnasio.

**HONESTIDAD.-** Cuidar los bienes y recursos del gimnasio, proteger la información y el conocimiento propio, actuar con transparencia hacia fuera y dentro.

#### **3.1.4. Objetivos de la empresa**

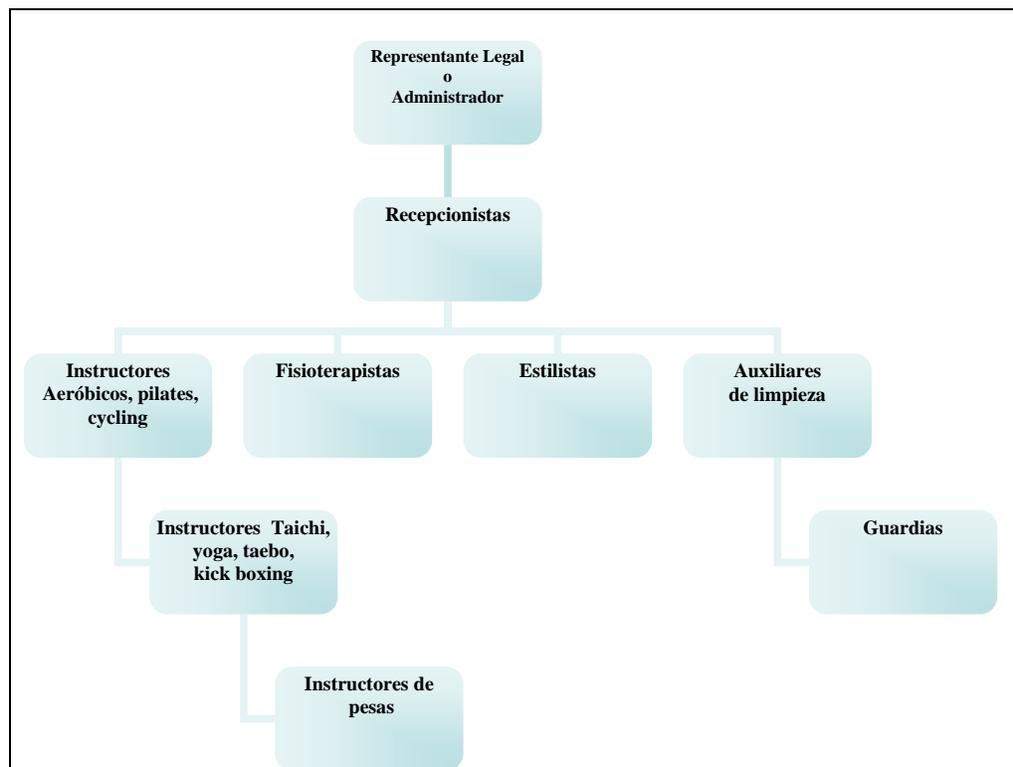
- Lograr estabilidad y rentabilidad en el negocio.
- Mantener siempre personal calificado.
- Cumplir obligaciones legales que permitan el buen funcionamiento del establecimiento.
- Lograr el reconocimiento de la calidad en nuestros servicios.
- Mantener la competitividad en nuestros servicios.

- Tener un crecimiento al menos del 2% año a año.
- Tener personal comprometido con nuestra misión y visión.
- Tener una cadena de gimnasios de iguales características.
- Diseñar una estrategia que permita un adecuado posicionamiento de nuestro servicio.

### 3.1.5. Estructura Organizativa

La estructura del establecimiento se lo realizará a través de un organigrama el cual permite visualizar la organización de cada área, administrativa, operativa y de apoyo y los elementos o departamentos que conforman la misma.

**Cuadro N° 28**  
**ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL**



FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**Manual de Funciones:** Este detalla cada una de las actividades que el personal debe realizar en el puesto de trabajo, de igual manera detalla las diligencias que el personal del establecimiento hace diariamente en su función.

### **Representante Legal y / o Administrador**

- Determina acciones o estrategias
- Planifica, organiza y controla las operaciones del restaurante
- Analiza informes mensuales de los encargados de cada área para la toma de decisiones que benefician al establecimiento.
- Elabora informes bimestrales para la junta de accionistas.
- Supervisa que el personal de un servicio de calidad.
- Trimestralmente evalúa el desarrollo del personal para realizar incentivos o llamados de atención en caso de ser necesario.
- Controla el respeto a las normas de atención al cliente
- Acepta sugerencias e inquietudes del personal para lograr un adecuado trabajo en equipo.
- Registra y analiza ingresos, egresos, costos y gastos que se generan durante un periodo contable.
- Paga impuestos de ley oportunamente.
- Cancela sueldos mensuales y beneficios de ley del personal.
- Facilita información financiera para la toma de decisiones.
- Administra recursos financieros a través del manejo del presupuesto de ingresos y egresos.
- Elabora los estados financieros
- Registra las operaciones contables
- Programa los pagos
- Cobranzas
- Maneja las cuentas por pagar
- Negociación con proveedores
- Manejo de la nómina

**Recepcionista:**

- Facturación de las cuentas de los clientes.
- Cobro de las facturas sea esta en efectivo o a través de tarjetas de crédito.
- Control de caja chica.
- Cierre y cuadro de caja.
- Enviar informes de las ventas mensuales para el administrador.
- Atención de llamadas telefónicas.
- Da información del servicio y membresías.
- Realiza reporte de control de asistencia del personal.
- Revisa la planificación mensual de trabajo de cada área.
- Coordina el trabajo del personal de limpieza.
- Control de asistencia de los clientes.

**Instructor Aeróbicos:**

- Entrega reportes de trabajo mensual.
- Entrega reportes de asistencia de los clientes a la recepción.
- Planificación de clases y publicación de horario.
- Responsable de su área con equipos y materiales
- Sugiere mejoras para su área.
- Actualiza la música que utiliza.

**Instructor Taichi:**

- Entrega reportes de trabajo mensual.
- Entrega reportes de asistencia de los clientes a la recepción.
- Planificación clases y publicación de horario.
- Responsable de su área y materiales.
- Sugiere mejoras para su área.

**Instructor Pesas:**

- Entrega reportes de asistencia de los clientes a la recepción.

- Atención personalizada con sugerencias técnicas para evitar lesiones.
- Proporcionar al cliente la información adecuada antes del entrenamiento.
- Realizar control de peso para verificar avances de resultados.

#### **Fisioterapeuta:**

- Da información completa antes de realizar masajes según la necesidad.
- Realiza una valoración previa.
- Da un servicio profesional en base a conocimientos y resultados esperados por el cliente.
- Entrega reporte a la recepción del control de asistencia y preferencia del servicio.

#### **Estilista:**

- Entrega reporte indicando el servicio realizado a la recepción.
- Atención al cliente amable y cordial.
- Asesorar al cliente de la mejor manera para que el servicio sea el esperado.
- Ofrece promociones vigentes del servicio.

#### **Auxiliar de limpieza:**

- Mantiene limpias todas las áreas de las instalaciones.
- Cambia toallas y útiles de aseo en baños.
- Colocar ambientadores en cada área.
- Limpia los equipos y los materiales utilizados.
- Limpia puertas de ingresos.

#### **Guardia**

- Vela por la seguridad de los clientes y el personal y vigila establecimiento y los autos de los clientes.

### **3.1.6 Aspectos legales**

- **Definición del régimen de constitución de la empresa**

La compañía de responsabilidad limitada es la más indicada ya que es recomendada para negocios nuevos y pequeños, considerando que esta empresa estará conformada por tres socios mediante escritura pública, detallados a continuación el capital social:

<b>Socios</b>	<b>Capital</b>
• Sra. Verónica del Carmen Torres Pazmiño	USD16.087.00
• Sr. Walter Morales Muriel	USD16.087.00
• Srta. María Sofía Espinosa	USD16.087.00

### **PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN DEL NEGOCIO**

Elaborar estatutos por medio de una minuta firmada por un abogado, que posteriormente se eleva a escritura pública en una notaria para la correspondiente firma de cada socio.

### **ANEXO # 2 Ejemplo de estatuto**

### **3.2 Estudio Técnico**

#### **3.2.1 Especificaciones del servicio**

Los servicios que se ofrece están divididos en tres áreas distribuidos en 800 mts 2 y son los siguientes:

## **Gimnasio:**

**Aeróbicos.-** Rutinas de alto y bajo impacto con intensidades diferentes en ejercicios cardiovasculares, manejando los niveles básico, medio y avanzado.

**Pilates.-** Conexión entre cuerpo y mente, la respiración permite una mentalización adecuada para empezar el ejercicio.

**Cycling.-** Ejercicio cardiovascular con variaciones de baja, media y alta intensidad, con el cual se fortalece piernas, glúteos, abdomen, brazos, pectorales y espalda, logrando bajar de peso principalmente en la parte inferior.

**Yoga.-** Clase de relajación, respiración y flexibilidad, rutina totalmente pasiva logrando un mejor control del nivel de estrés.

**Taichi.-** En estas secuencias se observa unión de la conciencia y el movimiento corporal, lentitud, flexibilidad, circularidad, continuidad, suavidad y firmeza; características que transmiten un sentimiento de armonía y serenidad. El Tai Chi se ha popularizado por los beneficios en la salud que se atribuyen a su práctica y al hecho de que es una disciplina a la que puede acceder un estrato muy amplio de población, sea cual sea su condición física.

**Tae bo.-** Se trata más de un ejercicio para la salud que un arma de autodefensa, no hay lanzamientos, agarres ni combate en el suelo en Tae Bo, sino que lo que se persigue es el aumento de la salud a partir del movimiento, este ejercicio de alta intensidad ha demostrado incrementar la eficacia cardiaca, la fuerza, la resistencia muscular y la flexibilidad. Al trabajar la mayoría de los principales músculos del

cuerpo, los practicantes de Tae Bo se desarrollan física y mentalmente, sintiéndose más fuertes y más vitales, el Tae Bo añade ejercicios aeróbicos a la mezcla, fortaleciendo los músculos con coreografías básicas

**Kick boxing.-** Deporte de contacto es una combinación de taekwondo y boxeo, es utilizado como defensa personal.

**Pesas.-** Ejercicio anaeróbico utilizado principalmente para subir de peso, moldear el cuerpo y fortalecer los huesos.

**Control de Peso, Charlas de nutrición.-** Este control permitirá controlar mensualmente cambios en peso y medidas específicas de diferentes partes del cuerpo, las charlas de nutrición serán impartidas a todos los clientes 1 vez por mes, indicando la cantidad de calorías que requiere el cuerpo diariamente ya sea que se ejercite o no.

#### **SPA**

**Masaje de relajación, 30 min.** Actúa sobre el sistema muscular, circulatorio, nervioso y energético para reequilibrar y regular el organismo, proporcionándole una sensación de ligereza y armonía. Sentirá su cuerpo, tranquilo y relajado con su mente, liberados de las preocupaciones cotidianas.

**Masaje Shiatsu, 30 min.** Con este ancestral masaje japonés, sentirá su cuerpo restaurado entre el equilibrio físico y energético del ser humano. Usando técnicas de presión con los dedos, palmas de las manos, antebrazos y codos y con una perfecta coordinación del ritmo de la respiración este masaje ayudará a que usted recobre el sueño, alivie las tensiones de los músculos y de las articulaciones.

**Masaje con piedras volcánicas, 30 min.** Colocando piedras volcánicas a varias temperaturas en los chacras o puntos específicos del cuerpo le ayudará a incrementar la presión y abrir los canales de energía. Mientras que rejuvenece, este masaje calmará y descongestionará su cuerpo, desintoxicándolo físicamente y descargando las energías negativas.

**Masaje Jet Lag, 30 min.** Después de un largo viaje, este masaje es el indicado para que su cuerpo se recupere. Combate los signos del cansancio y restaura la capacidad de su cuerpo, podrá adaptarse a los cambios de horario rápidamente.

**Masaje Reductor, 30 min.** Los masajes corporales reductores son una ideal y rápida manera de perder esos centímetros extras que suelen acumularse en la cintura, caderas, piernas y brazos. También son excelentes cuando se trata de reducir el efecto de la "piel de naranja" que produce la celulitis.

**Drenaje linfático, 30 min.** Este tratamiento será responsable de eliminar toxinas y mantener en forma el sistema inmunitario, trabajando directamente con el sistema linfático del cuerpo.

**Masaje natal, 30 min.** Durante el embarazo este masaje le ayudará a aliviar la fatiga y el estrés mejorando las articulaciones y reduciendo la tensión en el cuello, hombros y zona lumbar. Además de promover el bienestar de madre e hijo.

**Masoterapia, 30 min.** Considerado como el método más efectivo para aliviar el estrés, librarse de las tensiones físicas y reemplazarlas por energía y salud vibrante. Muy adecuada para mujeres y hombres dinámicos.

**Cuadro Nº 29**

**CUIDADO DE MANOS Y PIES**

Reflexología de manos.	Parafinoterapia de manos y pies
Reflexología de manos y pies	Fangoterapia de manos
Reflexología de pies	Fangoterapia de pies
Parafinoterapia de manos	Fangoterapia de manos y pies
Parafinoterapia de pies	

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

**Cuadro Nº 30**

**DEPILACIONES**

Depilación de axilas	Depilación de brazos
Depilación de bigote	Depilación de espalda
Depilación de cejas	Depilación de facial y patillas
Depilación de bikini integral	Depilación de pecho
Depilación de bikini y línea abdominal	Depilación de media pierna
Depilación piernas	Depilación total

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres La Autora

Para todos los tratamientos y terapias que se realicen en las salas del Spa se deberá:

1. Colocar un aromatizador para aromaterapia
2. Tener toallas
3. Tomar en cuenta el tiempo
4. Utilizar musicoterapia

**Estética**

Asesoramiento y cambio de imagen con cortes, tintes, tips, peinados, manicure, pedicure, extensiones, ondulaciones, a continuación el menú de servicios:

### **Menú de servicios**

- Manicure normal (exfoliación, corte de uñas y esmaltes)
- Pedicure normal (exfoliación, corte de uñas y esmaltes)
- Manicure especial (masaje 10min, exfoliación, corte de uñas y esmaltes)
- Pedicure especial (masaje 10min, exfoliación, corte de uñas y esmaltes)
- Maquillaje normal
- Maquillaje novia (incluye prueba)
- Pestañas postizas
- Corte barba
- Corte bigote
- Corte de hombre
- Corte de niño
- Corte cabello corto
- Corte cabello mediano
- Corte cabello largo
- Cepillado cabello corto
- Cepillado cabello mediano
- Cepillado cabello largo
- Peinado
- Tinte cabello corto
- Tinte cabello mediano
- Tinte cabello largo
- Tinte raíces
- Mechas o iluminaciones cabello corto
- Mechas o iluminaciones cabello mediano
- Mechas o iluminaciones cabello largo
- Permanente cabello corto
- Permanente cabello mediano

- Permanente cabello largo

### **3.2.2 Descripción de la prestación del servicio**

Para dar a conocer el establecimiento se realiza una campaña previa a su apertura, enumerando los servicios, ubicación y horarios flexibles a elección de los posibles clientes, de esta manera cuando se empiece a atender el establecimiento podrá ya ajustar horarios de atención o clases específicas de acuerdo a la necesidad del cliente.

Al momento de inscribir a los clientes se informa las alternativas que se ajusten a sus necesidades para esto se ha diseñado 3 estrategias para captar clientes, la primera será ofrecer un paquete mensual y atractivo el cual encierra el uso de las 3 áreas del establecimiento, el segundo será ofertar los servicios con un paquete corporativo para grupos, el tercero será ofertar atractivas membresías individuales trimestrales, semestrales y anuales.

De esta manera lograr que todos los servicios sean utilizados de manera constante y con una frecuencia similar pero siempre dependerá de la necesidad específica del cliente, expectativas y disponibilidad de tiempo.

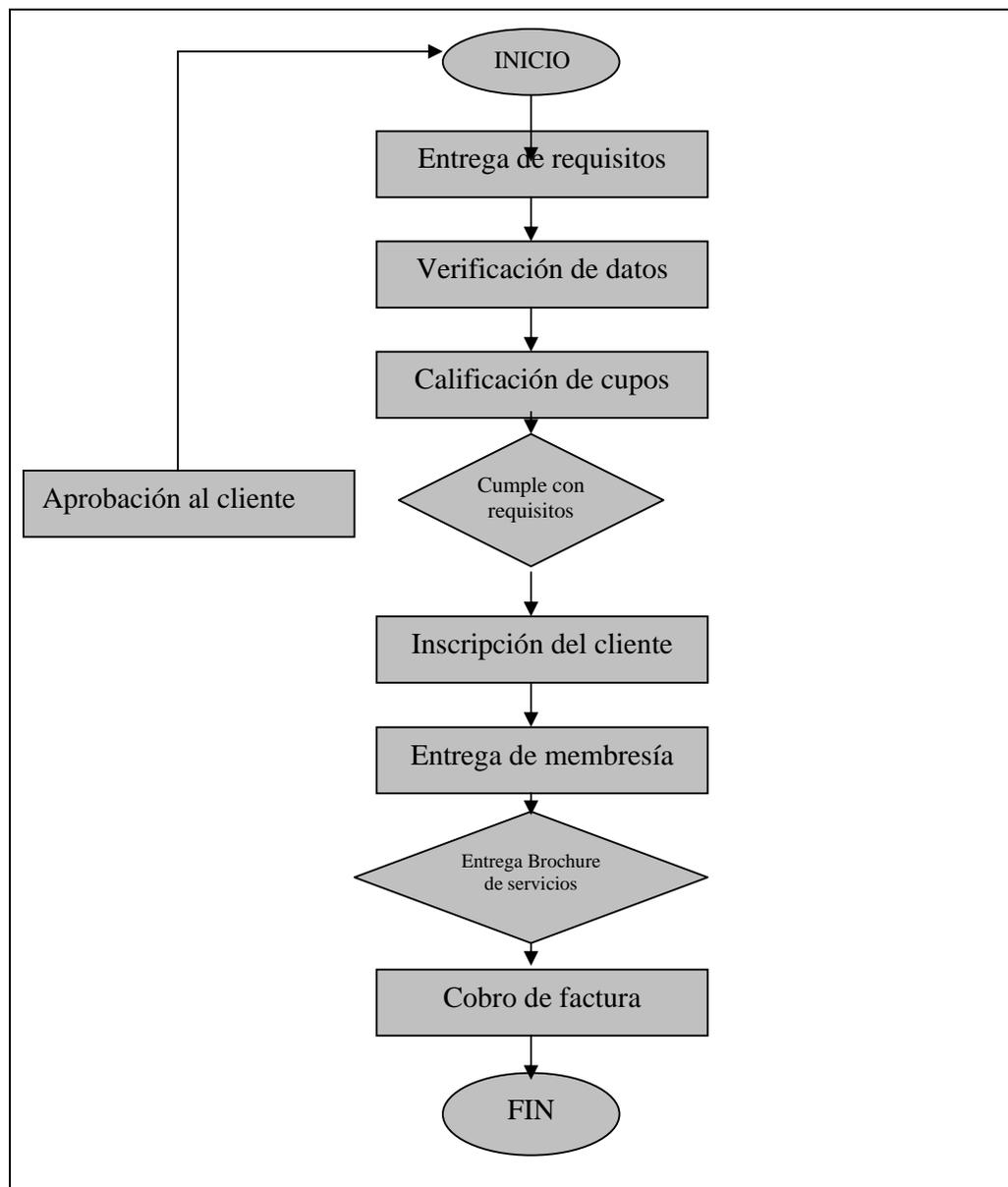
Los horarios deberán ser organizados y coordinados por cada área de manera que los clientes tengan acceso tanto en la mañana como en la tarde o noche.

### **3.2.3. Diagrama del flujo del proceso**

En este gráfico se representa mediante símbolos la secuencia de las tareas que se realizan en un determinado proceso, hay numerosos tipos de flujogramas en función de la información que se quiera representar, puede incluir la interacción entre funciones o departamentos. Aunque hay

variedad de símbolos, operaciones o ejecuciones de tareas representados mediante rectángulos, decisiones en forma de rombos, secuencia del proceso mediante flechas y el inicio o fin con un óvalo:

**CUADRO No. 31**  
**FLUJOGRAMA**



FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres LA AUTORA

**3.2.4. Características de la tecnología.-** La tecnología utilizada en el establecimiento será acorde a la utilizada en la actualidad, en el área de máquinas las escaladoras, caminadores y bicicletas disponen de paneles de control computarizados, que miden el tiempo, intensidad y velocidad del movimiento, los aparatos utilizados para medir grasa también son computarizados, en el área de recepción se utiliza el computador, en cada aula se utiliza Cd player.

### 3.2.5 Equipos e instalaciones:

Los equipos que se utilizan en el Centro de Acondicionamiento son los siguientes:

**CUADRO No. 32**

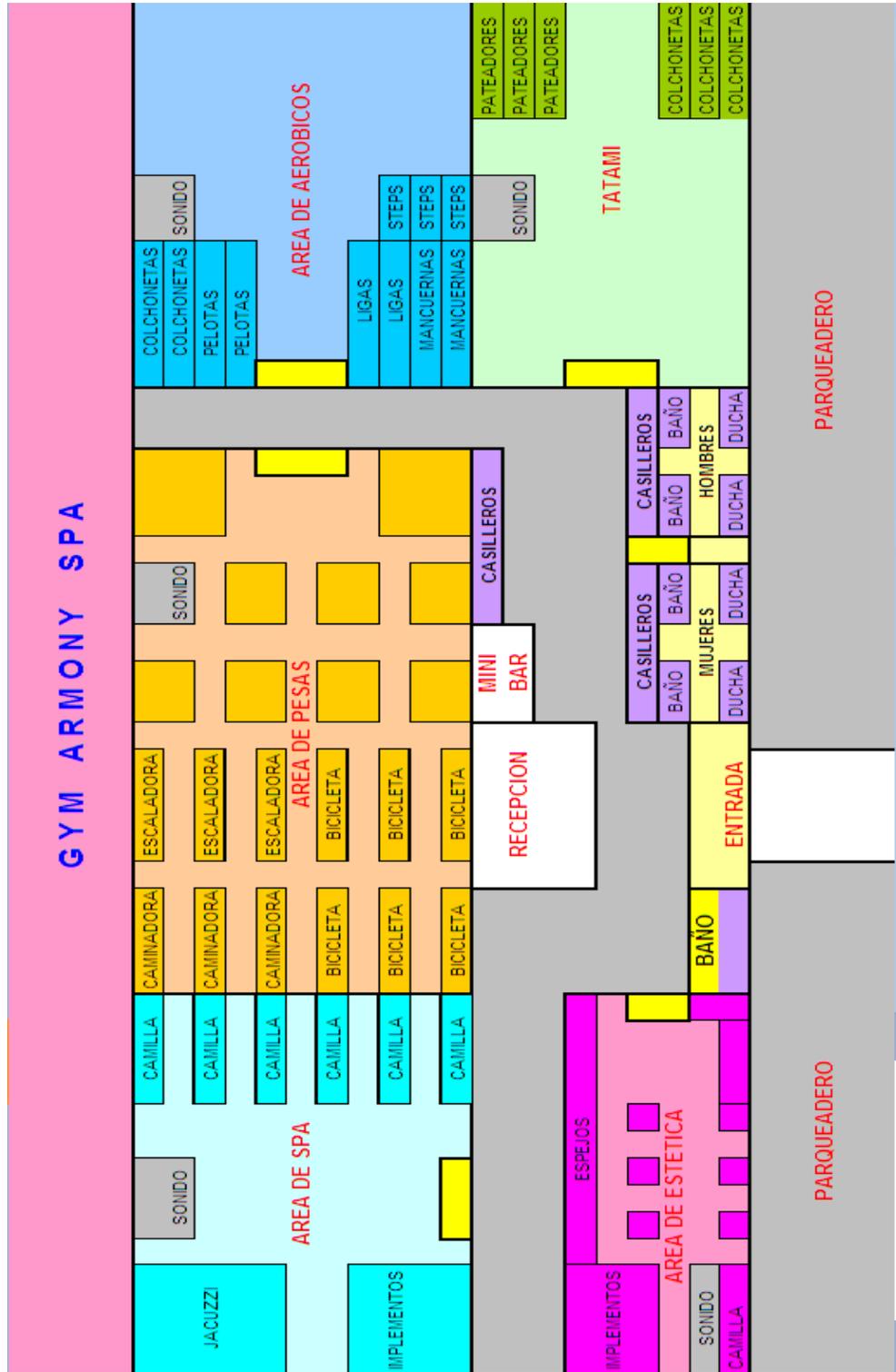
**Equipos e instalaciones**

<b>Recepción</b>	20 Pateadores
1 Computadora	<b>Area de Spa</b>
1 Teléfono	1 Jacuzzi
1 Archivador	1 Sala de Aromaterapia
1 Congelador pequeño	1 Cd placer
<b>Sala de pesas</b>	1 Sala de masajes
1 Cd placer	1 Estantería de insumos
3 Escaladoras	6 Camillas
3 Caminadoras	<b>Área de Estética</b>
6 Bicicletas para spinning	3 Sillas giratorias
<b>Sala de aeróbicos</b>	1 Juego de sillones
1 Cd placer	1 Camilla
20 Pelotas grandes	1 Cd placer
20 Steps	1 Espejo
20 Ligas angostas	1 Mesa para insumos
20 Ligas largas	<b>Áreas comunes</b>
20 Pares de mancuernas para brazos	2 Duchas para hombres
20 Colchonetas	2 Duchas para mujeres
<b>Tatami</b>	1 Parqueadero para clientes
20 Colchonetas	

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres LA AUTORA

### 3.2.6. Distribución de las áreas



### 3.2.7. Recurso Humano requerido

El personal mínimo requerido para el funcionamiento es el siguiente:

#### **CUADRO No. 33**

#### **Recurso Humano**

<b>No.</b>	<b>Personal</b>
1	Administrador
2	Recepcionistas para 2 horarios
1	Instructor de Aeróbicos
1	Instructor de Pesas
1	Instructor de Taichi y Yoga
1	Instructor de Taebo y Pick Boxing
2	Estilistas
2	Auxiliares de Limpieza
2	Fisioterapeutas
2	Guardias

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres LA AUTORA

### 3.3 Ciclo de negocios

Los bienes y servicios cumplen, desde sus orígenes hasta su desaparición, las siguientes etapas en su ciclo de vida: etapa previa; introducción; crecimiento; madurez; declinación; desaparición y retiro.

A continuación se analiza cada una de las etapas.

**Cuadro No.34**  
**CICLO DE NEGOCIOS**

<u>Introducción</u>	<u>Crecimiento</u>	<u>Madurez</u>	<u>Declinación</u>
<p>Las estrategias de marketing más recomendables para esta etapa deben focalizar sectores internos y externos de la empresa.</p> <p><b>Para clientes internos (personal de la organización)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear cultura compartida de toda la organización.</li> <li>- Seguimiento intensivo de todo el proceso.</li> <li>- Estímulos, incentivos y premios, tanto cualitativos como cuantitativos, para esta etapa.</li> <li>- Plan de contingencias para corregir o superar inconvenientes o problemas en el lanzamiento e introducción.</li> </ul>	<p><b>Para clientes internos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Nuevos esquemas de estímulos, incentivos y premios por resultados, propios de esta etapa.</li> </ul>	<p><b>Para clientes internos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar los nuevos roles y desempeños que se requiere de distintas funciones para asegurar que el servicio tenga la asistencia que exige el tránsito por su madurez.</li> <li>- Activar la participación para lograr mejoras en el producto o servicio, ya sea en su calidad o por extensión de líneas.</li> <li>- Estimular ideas y procesos para lograr el mayor aprovechamiento de la curva de la experiencia, la economía de escala, así como las oportunidades para reducir costos e incrementar utilidades, propias de las consecuencias de esta etapa del ciclo de vida.</li> <li>- Fijar nuevos estándares para sistemas de incentivos, estímulos y premios por logros conseguidos según planes y presupuestos de ventas.</li> </ul>	<p>En la primera fase de la declinación, hasta tanto el producto o servicio haya perdido menos de 25% de su participación en el mercado con relación a la etapa previa, es conveniente sustentar acciones de promoción, merchandising, negociación y ventas para desacelerar la pérdida de mercado.</p> <p>En esta etapa es necesario tener listos, para su lanzamiento, la innovación o bien el nuevo producto que se introducirá en el mercado para la ulterior sustitución del producto que se retirará de la comercialización.</p>
<p><b>Para clientes externos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Definición de qué canales o puntos de ventas deberán incorporarse en la cadena de distribución.</li> <li>- Diseño de la estrategia de trade-marketing, vale decir, qué productos o variedades de su línea, qué impulsión, qué política de precios, qué estrategias competitivas y qué metas y objetivos de negocios se fijarán para cada canal por utilizar.</li> <li>- Promoción de ventas intensiva con objetivos y estrategias adecuados a los objetivos particulares de esta primera etapa del ciclo de vida.</li> <li>- Merchandising con acciones adecuadas para lograr los mejores lugares, exhibiciones y actividades en los puntos de ventas.</li> <li>- Programación de reuniones</li> </ul>	<p><b>Para clientes externos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Continuidad en los esfuerzos de merchandising, promoción de ventas, marketing directo y difusión.</li> <li>- Negociación y plan de incentivos por crecimiento de ventas a los comercios distribuidores.</li> <li>Fijación de nuevas metas y acuerdos de negocios.</li> <li>- Continuidad de la campaña publicitaria, pero con replanteo de objetivos y estrategias, para lograr comunicar y posicionar las ventajas competitivas y diferencias significativas.</li> <li>- Continuación de las actividades para solidificar el concepto y la imagen de marca, con identidad y diferenciación</li> </ul>	<p><b>Para clientes externos</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar actividades de promoción de ventas, merchandising, marketing directo, concursos y eventos que alienten las compras y los consumos.</li> <li>- Posicionar extensiones de líneas y variedad de surtidos, e incorporar probables nuevos clientes.</li> <li>- Buscar nuevos usos y aplicaciones para los productos y servicios actuales.</li> <li>- Extender los criterios de segmentación y explorar nuevos nichos de mercado.</li> <li>- Acordar alianzas estratégicas y actividades de co-marketing.</li> <li>- Profundizar planes de fidelización de clientes.</li> </ul>	<p>Cuando el producto en su declinación está todavía por encima de 50% de los registros logrados en la madurez, sigue siendo interesante para la empresa, por lo que las estrategias son las de mantenimiento y cosecha, o sea el logro del máximo recupero que ofrece el producto (generalmente en esta instancia produce márgenes reducidos de contribución y coopera para la absorción de costos de estructura).</p> <p>A partir de este nivel de participación de mercado y ventas, el producto comienza a generar resultados negativos para la compañía, y los clientes ya no se preocupan por él. Aquí es donde, según los indicadores, debe producirse la decisión de retiro, mediato o inmediato según las circunstancias, del producto.</p>

<p>de presentación del producto, donde la empresa explique objetivos de negocios, beneficios y ventajas.</p> <p>- Difusión y marketing directo a distribuidores y clientes finales considerados necesarios para esta etapa.</p> <p>- Inicio de la campaña publicitaria.</p> <p>- Actividades orientadas a generar la construcción del concepto e imagen de marca, o en su defecto de línea o familia de productos o servicios.</p> <p>- Ajustes inmediatos de brechas entre lo planificado y lo concretado.</p> <p>- Respuesta inmediata a las estrategias competitivas, de acuerdo con lo planificado o sus planes de contingencia.</p> <p>- Monitoreo de la evolución, hasta definir el ingreso en la siguiente etapa</p>	<p>suficientemente significativas</p>		
---	---------------------------------------	--	--

FUENTE: Investigación directa

ELABORACIÓN: Verónica Torres LA AUTORA

### 3.3.1 Marketing Mix

El desarrollo del plan de mercadeo es muy importante para identificar las estrategias que se debe diseñar y ejecutar para posicionar el establecimiento en el mercado, satisface los requerimientos, expectativas y necesidades de los clientes para obtener estrategias en función de los principales componentes del marketing mix como: (Servicio, Plaza, Precio, Promoción) el objetivo principal es posicionar estos servicios en la mente del consumidor.

#### OBJETIVOS

- Precisar un perfil de nuestro potencial cliente.

- Conocer el precio que nuestros potenciales clientes están dispuestos a pagar por un servicio como el nuestro.
- Realizar una muy buena campaña publicitaria que capture la atención de nuestros clientes.

## **SERVICIO**

“Es un bien o un servicio que tiene atributos tangibles e intangibles que produce un beneficio para satisfacción del cliente y que tienen una cierta reputación”

“Gym Armony Spa” espera tener un posicionamiento en el mercado, esto se determinará cuando el servicio ya éste en la mente del cliente por la calidad en la atención, precios cómodos y servicio completo en un solo lugar, la variedad de opciones que tienen los clientes es completa, el personal será capacitado para atender al cliente con excelencia en el servicio.

Con estos servicios y la atención del establecimiento se quiere lograr que las personas tomen conciencia de la importancia del cuidado del cuerpo no solo en lo físico sino también mental logrando una armonía total y equilibrio y lograr un estilo de vida con calidad, los resultados lo pueden ver en su avance diario de entrenamiento logrando masa corporal significativa y un cuerpo tonificado, tomando alimentos nutritivos libres de grasa, mejorando su piel y cabello.

## **PRECIO**

“Constituye la suma de valores o cantidad de dinero que se cobra por mercancía, producto, bien o servicio”

El precio tiene un impacto muy importante en el producto o servicio y una gran influencia sobre los ingresos del establecimiento, es necesario establecer estrategias para la fijación de estos precios como:

- Efectuar una comparación de precios de la competencia
- Establecer precios acorde con el segmento de mercado que deseamos captar
- Tomar en cuenta los costos fijos y variables para determinar el costo del producto

Para manejar de una forma adecuada la fijación de los precios “Gym Armony Spa” tiene varias políticas:

- Investigar si existe cambios en la oferta y la demanda para ajustarse a la nueva situación.
- Manejar la variación de precios según vaya variando los costos, e impedir que la escala de los costos supere el límite impuesto para la fijación de precios en los productos del establecimiento.
- El precio será accesible con una inscripción de USD25.00 y una pensión mensual de USD60.00.

## **ESTRATEGIA DE PRECIO**

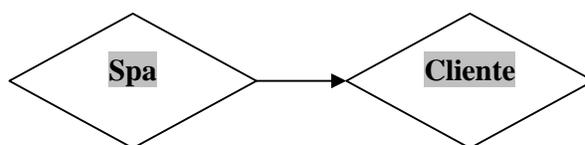
Las estrategias que se utiliza se basan en estudios que benefician el correcto desenvolvimiento de las actividades que se realiza en el establecimiento para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

- Ofrecer un servicio de excelente calidad a los clientes para que no tengan ningún inconveniente al momento de pagar sus mensualidades o membresías.

- Realizar frecuentemente sondeos sobre los precios de la competencia para mantener una media adecuada en el mercado, de esta manera no se descuida a la competencia ni se pierde clientes por precios excesivos.

Como el establecimiento es un Centro de Acondicionamiento físico que brinda un servicio completo se divide en tres secciones, Gimnasio, Spa y Estética lo cual permite el cobro de valores mediante membresías trimestrales, semestrales, anuales, el segundo un pago mensual del área a utilizar y el tercero pago por consumo en el área de estética, según el uso de las mismas se puede a corto plazo armar un paquete completo que incluya el uso de todas las áreas pero esto dependerá del tiempo disponible del cliente y el resultado que él busque, en este caso los precios son accesibles tomando en cuenta la variedad de servicios que se ofrece.

### **Canales de distribución**



### **PLAZA**

“Tiene como misión poner el producto o servicio demandado a disposición del mercado, de manera que estimule su adquisición al cliente”

Distribución directa por cuenta propia, por medio de este canal se puede llegar a clientes que visitan el establecimiento.

Distribución Indirecta se realizara a través de volantes que serán entregados afuera de una empresa, universidad o lugares de frecuencia cercanos al establecimiento, también dejando en los buzones de las casas del sector.

El lugar que fue seleccionado es en la Y y Av. 10 de Agosto; este lugar fue seleccionado por que cuenta con un parqueadero amplio para 15 autos, la zona es comercial y central frecuentada por ejecutivos, cercano a colegios y universidades.

## **PROMOCIÓN**

“La comercialización es la actividad que permite al productor hacer llegar un bien o servicio al consumidor con los beneficios de tiempo y lugar”

En un negocio que está naciendo, los costos en cuanto a promoción no pueden ser muy altos pero es necesario tener una estrategia promocional que permita llegar de una forma atractiva a los clientes.

Se utiliza relaciones públicas a través de una inauguración como lanzamiento de apertura del local, trípticos e invitaciones a conocidos ejecutivos de varias empresas públicas y privadas con información del servicio del establecimiento.

- **Pagina Web**

Para tener presente, la marca contendrá fotografías del lugar, mapa de ubicación, servicios que se ofertan, precios de los mismos, contendrá links que permite realizar inscripciones on line con pagos vía transferencia directa, el dominio del sitio es [www.gymarmonyspa.com](http://www.gymarmonyspa.com).

- **Publicidad en Revistas**

Se publicará mensualmente los servicios que oferta “Gym Armony Spa” en la Revista La Familia de El Comercio, ya que es una publicación que llega al estrato que interesa, (Ver anexo 5).

- **Dípticos**

Contendrá el nombre, slogan, logotipo y los servicios que se ofrece en el establecimiento, las actividades que se puede realizar en el mismo, (Ver anexo 6).

Presenta imágenes full color en papel couché mate de 150 grs. Costo unitario full color \$ 0.15 se realizará 600 trípticos. Costo de \$90.

Se distribuirá varios trípticos con la información y promociones del establecimiento en los estados de cuenta de tarjetas de crédito, Mastercard, Visa, American Express, Diners Club. El costo aproximado por incluir un tríptico en dicho estado de cuenta es de \$0.30 porque se pacta para aproximadamente 100 personas ya que este depende del segmento y categorización de la cuenta.

- **Publicidad vial**

Una valla peatonal simple de 1.20 metros por 2.40 metros con paleta luminosa e imagen, en la que consta los servicios del establecimiento se ubicará en la avenida 10 de Agosto y América con un costo de \$ 800.

**Cuadro No. 35**  
**Presupuesto de Marketing**

Medio Publicitario	Und	Costo	Mensual	Anual	Total
		Unitario	\$	\$	\$
PAGINA WEB	1		17.00	199.00	199.00
PUBLICIDAD EN REVISTAS	3	20.00	60.00		60.00
TRIPTICOS					
Papel couché full color	600	0.15		90.00	90.00
Estados de Cuenta	100	0.30			30.00
PUBLICIDAD EXTERIOR					
Valla Peatonal	3ms	800.00			800.00
<b>TOTAL</b>					<b>1,179.00</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Verónica Torres la Autora

**El logotipo y eslogan de la empresa es:**

**Logotipo**

**Slogan**

*Equilibrio y calidad de vida*

Gym Armony Spa es el nombre que identifica a esta empresa, el slogan expresa la misión salud y equilibrio mejorando la calidad de vida de los usuarios.

### 3.3.2 Plan de ventas

#### FIJACION DE OBJETIVOS

Los objetivos del plan de ventas del establecimiento son los siguientes:

- Conseguir o reforzar el posicionamiento del servicio en el mercado.
- Informar al mercado de la existencia de los servicios y de sus atributos más relevantes, obviamente desde la perspectiva de empresas orientada al cliente.
- Despertar el interés por ellos y persuadir para que decidan probar el servicio.
- Recordar que ciertos servicios existen.
- Conseguir ventas de membresías.
- Lograr fidelidad en los clientes.
- Incrementar el pago de las membresías ya que esto permite una estabilidad de ingresos constantes.

Todos estos objetivos se logran con publicidad, promoción y buena atención además de los precios accesibles el confort y la comodidad de tener todos los servicios en un mismo lugar.

## **VARIABLES CONTROLABLES E INCONTROLABLES**

### **CONTROLABLES**

- Es importante realizar un monitoreo a los clientes para saber que aceptación e influencia que tiene el establecimiento en ellos.
- También se debe elaborar un estudio para determinar los precios y variedad de servicios que ofrece la competencia.

## **INCONTROLABLES**

- El aumento o disminución de los precios de los servicios de la competencia.
- La disminución de clientes en época de vacaciones ya que viajan fuera de la ciudad o del país y utilizan el tiempo en otras actividades.

## **POSICIONAMIENTO**

Estrategias de Posicionamiento:

- Por su ubicación: Sitio accesible, concurrido y cómodo
- Por la clase de usuarios: Personas en 15 y 65 años
- Por sus beneficios: Salud y belleza

El posicionamiento que se desea alcanzar es posicionarnos en la mente de los clientes, ya que es un servicio nuevo y completo; el establecimiento tiene varios servicios en un mismo lugar, además se ofrece servicios de calidad para la satisfacción de los clientes.

## **OBJETIVOS PUBLICITARIOS**

- Captar gran número de clientes por medio de una campaña publicitaria
- Crear una imagen nueva, elegante y exclusiva de los servicios de Gym Armony Spa promociona salud, belleza, armonía y bienestar con un estilo de vida con calidad.
- Alcanzar un prestigio para la marca a fin de que el cliente tenga gran confianza y fidelidad con los servicios.

## **CANALES DE COMERCIALIZACION**

- Internet es un medio que se utilizará mucho con la información necesaria, y todos los servicios que se ofrecen, en una página muy colorida que permitirá observar los espacios físicos que están a disposición.
- Entrega de hojas volantes indicando los servicios.
- Oferta de membresías mensuales, trimestrales, semestrales y anuales.
- Oferta individuales o grupos y corporativas.

## **CAPITULO IV**

#### 4. PRESUPUESTOS

La inversión es el monto de recursos que en forma de capital el establecimiento requiere para iniciar las operaciones.

**Cuadro No. 36**

##### **INVERSION**

<b>Activos fijos tangibles</b>	<b>Total</b>	<b>Capital propio</b>
Equipo de Oficina	1,530	100%
Maquinaria y equipo	39,390	100%
Herramientas Instrumentos	1,600	100%
<b>Subtotal</b>	<b>42,520</b>	<b>42,520</b>
<b>Activos Diferidos</b>		
Gastos pre operacionales legales	1,500	100%
<b>Subtotal</b>	<b>1,500</b>	<b>1,500</b>
<b>Capital de trabajo</b>		
MOD	3,462	100%
Mantenimiento	80	100%
Servicios básicos	200	100%
Gastos administrativos	400	100%
Gastos de ventas	98	100%
<b>Subtotal</b>	<b>4,240</b>	<b>4,240</b>
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>48,260</b>	<b>48,260</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Verónica Torres La Autora

**Cuadro No. 37**

##### **DISTRIBUCION DE LA INVERSION**

<b>MOBILIARIO RECEPCION</b>	<b>\$ 1,170</b>
<b>MOBILIARIO SALA DE PESAS</b>	<b>\$ 33,150</b>
<b>MOBILIARIO SALA DE AEROBICOS</b>	<b>\$ 4,660</b>
<b>MOBILIARIO TATAMI</b>	<b>\$ 2,731</b>
<b>MOBILIARIO AREA DE SPA</b>	<b>\$ 2,530</b>
<b>MOBILIARIO AREA DE ESTETICA</b>	<b>\$ 1,340</b>
<b>PUBLICIDAD INICIAL</b>	<b>\$ 1,179</b>
<b>GASTOS LEGALES PREOPERATIVOS</b>	<b>\$ 1,500</b>
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 48,260</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Verónica Torres La Autora

En el Anexo 3 se encuentra desglosado la inversión por áreas.

## 4.1 Ingresos y gastos

**Cuadro No. 38**

### **INGRESOS DEL PROYECTO**

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS GYM	25,795	27,859	30,087	32,494	35,094	37,901	40,933	44,208	47,745	51,564
INGRESOS SPA	45,630	49,280	53,223	57,481	62,079	67,045	72,409	78,202	84,458	91,215
INGRESOS ESTETICA	16,680	18,014	19,456	21,012	22,693	24,508	26,469	28,587	30,874	33,343
<b>TOTAL INGRESOS ANUALES GYM</b>										
<b>ARMONY SPA</b>	<b>88,105</b>	<b>95,153</b>	<b>102,766</b>	<b>110,987</b>	<b>119,866</b>	<b>129,455</b>	<b>139,812</b>	<b>150,996</b>	<b>163,076</b>	<b>176,122</b>
<b>DEMANDA ANUAL</b>	<b>334,258</b>	<b>363,673</b>	<b>395,676</b>	<b>430,495</b>	<b>468,379</b>	<b>509,596</b>	<b>554,441</b>	<b>603,232</b>	<b>656,316</b>	<b>714,072</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Verónica La

Autora

Para determinar este cálculo de ingresos se toma en cuenta varios aspectos como los ingresos mensuales por cada área:

**Area de Gym:** Inscripción USD25.00, pensión mensual USD60.00, membresía trimestral USD165,00, membresía semestral USD330,00, membresía anual USD660,00.

El ingreso aproximado mensual es de USD2.150,00

**Area de Spa:** Pensión mensual USD60.00, membresía trimestral USD165,00, membresía semestral USD330,00, membresía anual USD660,00.

El ingreso aproximado mensual es de USD3.803,00

**Area de Estética:** Corte USD15,00, cepillado USD15,00, manicure USD10,00, tinte USD30,00, pedicure USD10,00.

El ingreso aproximado mensual es de USD1.309,00

El ingreso mensual de las tres áreas es de USD7.342,00

**En el Anexo 4 se encuentra desglosado los ingresos por áreas.**

**Cuadro No. 39**  
**GASTOS**

<b>GASTOS FIJOS</b>	<b>MENSUALES</b>
1 ADMINISTRADOR	\$ 400
2 RECEPCIONISTAS 2 HORARIOS	\$ 436
1 INSTRUCTOR DE AEROBICOS	\$ 500
1 INSTRUCTOR DE PESAS	\$ 500
1 INSTRUCTOR DE TAICHI Y YOGA	\$ 250
1 INSTRUCTOR DE TAEBO Y KICK BOXING	\$ 250
2 ESTILISTAS	\$ 436
2 AUXILIARES DE LIMPIEZA	\$ 436
1 FISIOTERAPISTA	\$ 218
2 GUARDIAS	\$ 436
<b>NOMINA</b>	<b>\$ 3,862</b>
<b>ARRIENDO</b>	<b>\$ 1,000</b>
<b>MANTENIMIENTO</b>	<b>\$ 80.00</b>
<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	<b>\$ 200.00</b>
<b>TOTAL EGRESOS MENSUALES GY ARMONY SPA</b>	<b>\$ 5,142</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Verónica Torres La Autora

**Depreciación.-** Es la pérdida de valor de un bien muebles en un período determinado.

**Cuadro No. 40**

**Depreciaciones**

<b>Descripción</b>	<b>Valor</b>	<b>Vida Útil</b>	<b>Depreciación</b>
Equipo de Oficina	\$ 1,530	3	\$ 510
Muebles y enseres	\$ 39,390	5	\$ 7,878
Herramientas Instrumentos	\$ 1,600	2	\$ 800
<b>Total</b>	<b>\$ 42,520</b>		<b>\$ 9,188</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: La Autora

**Cuadro No. 41**

**COSTOS TOTALES DEL PROYECTO**

<b>Costos Totales del Proyecto</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
Mano de Obra directa	41,544	43,206	44,934	46,731	48,601	50,545	52,566	54,669	56,856	59,130
Arriendos	12,000	12,480	12,979	13,498	14,038	14,600	15,184	15,791	16,423	17,080
Mantenimiento	960	998	1,038	1,080	1,123	1,168	1,215	1,263	1,314	1,366
Servicios básicos	2,400	2,496	2,596	2,700	2,808	2,920	3,037	3,158	3,285	3,416
Depreciación	9,188	9,188	8,388	7,878	7,878	8,200	8,200	8,200	8,200	8,200
<b>Total costo de producción</b>	<b>66,092</b>	<b>68,368</b>	<b>69,935</b>	<b>71,887</b>	<b>74,448</b>	<b>77,432</b>	<b>80,202</b>	<b>83,082</b>	<b>86,077</b>	<b>89,192</b>
Gastos administrativos	4,800	4,992	5,192	5,399	5,615	5,840	6,074	6,316	6,569	6,832
Gastos de Ventas	1,179	1,226	1,275	1,326	1,379	1,434	1,492	1,551	1,614	1,678
<b>TOTAL</b>	<b>72,071</b>	<b>74,586</b>	<b>76,402</b>	<b>78,613</b>	<b>81,442</b>	<b>84,707</b>	<b>87,767</b>	<b>90,950</b>	<b>94,260</b>	<b>97,702</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Verónica Torres La Autora

**Cuadro No. 42**  
**CLASIFICACION DE COSTOS**

Costos de Producción	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
<b>COSTOS FIJOS</b>										
Depreciación	9,188	9,188	8,388	7,878	7,878	8,200	8,200	8,200	8,200	8,200
Gastos administrativos	4,800	4,992	5,192	5,399	5,615	5,840	6,074	6,316	6,569	6,832
Gastos de Ventas	1,179	1,226	1,275	1,326	1,379	1,434	1,492	1,551	1,614	1,678
Mantenimiento	960	998	1,038	1,080	1,123	1,168	1,215	1,263	1,314	1,366
Mano de Obra directa	41,544	43,206	44,934	46,731	48,601	50,545	52,566	54,669	56,856	59,130
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>57,671</b>	<b>59,610</b>	<b>60,827</b>	<b>62,415</b>	<b>64,596</b>	<b>67,187</b>	<b>69,546</b>	<b>72,000</b>	<b>74,552</b>	<b>77,206</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>										
Servicios Básicos	2,400	2,496	2,596	2,700	2,808	2,920	3,037	3,158	3,285	3,416
Arriendos	12,000	12,480	12,979	13,498	14,038	14,600	15,184	15,791	16,423	17,080
<b>Total Costos Variables</b>	<b>14,400</b>	<b>14,976</b>	<b>15,575</b>	<b>16,198</b>	<b>16,846</b>	<b>17,520</b>	<b>18,221</b>	<b>18,949</b>	<b>19,707</b>	<b>20,496</b>
<b>COSTO TOTAL</b>	<b>72,071</b>	<b>74,586</b>	<b>76,402</b>	<b>78,613</b>	<b>81,442</b>	<b>84,707</b>	<b>87,767</b>	<b>90,950</b>	<b>94,260</b>	<b>97,702</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Verónica Torres La Autora

## 4.2 Capital social

Una vez establecida la inversión total del establecimiento se determina el aporte de cada uno de los socios en este caso es de **USD48.260** respectivamente.

**Cuadro No. 43**  
**CAPITAL SOCIAL**

Aporte	Nombre	Cantidad	Aporte \$
Socio 1	Sra. Verónica Torres	16,087	Dinero
Socio 2	Sr. Marcelo Morales	16,087	Dinero
Socio 3	Srta. Sofía Espinosa	16,087	Dinero
<b>Total</b>		<b>48,260</b>	

Fuente: Investigación directa    Elaborado: Verónica Torres La Autora

En este caso cada socio aportará en efectivo el valor de USD16.087, que cada uno tiene disponible al momento sin necesidad de realizar préstamos.

### 4.3 Estados financieros

**El Balance de Situación Inicial.**- Este estado financiero demuestra la situación económica de la empresa al momento de su presentación, pues indica con que activos cuenta, cuales obligaciones tiene que pagar y cual es su patrimonio.

**Cuadro No. 44**

**BALANCE DE SITUACION INICIAL**

ACTIVOS			PASIVOS	
Activo Corriente			Pasivo Corriente	
Caja/ Bancos	4,240			
<b>Total Activo Corriente</b>		4,240	<b>Total Pasivo Corriente</b>	0
<b>Activo Fijo</b>			<b>PATRIMONIO</b>	
Equipo de Oficina	1,530		Capital Social	48,260
Muebles y enseres	39,390		<b>Total Patrimonio</b>	
Herramientas				
Instrumentos	1,600			
<b>Total Activo Fijo</b>		42,520		
<b>Activos Diferidos</b>		1,500		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		<b>48,260</b>	<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>48,260</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Verónica Torres La Autora

**El estado de resultados.**- Reporta lo que realmente le ha sucedido a la posición financiera de la empresa, en esta sección se verificará si el proyecto a ejecutarse es factible o no.

**Cuadro No. 45**  
**ESTADO DE RESULTADOS**

<b>COSTOS DE PRODUCCIÓN</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>	<b>AÑO 6</b>	<b>AÑO 7</b>	<b>AÑO 8</b>	<b>AÑO 9</b>	<b>AÑO 10</b>
INGRESOS	88,105	95,153	102,766	110,987	119,866	129,455	139,812	150,996	163,076	176,122
COSTOS DE PRODUCCIÓN	56,904	59,180	61,547	64,009	66,570	69,232	72,002	74,882	77,877	80,992
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>31,201</b>	<b>35,973</b>	<b>41,218</b>	<b>46,978</b>	<b>53,296</b>	<b>60,223</b>	<b>67,810</b>	<b>76,115</b>	<b>85,199</b>	<b>95,130</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS	4,800	4,992	5,192	5,399	5,615	5,840	6,074	6,316	6,569	6,832
GASTOS DE VENTAS	1,179	1,226	1,275	1,326	1,379	1,434	1,492	1,551	1,614	1,678
Depreciaciones	9,188	9,188	8,388	7,878	7,878	8,200	8,200	8,200	8,200	8,200
<b>UTILIDADES ANTES DEL REPARTO</b>	<b>16,034</b>	<b>20,567</b>	<b>26,363</b>	<b>32,374</b>	<b>38,424</b>	<b>44,748</b>	<b>52,045</b>	<b>60,047</b>	<b>68,816</b>	<b>78,420</b>
15% REPARTO TRABAJADORES	2,405	3,085	3,955	4,856	5,764	6,712	7,807	9,007	10,322	11,763
<b>UTILIDADES ANTES DEL IMPUESTO</b>	<b>13,629</b>	<b>17,482</b>	<b>22,409</b>	<b>27,518</b>	<b>32,660</b>	<b>38,036</b>	<b>44,238</b>	<b>51,040</b>	<b>58,494</b>	<b>66,657</b>
25% IMPUESTO A LA RENTA	3,407	4,371	5,602	6,879	8,165	9,509	11,059	12,760	14,624	16,664
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>10,222</b>	<b>13,112</b>	<b>16,807</b>	<b>20,638</b>	<b>24,495</b>	<b>28,527</b>	<b>33,178</b>	<b>38,280</b>	<b>43,871</b>	<b>49,993</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Verónica Torres La Aurora

#### **4.4 Puntos de equilibrio**

Para calcular el punto de equilibrio, se considera como año referencial el 3er.año, se determinan los costos fijos, costos variables y los ingresos por las ventas totales.

#### **Fórmula para determinar el Punto de Equilibrio en dólares**

**DATOS**  $CF = 58.143$

$CV = 14.400$

$INGRESOS = 88.105$  (Ver cuadro No. 38)

$$PE = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{Ventas}}$$

$$PE = \frac{58.143}{1 - \frac{14.400}{88.105}}$$

$$PE = \$ 69.503$$

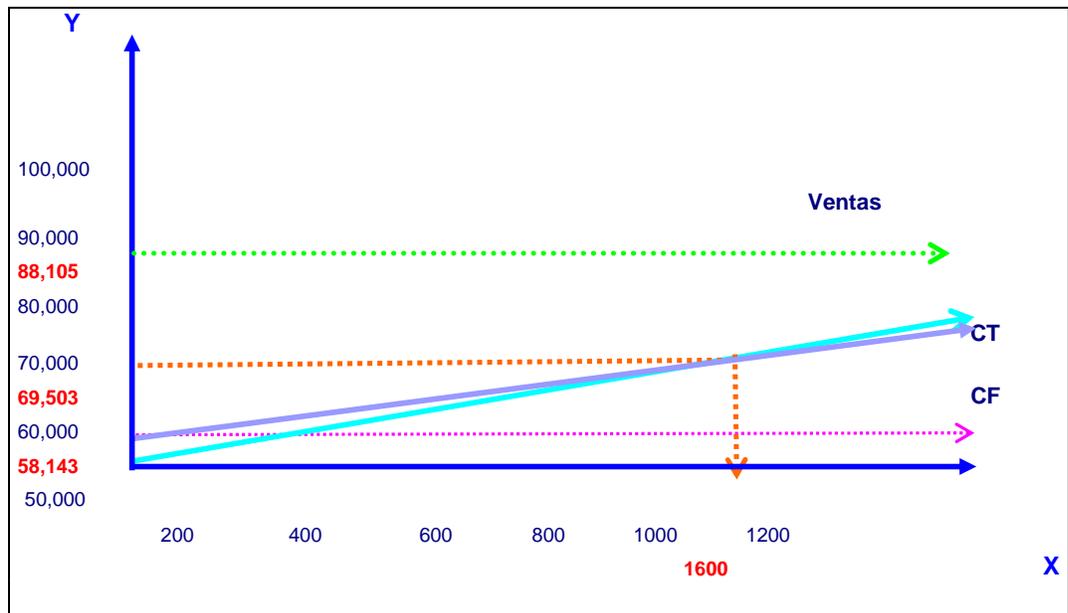
### Cálculo número de clientes del Punto de Equilibrio

$$\# \text{ Clientes PE} = \frac{\text{Costo Fijo}}{\text{Consumo Pr omedio} - \text{Costo Variable Un.}}$$

$$\# \text{ Clientes PE} = \frac{58.143}{55 - \frac{14.400}{88.105}}$$

$$\# \text{ Clientes PE} = 1.060$$

**Cuadro No. 46**  
**Punto de Equilibrio Ventas y Número de clientes**



Fuente: Investigación directa

Elaborado: Verónica Torres La Autora

De esta manera se determina que el punto de equilibrio para el primer año se alcanza con un nivel de ventas de \$ 69.503 esto corresponde al 79% de las ventas programadas. Los valores del punto de equilibrio representan el nivel mínimo de producción que se debe operar en cada año, al pasar este nivel se puede obtener ganancia; para lo que se

requiere un adecuado control de la administración, producción y venta de los productos hasta obtener ingresos.

**4.5 Evaluación.** Después de observar los resultados del punto de equilibrio se determina el nivel de operación necesario para cubrir todos los costos operativos, evaluando la rentabilidad asociada con los diversos niveles de ventas.

## **5. Flujo de caja**

El objetivo del flujo de caja es reportar los ingresos y salidas de efectivo de la empresa durante un período de tiempo determinado, se desarrolla empleando USD48.260,00; este valor es recurso propio por el aporte de los socios. El flujo de caja es un elemento muy importante del proyecto ya que la evaluación financiera se realizara de acuerdo a los resultados obtenidos en el mismo, para dicho cálculo se utiliza el estado de resultados del cuadro # 39.

**Cuadro No. 47**

**FLUJO DE CAJA**

<b>AÑOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
INGRESOS											
Ingresos Operativos	0	88,105	95,153	102,766	110,987	119,866	129,455	139,812	150,996	163,076	176,122
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>0</b>	<b>88,105</b>	<b>95,153</b>	<b>102,766</b>	<b>110,987</b>	<b>119,866</b>	<b>129,455</b>	<b>139,812</b>	<b>150,996</b>	<b>163,076</b>	<b>176,122</b>
COSTOS VARIABLES	0	-2,400	-2,496	-2,596	-2,700	-2,808	-2,920	-3,037	-3,158	-3,285	-3,416
Gastos Directos	0	-2,400	-2,496	-2,596	-2,700	-2,808	-2,920	-3,037	-3,158	-3,285	-3,416
Gastos de Ventas	0										
<b>MARGEN DE CONTRIBUCION</b>	<b>0</b>	<b>85,705</b>	<b>92,657</b>	<b>100,170</b>	<b>108,287</b>	<b>117,058</b>	<b>126,535</b>	<b>136,775</b>	<b>147,838</b>	<b>159,792</b>	<b>172,706</b>
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>0</b>	<b>69,671</b>	<b>-72,090</b>	<b>-73,806</b>	<b>-75,913</b>	<b>-78,635</b>	<b>-81,787</b>	<b>-84,730</b>	<b>-87,792</b>	<b>-90,975</b>	<b>-94,286</b>
Mano de Obra + Otros	0	69,671	-72,090	-73,806	-75,913	-78,635	-81,787	-84,730	-87,792	-90,975	-94,286
<b>UTILIDAD OPERATIVA</b>	<b>0</b>	<b>16,034</b>	<b>20,567</b>	<b>26,363</b>	<b>32,374</b>	<b>38,424</b>	<b>44,748</b>	<b>52,045</b>	<b>60,047</b>	<b>68,816</b>	<b>78,420</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Intereses	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION</b>	<b>0</b>	<b>16,034</b>	<b>20,567</b>	<b>26,363</b>	<b>32,374</b>	<b>38,424</b>	<b>44,748</b>	<b>52,045</b>	<b>60,047</b>	<b>68,816</b>	<b>78,420</b>
15% PARTICIPACION	0	2,405	3,085	3,955	4,856	5,764	6,712	7,807	9,007	10,322	11,763
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>0</b>	<b>13,629</b>	<b>17,482</b>	<b>22,409</b>	<b>27,518</b>	<b>32,660</b>	<b>38,036</b>	<b>44,238</b>	<b>51,040</b>	<b>58,494</b>	<b>66,657</b>
25% IMPUESTO A LA RENTA	0	3,407	4,371	5,602	6,879	8,165	9,509	11,059	12,760	14,624	16,664
<b>FLUJO DE CAJA OPERATIVO</b>	<b>0</b>	<b>10,222</b>	<b>13,112</b>	<b>16,807</b>	<b>20,638</b>	<b>24,495</b>	<b>28,527</b>	<b>33,178</b>	<b>38,280</b>	<b>43,871</b>	<b>49,993</b>
<b>INVERSION INICIAL</b>	<b>-48,260</b>										
DEPRECIACIONES		9,188	9,188	8,388	7,878	7,878	8,200	8,200	8,200	8,200	8,200
INVERSION POSTERIORES							-41,000				
<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>-48,260</b>	<b>19,410</b>	<b>22,300</b>	<b>25,195</b>	<b>28,516</b>	<b>32,373</b>	<b>727</b>	<b>36,378</b>	<b>46,480</b>	<b>52,071</b>	<b>58,193</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Verónica Torres La Autora

**5.1 Indicadores financieros**

El análisis de índices financieros se lo realiza a través de la aplicación de razones financieras, mediante las cuales es posible el empleo de varios datos provenientes del Estado de Resultados y del Balance General, y así

medir el aprovechamiento de los recursos y también identificarán los problemas específicos de una empresa.

### VAN

El VAN se lo analiza en base al costo de oportunidad. La tasa de descuento o costo de oportunidad corresponde a la rentabilidad que el inversionista exige de la inversión por renunciar al uso alternativo de esos recursos, se la obtiene por aplicación de la siguiente fórmula:

<b>TMAR= i (premio al riesgo) +f (tasa de inflación anual) + i * f</b>
--

TMAR= i + f + i.f

i = 15%

f = 5%

i + f = 20%

i x f = 1%

Costo de oportunidad o TMAR = 21%

**Cuadro No. 48**  
**VALOR ACTUAL NETO DEL PROYECTO**

Tasa de oportunidad		21%
PERIODO	FNC	FNCA
0	-48,260	-48,260
1	19,410	19,410
2	22,300	15,231
3	25,195	14,222
4	28,516	13,303
5	32,373	12,481
6	727	232
7	36,378	9,580
8	46,480	10,115
9	52,071	9,365
10	58,193	8,650
<b>VAN</b>		<b>64,329</b>

Fuente: Investigación directa Elaborado: Verónica Torres La Autora

Como encontramos en el cuadro # 42 el VAN es de USD64.329 cuando es positivo o mayor a cero se demuestra que el proyecto es viable.

### TIR

La tasa interna de retorno evidencia el nivel de rendimiento de los USD48.260 que en este caso alcanza 49% se la determina interpolando una tasa mayor y una tasa menor, esto permite conocer si la TIR que arroja el proyecto es aceptable y por lo tanto conveniente la ejecución del mismo.

$$TIR = TDi + (TDs - Tdi) \left\{ \frac{VANi}{VANi - VANs} \right\}$$

**Cuadro No. 49**  
**TIR DEL PROYECTO**

AÑOS	FNC	Tasa Referencial		
		21%	49%	48%
0	-48,260	-48,260	-48,260	-48,260
1	19,410	19,410	13,027	13,115
2	22,300	15,231	10,044	10,181
3	25,195	14,222	7,616	7,772
4	28,516	13,303	5,786	5,944
5	32,373	12,481	4,408	4,559
6	727	232	66	69
7	36,378	9,580	2,231	2,339
8	46,480	10,115	1,913	2,019
9	52,071	9,365	1,439	1,528
10	58,193	8,650	1,079	1,154
<b>TIR</b>		<b>64,329</b>	<b>-650</b>	<b>419</b>

Fuente: Investigación directa    Elaborado: Verónica Torres La Autora

### **Datos:**

<i>TDi: Tasa descuento inferior</i>	21%
<i>TDs: Tasa descuento superior</i>	49%
<i>VAN i: Valor actual neto a la tasa inferior</i>	64.329
<i>VAN s: Valor actual neto a la tasa superior</i>	-650

$$TIR = 21 + (49 - 21) \times \frac{64.329}{64.329 - (-650)}$$

$$TIR = 21 + (28) \times \frac{64.329}{64.979}$$

$$TIR = 21 + (28(0.98999676))$$

$$TIR = 49\%$$

**Datos:**

*TDi: Tasa descuento inferior* 21%

*TDs: Tasa descuento superior* 48%

*VAN i: Valor actual neto a la tasa inferior* 64.329

*VAN s: Valor actual neto a la tasa superior* 419

$$TIR = 21 + (48 - 21) \times \frac{64.329}{64.329 - (419)}$$

$$TIR = 21 + (27) \times \frac{64.329}{63.910}$$

$$TIR = 21 + (27(1.00655609))$$

$$TIR = 48\%$$

**5.2 ANALISIS DE SENSIBILIDAD**

La base para aplicar este método es identificar los posibles escenarios del proyecto de inversión, a continuación detallamos los siguientes:

**Optimista:**

Este es el resultado que se supondría en el análisis de la inversión, debe ser objetivo y basado en la mayor información real posible.

El ejemplo que se presenta a continuación es en base a una visión optimista:

**Opción A**

<b>Inversión inicial:</b>	USD48.260
<b>Ingresos anuales:</b>	USD88.105
<b>Egresos anuales:</b>	USD61.704
<b>(Ingreso - Egreso) anual</b>	USD26.401
<b>Ingreso mensual:</b>	USD7.342
<b>Egreso mensual:</b>	USD5.142
<b>(Ingreso - Egreso) mensual</b>	USD2.200
<b>VAN:</b>	USD64.329
<b>TIR:</b>	49% (-650)

**Probable:**

Siempre existe la posibilidad de que se gaste más de lo que proyectado en este caso el aumento de gastos es del 36.95%, el escenario probable normalmente es el que se presenta para alertar a los inversionistas a no correr demasiado el riesgo elevando sus gastos.

El ejemplo que se presenta a continuación es en base a una visión probable:

**Opción B**

<b>Inversión inicial:</b>	USD48.260
<b>Ingresos anuales:</b>	USD88.105
<b>Egreso anual:</b>	<b>USD84.504</b>
<b>(Ingreso - Egreso) anual</b>	<b>USD3.601</b>
<b>Ingreso mensual:</b>	USD7.342
<b>Egreso mensual:</b>	USD7.042
<b>(Ingreso - Egreso) mensual</b>	<b>USD300</b>
<b>VAN:</b>	USD40.599
<b>TIR:</b>	31% (-410)

**36.95% de aumento en gastos**

### **Pesimista:**

También existe la posibilidad de que los ingresos no concuerden con lo proyectado en este caso existe una disminución de ingresos del 36.95%, el escenario pesimista normalmente es el que se presenta a los inversionistas tomando en cuenta una situación de crisis económica respecto a un decremento importante en sus ingresos lo cual podría llevar a una liquidación del negocio si este escenario continúa elevando así su riesgo en la pérdida de sus inversiones.

**El ejemplo que se presenta a continuación es en base a una visión pesimista:**

#### **Opción C**

<b>Inversión inicial:</b>	USD48.260	
<b>Ingresos anuales:</b>	<b>USD55.533</b>	<b>36.95% de disminución en ingresos</b>
<b>Egreso anual:</b>	USD61.704	
<b>(Ingreso - Egreso) anual</b>	<b>USD-6.171</b>	
<b>Ingreso mensual:</b>	USD4.628	
<b>Egreso mensual:</b>	USD5.142	
<b>(Ingreso - Egreso) mensual</b>	<b>USD-514</b>	
<b>VAN:</b>	USD25.573	
<b>TIR:</b>	20% (-259)	

Presentando estos 3 escenarios A, B y C así podremos darnos cuenta que en las tres inversiones donde estaríamos dispuestos a invertir una misma cantidad, el grado de riesgo y las utilidades se pueden comportar de manera muy diferente, por lo que debemos analizarlas por su nivel de incertidumbre, pero también por la posible ganancia que representan.

Como se puede observar en el ejemplo, el grado de mayor crecimiento en

utilidades lo presenta el proyecto A, pero también la oportunidad de obtener la mayor utilidad.

Adicionalmente afectarán también algunos factores sobre los que se tiene poder de decisión (variables controlables), y otros sobre los que solo se pueden realizar estimaciones (variables no controlables). Algunas de las variables controlables incorporadas al plan son:

- Precio
- Producto
- Logística
- Promoción

Las principales variables no controlables del proyecto son:

- Competencia
- Consumidores
- Entorno económico, político, legal, etc.

Este análisis de sensibilidad permite evaluar el impacto de las modificaciones de los valores de las variables más importantes sobre los beneficios y, consecuentemente, sobre la tasa de retorno.

## CONCLUSIONES

- La ciudad de Quito siendo la capital del Ecuador es un mercado atractivo debido al crecimiento de su población y al desarrollo económico de los últimos años, con lo cual las empresas se han proliferado especialmente en el sector norte, haciendo que la fuerza de trabajo también desarrollen las mujeres convirtiéndose en un puntal importante, todo esto lleva a que la población económicamente activa comprendida en edades de 20 a 50 años, de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se determina que en general las personas sí se sienten atraídas ya sea por hobby o por recomendación médica la asistencia a establecimientos que ofrezcan cuidados integrales de salud y belleza para proporcionar bienestar y salud a los usuarios por lo tanto se presume que el negocio tendrá una gran acogida tanto para jóvenes y adultos sean hombres o mujeres.
- La creación de Gym Armony Spa, es viable de acuerdo a los cálculos realizados para la demanda insatisfecha ya que será ascendente en los próximos años y con la creación de este establecimiento se podrá satisfacer necesidades de los usuarios de una manera integral y todo en un mismo lugar tales como salud, bienestar y belleza aún no cubiertas en el mercado.
- De acuerdo al estudio de mercado realizado se determina que un gran porcentaje de ejecutivos, estudiantes y amas de casa que viven en el sector norte accederían a este servicio, por lo que la implementación de este establecimiento también impulsaría el desarrollo económico y mejora la calidad de vida de los usuarios creando conciencia en el usuario de la importancia del ejercicio en nuestra vida.

- Es importante mencionar que en la actualidad no existe ningún establecimiento que en sus instalaciones cuente con una completa gama de servicios, por lo que al momento sería el único establecimiento con estas características y sería muy atractivo al segmento de mercado.
- La ubicación privilegiada del establecimiento, es una muy buena característica ya que los usuarios que asistan al mismo pueden disfrutar de la comodidad y seguridad de un parqueadero en donde no corre ningún riesgo sus vehículos y el sitio está en un sitio estratégico con vías principales de acceso tanto al centro y sur.
- La inversión del proyecto es media ya que cuenta con un espacio físico que en función de pocas adecuaciones estaría realizando sus actividades; las mismas que de acuerdo a los ingresos y a la frecuencia de la asistencia promedio de los usuarios de acuerdo a la proyección para diez años a partir de sus funcionamiento, es muy agradable a la vista de los inversionistas.
- En el estudio financiero el valor del VAN es positivo, esto demuestra que la inversión de USD48.260 se recupera en 3 años lo que evidentemente es muy conveniente, por considerarse una inversión a largo plazo, ya que a partir de este tiempo se percibirá ganancias sobre la inversión ya cubierta, la rentabilidad del proyecto se demuestra por la tasa interna de retorno del 49% y las ganancias que se perciben desde el primer año.

## RECOMENDACIONES

- En la actualidad se busca establecimientos que ofrezcan un servicio integral para mejorar la calidad de vida y principalmente la asesoría de personal calificado quién ofrezca asesoría profesional y personaliza para obtener los resultados esperados, apoyando este segmento es importante promocionar la calidad y los servicios que se ofrecen para aumentar el número de personas que disfruten de un servicio integral que va en beneficio propio de cada usuario.
- La difusión de los servicios de acuerdo al plan de marketing incrementaría considerablemente el número de usuarios mediante la publicidad distribuida mediante los estados de cuenta de las principales tarjetas de crédito por medio de instituciones financieras de prestigio, pero se recomienda la aplicación de un plan estratégico, ejecutado por profesionales para posicionarse firmemente en el mercado, también se debe mantener altos niveles de conocimiento de parte de los instructores para evitar lesiones en los usuarios.
- Las funciones iniciales de un centro de acondicionamiento físico y spa se basan en cuatro factores necesarios a determinar: A quien se dirige el servicio (ejecutivos, estudiantes, amas de casa) en segundo que ofrecer (salud, ejercicio, bienestar y belleza, relajación, etc); la calidad y el servicio. El prestigio del establecimiento se lo gana en base a la atención al cliente y ofreciendo un servicio con excelencia por lo que es muy importante tomar en cuenta la completa satisfacción del cliente para que sea el encargado de transmitir el mensaje de calidad y no lo contrario.

## **Bibliografía**

- ARELLANO, R. (2000, Marketing, Editorial Mc Graw Hill, 1era Edición, País México).
- CHIAVENATO, I. (2002, Gestión del Talento Humano, Editorial Nomos S.A, 1era Edición, País Colombia).
- GARCIA, O. (1999, Administración Financiera, Editorial Prensa Moderna, 3era Edición, País Colombia).
- GRANDE, I. (2005, Marketing de Servicios, Editorial Esic, 4ta Edición, País España).
- LLORENS, F. (2005, Gestión de la Calidad Empresarial, Editorial Pirámide, Colección Economía y Empresa, País España).
- MIRANDA, J. J., (2005, Gestión de Proyectos, Editorial MM Editores, 5ta Edición, País Colombia).
- STRICKLAND, T. (2002, Administración Estratégica, Editorial Mc Graw Hill Interamericana, 13era Edición, País México)

# ANEXOS

**Anexo No. 1  
ENCUESTA**

**UNIVERSIDAD TECNICA PARTICULAR DE LOJA  
ESCUELA DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS**

**OBJETIVO: Conocer la demanda y nivel de asistencia a Centros de Acondicionamiento Físicos y Centro de Spa en la ciudad de Quito.**

Encuesta No.....1.....Nombre del Encuestador:....Verónica Torres

**I DATOS GENERALES:**

**1.1 Sector en el que vive:**

- a. Norte ( )
- b. Sur ( )
- c. Este ( )
- d. Oeste ( )

**1.2.- Nivel de Instrucción**

- a. Ninguna ( )
- b. Primaria ( )
- c. Secundaria ( )
- d. Universitaria ( )
- e. Post grado ( )

**1.3.- ¿Cuál es el total de ingresos mensuales que dispone la familia?**

- a. Menos de 100\$ ( )
- b. \$ 100 a 400 ( )
- c. \$ 401 a 700 ( )
- d. \$ 701 a 1.000 ( )
- e. \$Más de 1.000 ( )

**II. ACTIVIDADES FISICAS**

**2.1 ¿Practica algún deporte?**

- a. Sí ( )
- b. No ( )

**2.2 ¿Qué tipo de deporte practica:**

- a. Aeróbico ( )
- b. Anaeróbico ( )
- c. Tenis ( )
- d. Natación ( )

**2.3 ¿Indique porqué prefiere este deporte?**

.....  
.....

**2.4 ¿Con qué frecuencia lo practica?**

- a. Diario ( )
- b. Semanal ( )
- c. Quincenal ( )
- d. Mensual ( )

**2.5 ¿En que lugar lo practica?**

- a. Parque ( )
- b. Domicilio ( )
- c. Club ( )
- d. Gimnasio ( )

**2.6 ¿Qué busca del sitio en donde usted practica su deporte favorito?**

- a. Orden y aseo ( )
- b. Socializar y conocer nuevas amistades ( )
- c. Categoría y Status ( )
- d. Atención, entrenamiento técnico y personalizado ( )
- e. Variedad de equipos y máquinas ( )
- f. Cercanía y horarios flexibles ( )
- g. Alta calidad y bajo precio ( )
- h. Resultados rápidos y visibles ( )

**2.7 ¿Recomendaría el lugar de su preferencia para la práctica de su deporte favorito a sus familiares y amigos?**

- a. Sí ( )
- b. No ( )

**2.8 ¿En caso de ser positiva indique porqué?**

.....  
.....

**2.9 ¿Qué opinión tiene usted de la creación de Centros de Acondicionamiento Físicos y Spa en Quito?**

.....  
.....

**2.10 ¿Qué tipo de servicio es el que usted busca dentro del Gimnasio o Spa?**

.....  
.....

**OBSERVACIONES:**

.....  
.....

**MUCHAS GRACIAS**

**Anexo No.2**  
**ESTATUTOS DE UNA SOCIEDAD MERCANTIL DE**  
**RESPONSABILIDAD LIMITADA NUEVA EMPRESA**

**I.- DISPOSICIONES GENERALES.**

**SEÑOR NOTARIO:** En el Registro de Escrituras Públicas a su cargo, díguese incorporar una de Constitución de Compañía de Responsabilidad Limitada, de conformidad con las siguientes cláusulas:

**PRIMERA: COMPARECIENTES.-** Comparecen a la celebración de la presente escritura, por sus propios derechos los señores: Walter Marcelo Morales, Verónica Torres Pazmiño casados entre sí y la Srta. María Sofía Espinosa Pazmiño, soltera; ecuatorianos, domiciliados en el Distrito Metropolitano de la ciudad de Quito, quienes manifiestan en forma libre y voluntaria su deseo de constituir una Compañía de Responsabilidad Limitada de Servicio Privado, denominada GYM ARMONY SPA.

**SEGUNDA.- ESTATUTO SOCIAL DE GYM ARMONY SPA.-** Artículo primero: con el nombre de GYM ARMONY SPA se constituye una Compañía de Responsabilidad Limitada, de Nacionalidad Ecuatoriana, con domicilio en el Distrito Metropolitano de Quito pudiendo abrir sucursales en cualquier parte de la República del Ecuador.

**ARTICULO SEGUNDO.- OBJETO:** La Compañía tiene como objeto social o finalidad lo señalado en el Artículo dos del reglamento para la Constitución y Funcionamiento de Organizaciones de Servicio Privado, esto es la de proporcionar servicios de Gimnasio, Estética y Spa, dentro del perímetro Urbano del Distrito Metropolitano de Quito y del País, para cuyo fin está autorizado a contratar personal de (Administrador,

repcionistas instructores, esteticistas, fisioterapistas, personal de limpieza y guardias de seguridad); para lo cual se ha obtenido la respectiva Autorización de los entes reguladores los cuales la certifica como habilitante.

**ARTICULO TERCERO.- PLAZO.-** La duración de esta sociedad es de VEINTE AÑOS, contados a partir de su inscripción en el Registro Mercantil, pudiendo disolverse anticipadamente de conformidad con la Ley de Compañías y el presente Estatuto.

**ARTICULO CUARTO.- DEL CAPITAL SOCIAL:** El Capital Social de la Compañía es de CUARENTA Y OCHO MIL DOSCIENTOS SESENTA DOLARES AMERICANOS, dividido en CUARENTA Y OCHO MIL DOSCIENTOS SESENTA participaciones iguales de Un dólar cada una, no negociables, suscrito por el Presidente y Gerente de la Compañía.

**ARTICULO QUINTO.-** El Capital Social de la Compañía podrá ser aumentada si así lo resolviera la Junta General, gozando los socios de preferencia en la suscripción de las nuevas participaciones en relación a las que posean al tiempo de resolverse el referido aumento.

**ARTICULO SEXTO.-** Cada participación es igual e indivisible, dando derecho a un voto en las deliberaciones de la Junta General; y, a una cuota igual en las utilidades y patrimonio de la Compañía, en caso de liquidación.

**ARTICULO SEPTIMO.-** Las participaciones sociales podrán cederse previo consentimiento unánime de los demás socios y cumpliendo con los requisitos establecidos en la Ley de Compañías además se dejará constancia de la cesión en el libro de participaciones, mediante anotación firmada por el Gerente de la Compañía.

**ARTICULO OCTAVO.- REPRESENTACION LEGAL:** La Representación Legal Judicial y Extrajudicial de la Compañía la tendrá el Gerente de la misma.

**ARTICULO NOVENO.- DE LA JUNTA DE ACCIONISTAS:** La Junta de Accionistas esta integrada por los socios legalmente convocados; y sus reuniones se realizarán en el domicilio principal de la Compañía; se reunirán Ordinariamente por lo menos una vez al año, dentro del primer trimestre posterior a la terminación del ejercicio económico de la Compañía; y Extraordinariamente en cualquier época del año, cuando sea convocado por el Gerente o cuando él o los socios que representen no menos del diez por ciento del Capital Social, soliciten la convocatoria a la junta General Extraordinaria. En las Juntas Generales únicamente podrán considerarse los asuntos para los cuales fueron convocados, bajo pena de nulidad. Se constituirá la Junta Universal de socios, si se cumple con lo dispuesto por los Artículos ciento diez y nueve y doscientos treinta y ocho de la Ley de Compañías, para el efecto no se requerirá ninguna convocatoria, pero de la reunión deberá necesariamente estar firmada por todos los socios concurrentes.

**ARTICULO DECIMO.- DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS SOCIOS.-** Son derechos y obligaciones fundamentales de los socios los determinados en los artículos ciento catorce y ciento quince de la Ley de Compañías.}

**ARTICULO DECIMO PRIMERO.-** La convocatoria a Junta General se hará mediante citación escrita, con ocho días de anticipación por lo menos, a la fecha de la reunión; si hecha la previa convocatoria no concurriere el número de socios que represente mas de la mitad del Capital Social, se hará una segunda convocatoria en la misma forma, con

la advertencia de que la Junta se reunirá cualquiera que fuere la parte del capital Social que se encuentre presente o representado; en la convocatoria se indicará el objeto, lugar, día y hora de la reunión.- Lo expuesto sin perjuicio de lo señalado en el Artículo NOVENO del presente Estatuto.

**ARTICULO DECIMO SEGUNDO.-** La Junta General ser presidida por el Presidente de la Compañía, a falta de éste, por la persona designada por la Junta; actuará como Secretario el Gerente General, y en su falta, un socio que la Junta elija.- Todos los acuerdos de la Junta General constarán en el correspondiente libro de actas y serán firmadas por el Presidente y el Secretario de la Junta.

**ARTICULO DECIMO TERCERO.-** La Junta General adoptará sus resoluciones con la mayoría de votos que estará constituida por la mitad mas uno de las participaciones sociales representadas en la reunión. Los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. Toda resolución referente al aumento de Capital o Disminución del mismo Disolución de la Compañía o cualquier reforma al Estatuto, se adoptará con el ochenta por ciento del capital social.

**ARTICULO DECIMO CUARTO.-** Las Atribuciones de la Junta General son:

- a) Designar y remover por causas legales al Presidente y Gerente de la Compañía;
- b) Aprobar los balances, cuentas, inventarios, informes que presente el Gerente;
- c) Resolver acerca de la forma de reparto de las utilidades; y, la formación de un fondo de reserva especial, independiente del que exige la Ley;
- d) Resolver el establecimiento de sucursales en otros lugares del Ecuador; y,

e) Designar un Comisario Principal y un Comisario Suplente, quienes durarán un año en sus funciones y tendrán las facultades establecidas en los Artículos doscientos setenta y cuatro; doscientos ochenta y siete; doscientos setenta y nueve; y doscientos ochenta y ocho de la Ley de Compañías.

**ARTICULO DECIMO QUINTO.-** Al Presidente le corresponde dirigir la Junta General y reemplazar al Gerente de la Compañía en caso de ausencia o falta de éste, con todas sus atribuciones.

**ARTICULO DECIMO SEXTO.- DE LA ADMINISTRACION:** Al Gerente y al Presidente les corresponden la administración de la Compañía y actuarán a nombre de ella con las mas amplias facultades; siendo las atribuciones del Gerente las siguientes: a) Administrar los negocios de la Compañía así como los bienes institucionales;

b) Cuidar que se establezcan debidamente la contabilidad y correspondencia de la Compañía y presentar anualmente a la Junta General el informe, los balances, el inventario y las cuentas de pérdidas y ganancias;

c) Realizar toda clase de gestiones, actos y contratos que cumplan con el objeto social de la Compañía; d) Cumplir y hacer cumplir todas las resoluciones de la Junta General; y,

e) Convocar a Junta General y actuar como Secretario en la misma; en caso de su ausencia lo reemplazará el Presidente con todas las atribuciones.

**ARTICULO DECIMO SEPTIMO.-** El Presidente y el Gerente durarán dos años en sus funciones y podrán ser reelegidos indefinidamente.

**ARTICULO DECIMO OCTAVO.-** La Compañía se disolverá en los casos previstos en la Ley de Compañías y su Liquidación se efectuará de

acuerdo con las normas legales, por los liquidadores principal y suplente que designe la Junta General.

**CUARTA.**-Los socios fundadores de la Compañía señores: Walter Marcelo Morales, Verónica Torres Pazmiño casados entre sí y la Srta. María Sofía Espinosa Pazmiño, soltera, declaran que el Capital Social de CUARENTA Y OCHO MIL DOSCIENTOS SESENTA DOLARES AMERICANOS, se encuentra íntegramente suscrito y pagado por cada uno de ellos, conforme se desprende del depósito bancario hecho a nombre de la Compañía, que se anexa como documento habilitante; es decir que cada socio fundador lo hace de la siguiente manera:

<b>Nombre</b>	<b>Capital</b>	<b>Participación</b>	<b>Porcentaje</b>
Walter Marcelo Morales	USD16.087	16.087	33.34%
Verónica Torres Pazmiño	USD16.087	16.087	33.33%
María Sofía Espinosa	USD16.087	16.087	33.33%
<b>TOTAL</b>	<b>USD48.260</b>	<b>48.260</b>	<b>100 %</b>

**QUINTA.- DECLARACIONES:** Los fundadores de la Compañía hacen las siguientes declaraciones:

- a) Que ninguno de los socios se reserva en provecho personal premio, corretaje o especial beneficio tomando del Capital Social;
- b) Que esta sociedad quedará sometida a las regulaciones del presente Estatuto y a las disposiciones de la Ley de Compañías;
- c) Que se faculta al Dr. Jorge García, solicitar la aprobación de la presente escritura y la publicación del extracto de la misma, ante el señor Superintendente de Compañías e inscripción en el Registro Mercantil, así como para toda clase de actos hasta conseguir el legal establecimiento de la Sociedad.

Usted señor Notario, se dignará agregar las cláusulas de estilo para la completa validez del presente acto jurídico.

### Anexo No. 3

#### ➤ DESCRIPCION DE INVERSION POR AREAS

##### Recepción

1	Computadora	\$ 850
1	Teléfono	\$ 80
1	Archivador	\$ 120
1	Congelador pequeño	\$ 120
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 1,170</b>

Fuente: Investigación directa Elaborado por: Verónica Torres La Autora

##### Sala de pesas

1	Cd placer	\$ 150
3	Escaladoras	\$ 7,500
3	Caminadoras	\$ 10,500
6	Bicicletas para spinning	\$ 3,000
15	Máquinas para tonificación muscular	\$ 12,000
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 33,150</b>

Fuente: Investigación directa Elaborado por: Verónica Torres La Autora

##### Sala de aeróbicos

1	Cd placer	\$ 150
22	Pelotas grandes	\$ 330
20	Steps	\$ 3,000
25	Ligas angostas	\$ 150
23	Ligas largas	\$ 230
20	Pares de mancuernas para brazos	\$ 400
20	Colchonetas	\$ 400
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 4,660</b>

Fuente: Investigación directa Elaborado por: Verónica Torres La Autora

##### Tatami

20	Colchonetas	\$ 400
1	Dojo	\$ 2,001
22	Pateadores	\$ 330
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2,731</b>

Fuente: Investigación directa Elaborado por: Verónica Torres La Autora

##### Area de Spa

1	Estantería de Insumos	\$ 400
1	Jacuzzi	\$ 1,500
1	Cd placer	\$ 150
6	Camillas	\$ 480
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 2,530</b>

Fuente: Investigación directa Elaborado por: Verónica Torres La Autora

### Area de Estética

3	Sillas giratorias	\$ 150
1	Juego de sillones	\$ 500
1	Camilla	\$ 80
1	Espejo	\$ 60
1	Cd placer	\$ 150
1	Mesa para insumos	\$ 400
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,340</b>

Fuente: Investigación directa Elaborado por: Verónica Torres La Autora

### Publicidad

	Publicidad varios medios	\$ 1,179
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,179</b>

Fuente: Investigación directa Elaborado por: Verónica Torres La Autora

### Gastos Preoperacionales Legales

	Trámites legales	\$ 1,500
	<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1,500</b>

Fuente: Investigación directa Elaborado por: Verónica Torres La Autora

## Anexo No. 4

### ➤ DESCRIPCION DE INGRESOS POR AREAS

#### INGRESOS GYM

##### MEMBRESIAS

ALUMNOS	INSCRIPCION	AÑO	SEMESTRE	TRIMESTRE	INGRESO MES	INGRESO AÑO
7	\$ 25	\$ 660				
5	\$ 25		\$ 330			
5	\$ 25			\$ 165		
<b>17</b>	<b>\$ 75</b>	<b>\$ 4,620</b>	<b>\$ 1,650</b>	<b>\$ 825</b>	<b>\$ 598</b>	<b>\$ 7,170</b>

##### MES

ALUMNOS	INSCRIPCION	MES	INGRESO AÑO	TOTAL
25	\$ 25	\$ 60		
<b>25</b>	<b>\$ 625</b>	<b>\$ 1,500</b>	<b>\$ 18,625</b>	<b>\$ 2,150</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Verónica Torres La Autora

#### INGRESOS SPA

##### MEMBRESIAS

CLIENTES	NUMERO DE MASAJES	AÑO	SEMESTRE	TRIMESTRE	INGRESO MES	INGRESO AÑO
15	48	\$ 660				
15	24		\$ 330			
12	12			\$ 165		
<b>42</b>	<b>84</b>	<b>\$ 9,900</b>	<b>4950</b>	<b>1980</b>	<b>\$ 1,403</b>	<b>\$ 16,830</b>

##### MES

ALUMNOS	NUMERO DE MASAJES	MES	INGRESO AÑO	TOTAL
40	\$ 4	\$ 60		
<b>40</b>	<b>\$ 160</b>	<b>\$ 2,400</b>	<b>\$ 28,960</b>	<b>\$ 3,803</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Verónica Torres La Autora

#### INGRESOS ESTETICA

CLIENTES	SERVICIOS	INGRESO MES	INGRESO AÑO	TOTAL
29	CORTE	\$ 435	\$ 5,220	
25	CEPILLADO	\$ 375	\$ 4,500	
8	MANICURE	\$ 80	\$ 960	
15	TINTES	\$ 450	\$ 5,400	
5	PEDICURE	\$ 50	\$ 600	
<b>82</b>		<b>\$ 1,390</b>	<b>\$ 16,680</b>	<b>\$ 1,390</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: Verónica Torres La Autora

### **INGRESOS MENSUALES**

INGRESOS GYM	\$ 2,150
INGRESOS SPA	\$ 3,803
INGRESOS ESTETICA	\$ 1,390
<b>TOTAL INGRESOS MENSUALES GYM ARMONY SPA</b>	<b>\$ 7,342</b>

Fuente: Investigación directa

Elaborado: Verónica Torres La Autora

**Anexo No. 5**

Publicación en la Revista La Familia

Revista La Familia

# Gym Armony Spa

*Ofrece a  
sus clientes:*

*Aeróbicos*

*Taichi*

*Pesas*

*Spa*

*Peluquería*

*llama al 2475-768*

*Inscripción gratuita por  
Inauguración*

*Te esperamos*

*Estilo y calidad de vida*

Anexo No. 6

Díptico



*Estilo y  
calidad de  
vida*

*Ofrece a  
sus clientes:*

- Aeróbicos*
- Taichi*
- Pesas*
- Spa*
- Peluquería*

*llama al 2475-768*

*Inscripción gratuita  
por Inauguración*

[www.gymarmonyspa.com](http://www.gymarmonyspa.com)

*Te esperamos*