



**FACULTAD DE POSTGRADO
TESIS DE POSTGRADO**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
GIMNASIO PARA LOS CLIENTES PERTENECIENTES A LAS
INSTALACIONES DEPORTIVAS DE FUTECA UBICADO EN
TEGUCIGALPA, MUNICIPIO DEL D.C., HONDURAS**

SUSTENTADO POR:

**ANDY JAVIER MEZA
HUGO JOZEF IDIAQUEZ**

**PREVIA INVESTIDURA AL TÍTULO DE
MÁSTER EN FINANZAS**

**TEGUCIGALPA M.D.C., FRANCISCO MORAZAN, HONDURAS,
C.A.**

ABRIL, 2019

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA CENTROAMERICANA

UNITEC

FACULTAD DE POSTGRADO

AUTORIDADES UNIVERSITARIAS

RECTOR

MARLON ANTONIO BREVÉ REYES

SECRETARIO GENERAL

ROGER MARTÍNEZ MIRALDA

VICERRECTOR ACADÉMICO

DESIREE TEJADA CALVO

DECANO DE LA FACULTAD DE POSTGRADO

CLAUDIA MARÍA CASTRO VALLE



FACULTAD DE POSTGRADO

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO PARA LOS CLIENTES PERTENECIENTES A LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS DE FUTECA UBICADO EN TEGUCIGALPA, MUNICIPIO DEL D.C., HONDURAS

ANDY JAVIER MEZA Y HUGO JOZEF IDIAQUEZ

Resumen

El presente proyecto se desarrolló en el complejo deportivo Futeca Honduras, debido a la inexistencia de los servicios de un gimnasio, por lo cual, se realizó un estudio de mercado, técnico y evaluación financiera con el propósito de determinar si es factible la implementación de un gimnasio en este complejo, la cual se denomina “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO DENTRO DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS DE FUTECA UBICADO EN EL MUNICIPIO DEL D.C., HONDURAS”.

El estudio principal parte de una revisión bibliográfica sobre los referentes de los gimnasios y las teorías sobre la implementación de proyectos de inversión, el cual está compuesto por un estudio mencionados anteriormente, que determinara si el proyecto es factible para su implementación.

Palabras claves: Tasa interna de retorno, valor presente neto.



GRADUATE SCHOOL

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO PARA LOS CLIENTES PERTENECIENTES A LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS DE FUTECA UBICADO EN TEGUCIGALPA, MUNICIPIO DEL D.C., HONDURAS

ANDY JAVIER MEZA Y HUGO JOZEF IDIAQUEZ

Abstract

The present project was developed in the sports complex Futeca Honduras, due to the lack of services of a gym, for which, a market, technical, financial and financial evaluation was conducted in order to determine if the implementation is feasible of a gymnasium in this complex, which is called "STUDY OF FEASIBILITY FOR THE CREATION OF A GYM IN THE FUTECA SPORTS FACILITIES, MUNICIPALITY OF DC, HONDURAS".

The main study is based on a bibliographic review on the referents of gyms and theories on the implementation of investment projects, which is composed of a study mentioned above, which will determine if the project is feasible for its implementation.

Keywords: Internal rate of return, net present value.

DEDICATORIA

A Dios,

A mis padres,

A mis hermanos,

A mi familia y amigos

Andy Javier Meza

A Dios,

A mis padres,

A mis hermanos,

A mi familia y amigos

Hugo Jozef Idiáquez

AGRADECIMIENTO

Agradecemos a la Universidad Tecnológica Centroamericana, a la empresa Inversiones Deportivas Futeca Honduras, que nos regalaron su tiempo, conocimientos y experiencia para colaborar en esta investigación, a nuestro asesor metodológico, a nuestro asesor temático, a nuestros compañeros y maestros y a nuestras familias.

“Nunca consideres el estudio como un deber, sino como una oportunidad para penetrar en el bello y maravilloso mundo del saber”

Albert Einstein.

“Nunca inviertas en un negocio que no puedes entender”

Warren Buffet

ÍNDICE DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTO	x
ÍNDICE DE CONTENIDO	xii
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN	1
1.1 Introducción	1
1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA	2
1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	3
1.3.1 Enunciado Del Problema.....	3
1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	4
1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO.....	5
1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS	5
1.5 Justificación.....	6
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	7
2.1 Teorías de Sustento	7
2.1.1 Análisis de Metodología Utilizadas	7
2.2 TEORIA DE MILLER Y MODIGLIANI.....	9
2.2.1 COSTO DE LA DEUDA	13
2.3 TECNICAS DE EVALUACIÓN DE PESUPUESTO DE CAPITAL	13
2.3.1 VALOR PRESENTE NETO (VPN)	13
2.3.2 FLUJOS DE EFECTIVO	14
2.3.3 TASA DE DESCUENTO	15
2.3.5 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR).....	16
2.3.6 APALANCAMIENTO.....	16
2.3.6.1 APALANCAMIENTO OPERATIVO	17
2.3.6.2 APALANCAMIENTO FINANCIERO	18
2.3.6.3 APALANCAMIENTO COMBINADO	19
2.5 Estudio Económico.....	19
2.2.2 Antecedentes de las metodologías.....	20
2.2.3 Análisis crítico de las metodologías.....	22
2.2 Análisis de la Situación Actual	24
2.3 Conceptualización	25

2.4 Instrumentos Utilizados.....	26
2.5 Marco Legal	26
CAPÍTULO III. METODOLOGÍA	28
3.1. Tipo y métodos de investigación.....	31
3.1.1 Tipo de investigación	31
3.1.2 Métodos de investigación.....	31
3.2.1 Tamaño de la población y muestra.....	32
3.2.4 Análisis de los datos	33
3.2.5 Elaboración del reporte de resultado	34
3.3 Instrumento, técnica y procedimientos aplicados	34
3.3.1 Instrumentos	34
3.3.2 Técnica	35
3.3.3 Encuesta.....	35
3.3.4 Procedimientos	35
3.3.5 Fuentes de información	35
3.3.6 Fuentes primarias	35
3.3.7 Fuentes secundarias.....	36
CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS	37
4.1 Resultados y análisis de la encuesta.....	37
4.1.1 Resultados	37
4.2 Resultados y análisis de encuestas	41
4.3 Propuesta.....	72
4.3.1 Introducción.....	72
4.3.2 Descripción de la propuesta	72
4.3.3 Estudio de Mercado	73
4.3.3.1 Demanda	73
4.3.3.2 Mercado demandante	73
4.3.3.3 Comercialización del servicio.....	74
4.3.3.4 Producto principal.....	74
4.3.3.5 Productos complementarios	75
4.3.3.6 Servicio	75

4.3.3.7 Logotipo	76
4.3.3.8 Análisis de la oferta	76
4.3.3.9 Análisis de la competencia.....	76
4.3.3.10 Estrategia de penetración de mercado.....	77
4.3.3.11 Determinación del precio	77
4.3.4 Estudio Técnico	78
4.3.4.1 Tamaño y localización.....	79
4.3.4.1.1 Tamaño	79
4.3.4.1.2 Localización	80
4.3.4.2 Capacidad instalada y utilizada	81
4.3.4.3 Especificaciones de planta.....	82
4.3.4.4 Distribución en planta	83
4.3.4.5 Ingeniería del proyecto	84
4.3.4.5.1 Maquinaria Requerida.....	84
4.3.4.5.2 Equipo de oficina requerido.....	86
4.3.4.4.3 Personal requerido	87
4.3.5 Estudio financiero	87
4.3.5.1 Detalles técnicos.....	88
4.3.5.2 Inversión total o presupuesto general.....	88
4.3.5.3 Relación Cantidad por precio.....	89
4.3.5.4 Relación Beneficio-Costo	90
4.3.5.5 Proyección de precio de venta optimista.....	90
4.3.5.7 Ingresos del proyecto.....	¡Error! Marcador no definido.
4.3.5.8 Estado de resultado.....	91
4.3.5.9 Balance General	93
4.3.5.10 Flujo de Efectivo	93
4.3.5.10 Financiamiento	94
4.3.5.10.1 Financiamiento externo.....	94
4.3.5.10.2 Financiamiento interno	94
4.3.5.11 Análisis Financiero.....	95
CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	98

5.1 Conclusiones	98
5.2 Recomendaciones.....	100
ANEXOS	104
Anexo 1. Encuesta aplicada a clientes de Futeca	104
Anexo 2. Autorización de autores	106
Anexo 3. Visto bueno por parte del asesor Metodológico	107
Anexo 4. Correo con el visto bueno por parte del asesor Temático.....	108

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Operacionalización de variables.	28
Tabla 2. Resultado de encuesta final.....	37
Tabla 3. Sexo	41
Tabla 4. Edad	42
Tabla 5. Motivo de la visita	43
Tabla 6. De qué manera conoció la existencia de los servicios que ofrece Futeca.....	44
Tabla 7. Qué otro deporte/actividad física adicional al fútbol realiza o practica	45
Tabla 8. Alguna vez ha estado inscrito en un gimnasio.....	46
Tabla 9. Cuánto tiempo ha estado inscrito en un gimnasio	47
Tabla 10. Emita una valoración de cuáles serían las razones más importantes para escoger un gimnasio.....	48
Tabla 11. Emita una valoración de cuáles serían las razones más importantes para escoger un gimnasio.....	49
Tabla 12. Emita una valoración de cuáles serían las razones más importantes para escoger un gimnasio.....	50
Tabla 13. Emita una valoración de cuáles serían las razones más importantes para escoger un gimnasio.....	51
Tabla 14. ¿Seguridad (parqueo, acceso biométrico, cámaras, etc.)?	52
Tabla 15. ¿El precio?	53
Tabla 16. ¿Salud?.....	54
Tabla 17. ¿Adelgazar?	55
Tabla 18. ¿Preparación física (musculación, rendimiento, competencia)?.....	56

Tabla 19. ¿Recuperar o rehabilitarse de un problema físico?.....	57
Tabla 20. ¿Hacer amigos?.....	58
Tabla 21. ¿Por ocupar tiempo libre?.....	59
Tabla 22. Cuál es el horario de su preferencia al momento de asistir a un gimnasio.....	60
Tabla 23. Cuánto estaría dispuesto a pagar de forma mensual por el uso del servicio de un gimnasio.....	61
Tabla 25. Qué tipos de oferta le gustaría que le ofreciera el gimnasio.....	63
Tabla 26. Cuál de las siguientes actividades le gustaría que el gimnasio ofreciera.....	64
Tabla 27. Qué haría que se cambiara o inscribiera en un u otro gimnasio.....	65
Tabla 28. ¿Entrenadores personalizados?.....	66
Tabla 29. ¿Un mejor equipamiento?.....	67
Tabla 30. ¿Una mejor ubicación?.....	68
Tabla 31. ¿El precio?.....	69
Tabla 32. ¿Familiares o amistades?.....	70
Tabla 33. ¿Promociones?.....	71
Tabla 35. Matriz del mercado demandante.....	73
Tabla 36. Métodos de comercialización del servicio.....	74
Tabla 37. Infraestructura y distribución de planta.....	83
Tabla 38. Maquinaria requerida.....	84
Tabla 39. Equipo de oficina requerido.....	86
Tabla 40. Personal requerido.....	87
Tabla 41. Detalle técnicos de inversión.....	88
Tabla 42. Presupuesto general.....	89

Tabla 43. Relación Cantidad por precio	89
Tabla 44. Proyección precio de venta,	90
Tabla 45. Proyección de ingresos unidad de lempiras	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 46. Estado de Resultado.....	92
Tabla 47. Balance general de apertura.....	93
Tabla 48. Flujo de efectivo	93
Tabla 49. Detalles del préstamo considerado para la inversión del proyecto.....	94
Tabla 50. Resumen de pagos de préstamo.....	95
Tabla 51. Indicadores financieros	95
Tabla 52. Indicadores financieros escenario pesimista.....	96
Tabla 53. Indicadores financieros escenario optimista.....	97

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Esquema Metodológico del proyecto	28
Figura 2. Diseño del esquema metodológico utilizado en el estudio.....	32
Figura 3. Flujograma de las etapas de investigación	34
Figura 4. Diseño de la escala de los productos principales.....	75
Figura 6. Establecimiento de precios.	78
Figura 5. Mapa de ubicación del departamento de Francisco Morazán.	80
Figura 6. Ubicación del plantel de Futeca	80
Figura 7. Ubicación de planta del Futeca Gym.....	81
Figura 8. Distribución de planta.....	82

ÍNDICE DE GRAFICOS

Grafica 1, costo ponderado de capital; Miller y Modigliani	11
Grafica 2. Comparación del valor de una empresa apalancada y no apalancada	12
Gráfico 3. Sexo	41
Gráfico 4. Edad	42
Gráfico 5. Motivo de la visita	43
Grafico 6. De qué manera conoció la existencia de los servicios que ofrece Futeca	44
Gráfico 7. Qué otro deporte/actividad física adicional al fútbol realiza o practica	45
Gráfico 8. Alguna vez ha estado inscrito en un gimnasio.....	46
Gráfico 9. Cuánto tiempo ha estado inscrito en un gimnasio	47
Gráfico 10. ¿Que este cerca de la casa?	48
Gráfico 11. ¿Qué este cerca de mi trabajo?	49
Gráfico 12. ¿Qué tenga las mejores instalaciones?.....	50
Gráfico 13. ¿Qué tenga horarios amplios?.....	51
Gráfico 14. ¿Seguridad (parqueo, acceso biométrico, cámaras, etc.)?	52
Gráfico 15. ¿El precio?	53
Gráfico 16. ¿Salud?.....	54
Gráfico 17. ¿Adelgazar?	55
Gráfico 18. ¿Preparación física (musculación, rendimiento, competencia)?.....	56
Gráfico 19. ¿Recuperar o rehabilitarse de un problema físico?.....	57
Gráfico 20. ¿Hacer amigos?.....	58
Gráfico 21. ¿Por ocupar tiempo libre?.....	59
Gráfico 22.Cuál es el horario de su preferencia al momento de asistir a un gimnasio	60

Gráfico 23. Cuánto estaría dispuesto a pagar de forma mensual por el uso del servicio de un gimnasio	61
Gráfico 24. Con cuántas personas o amistades asistiría a un gimnasio	62
Gráfico 25. Qué tipos de oferta le gustaría que le ofreciera el gimnasio	63
Gráfico 26.Cuál de las siguientes actividades le gustaría que el gimnasio ofreciera	64
Gráfico 27. Qué haría que se cambiara o inscribiera en un u otro gimnasio	65
Gráfico 28. ¿Entrenadores personalizados?	66
Gráfico 29. ¿Un mejor equipamiento?	67
Gráfico 30. ¿Una mejor ubicación?	68
Gráfico 31. ¿Una mejor ubicación?	69
Gráfico 32. ¿Familiares o amistades?	70
Gráfico 33. ¿Promociones?	71
Gráfico 34. En una escala del 1 al 10, que probabilidad hay de que usted sea parte del nuevo gimnasio de Futeca	72
Gráfico 36. Logotipo Futeca Gym	76

CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Introducción

El proyecto que se presenta a continuación es para poder determinar la factibilidad de la creación de un gimnasio en las instalaciones de Futeca, ubicado en la colonia Trapiche de Tegucigalpa Honduras.

En el país, el porcentaje de personas que realizan diferentes actividades deportivas está en aumento, ya que se han dado cuenta que realizar uno o varios ejercicios y mantener una actividad física constante mejora su apariencia física y al mismo tiempo se mantienen saludables.

El propósito de este proyecto es poder realizar dentro de las instalaciones deportivas de Futeca, adicional a sus servicios de alquiler de canchas, academia infantil y campeonatos empresariales un gimnasio con áreas de acondicionamiento físico, estudio de baile y ejercicios cardiovasculares. Donde todos los clientes tengan diferentes opciones al momento de estar en las instalaciones, por diferentes motivos como asistir a una hora de alquiler de cancha o como acompañante, puedan tener la opción de asistir al gimnasio.

En este estudio se analizarán factores importantes, que se apoyan en la investigación de campo, realizada a las personas que visitan habitualmente el complejo deportivo Futeca.

En el proyecto se desea satisfacer una necesidad y es la de las personas que visitan las instalaciones de Futeca, para lo cual se realizarán los siguientes estudios;

Estudio de Mercado.

Estudio Técnico.

Estudio Financiero.

Estudio Económico.

Una vez se determine el estudio de mercado, sus necesidades y tipos de servicio, lo cual será importante para identificar y poder satisfacer las necesidades de los posibles clientes. Al mismo tiempo con base en este estudio se determinara la aceptación que dicho proyecto tendría por las personas que actualmente visitan las instalaciones de Futeca.

Como proyecto de factibilidad, se deberá determinar la inversión financiera para poder llevar a cabo este proyecto.

1.2 ANTECEDENTES DEL PROBLEMA

A lo largo del siglo XXI, el término Gimnasio ha evolucionado, incrementado su concepto acerca de un establecimiento para el levantamiento de pesas. Su tendencia se ve incrementada por su actual relación a lo largo de toda sociedad en el plan de verse bien físicamente y mejores aspectos de salud, hasta llegar a los gimnasios con máquinas, aparatos electrónicos y rutina de ejercicios acompañados por música y ritmos novedosos, así como el asesoramiento de un experto en el deporte.

En la ciudad capital, solamente un 3% de su población realizan algún tipo de actividad física, esta cifra en relación al 2014 ha ido en aumento pues solo en ese año un 0.6% se interesaba por practicar un deporte (Clovis, 2016)

En la actualidad, la demanda por ir a un gimnasio ha tenido un gran auge, concerniente al motivo de mejorar la condición y resistencia física, el aspecto corporal o por temas de condiciones médicas prescritas.

En el Municipio del Distrito Central, Honduras, existen alrededor de 25 gimnasios entre los más reconocidos, populares o aceptados por los usuarios de zonas de alta plusvalía o sectores

céntricos de la ciudad capital, los cuales ofrecen un variado programa de acondicionamiento físico, en los cuales se puede practicar desde la disciplina de crossfit hasta boxeo o baile, además en los cuales se prestan servicios como; prácticas de pilates, yoga, aeróbicos, defensa personal y spinning. Muchos de estos centros se especializan en el aprendizaje de natación hasta clases de artes marciales.

En la ciudad capital de Honduras, existen también muchos gimnasios desde los más económicos hasta los más exclusivos, según la zona de ubicación y la variedad en sus servicios a prestar, además de paquetes básicos, como zonas de musculación, clases grupales, ciclismo o bicicleta estática, ahora también incorporan actividades complementarias como pilates, yoga, artes marciales, entre otras, la asesoría personalizada por los profesionales de la salud en los gimnasios es otro servicio que cada vez más incorporan a su oferta. Gran mayoría de estos centros de entrenamiento o acondicionamiento físico corresponden a negocios propios y locales los cuales abarcan en un gran porcentaje de la demanda local de gimnasios.

AJ FITNESS y CYBEX, lideran la penetración del mercado con una clase social media, media-alta y alta en la ciudad de Tegucigalpa con una sede respectivamente.

Considerando que aún existe un mercado creciente es que el presente proyecto busca realizar una evaluación económica y así mismo diseñar un plan financiero en el cual determine lo rentable que puede ser la inversión del mismo.

1.3 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

1.3.1 Enunciado Del Problema

¿Cuáles son las proyecciones; económicas y financieras en un plazo de 10 años para la empresa Futeca Honduras S.A., con la implementación de un nuevo servicio a sus clientes

mediante un Gimnasio dentro sus instalaciones deportivas ubicado en la ciudad de Tegucigalpa?

1.3.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

Futeca Honduras, como una empresa privada y especializada en proyectos deportivos y con canchas de grama sintética en formatos de Fútbol 5 y Fútbol 7, donde sus ejecutivos de negocios han detectado y a la vez observado que según la cantidad del tráfico de sus clientes de aproximadamente 25,000 personas al mes, a consecuencias de una reservación o alquiler de canchas, entrenamientos de academia de fútbol para niños hasta incluso campeonatos empresariales, de las cuales una gran parte de personas solamente son visitas o acompañantes, amistades o familiares, estos únicamente asisten a observar lo que dure dicho evento, con la disposición de un rango de tiempo de 2 horas como un momento de ocio, para el cual se podría destinar para la práctica de una nueva actividad física. Adicional a lo anterior, se estima que se podrían realizar mejoras a las instalaciones y una de las mejoras a implementar o desarrollar es la creación de un gimnasio que venga a completar la práctica de un deporte combinada con el ejercicio físico, la cual se convertiría en una forma de negocio novedoso que hasta la fecha los actuales centros de musculación en el mercado no han sabido explotar. El nuevo proyecto llamado Futeca Gym contaría con actividades que van desde levantamiento de pesas, musculación, clases de baile y áreas especializadas para ejercicios cardiovasculares. Este trabajo de tesis, servirá para evaluar la factibilidad de implementar un nuevo servicio de gimnasio que se adapte a los actuales clientes de las instalaciones de Futeca.

1.3.3 PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

1. ¿A cuánto asciende la inversión inicial requerida para la implementación del Gimnasio en las instalaciones actuales de Futeca Honduras?

2. ¿Cuáles son las características y necesidades de los usuarios de gimnasios en la ciudad de Tegucigalpa que están dispuestos a ser parte de la demanda de ese nuevo servicios de Futeca?
3. ¿Cuál será la estructura del financiamiento del proyecto y así determinar la factibilidad del proyecto?

1.4 OBJETIVOS DEL PROYECTO

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Evaluar la factibilidad de la creación de un gimnasio para los clientes pertenecientes a las instalaciones deportivas de Futeca ubicado en Tegucigalpa, Municipio del D.C., Honduras, por medio de la realización de un estudio financiero con el propósito de proporcionar información a los inversionistas interesados en llevarlo a cabo.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Determinar la estructura de los costos de inversión inicial de la apertura de un Gimnasio en las instalaciones actuales de Futeca Honduras.
 - Proporcionar detalles de las características y necesidades de los usuarios de Futeca para un nuevo servicio de un gimnasio dentro de sus instalaciones en la ciudad de Tegucigalpa.
- Realizar la evaluación financiera para determinar la viabilidad del proyecto, mediante el cálculo de indicadores financieros como el VAN (Valor Actual Neto), TIR (Tasa Interna de Retorno), PRC (Periodo de Recuperación de Capital) y análisis de sensibilidad.

1.5 Justificación

Considerando que en la actualidad las empresas deben diversificarse e innovar para generar rendimientos adicionales, esta investigación parte de la necesidad de complementar la actividad física para los actuales visitantes de las instalaciones de Futeca.

La idea se sustenta bajo oportunidades identificadas en el entorno, una de ellas es la necesidad que tienen hoy en día las personas por ejercitarse constantemente, los cuales buscan conveniencias entre ubicación, precios, exclusividad, parqueo y seguridad.

Aprovechando la ventaja del masivo tráfico de clientes que circulan dentro de las instalaciones deportivas de Futeca por diferentes motivos, logrando principalmente generar ingresos adicionales para la empresa y al mismo tiempo creando espacios de sana convivencia, beneficiando a sus principales clientes.

Debido a lo anterior, la propuesta presentada a Futeca, en este estudio busca aportar elementos para la toma de decisión de aprovechar la oportunidad de negocio e invertir en un gimnasio ante la gran demanda de este servicio.

CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO

2.1 Teorías de Sustento

Después de exponer de forma textual el entorno social y económico financiero de la problemática a resolver en el Capítulo I, en la presente sección se plantea analizar las metodologías financieras que se utilizaran para cumplir con los objetivos establecidos en el presente estudio de investigación.

2.1.1 Análisis de Metodología Utilizadas

Para descubrir la verdadera rentabilidad del negocio habrá que tomar en cuenta si existen algunas actitudes del propietario relacionadas con el éxito, entre otras: liderazgo efectivo, de demostrado por su capacidad de llevar a cabo proyectos así como formar y dirigir equipos; su visión clara del futuro, evidenciada con un plan concreto de acción; otra, su capacidad de vender, evidenciada por su pasión por las ventas y su positiva aceptación a ser rechazado una y mil veces, y finalmente, su experiencia en los negocios (Kiyosaki, 2015)

La evaluación de proyectos o inversiones parte del hecho que los recursos financieros son escasos y a su vez con múltiples posibilidades de empleo y por lo tanto de su uso selectivo (Baca, 2010); por su parte (Jordán, 2010) indica que todas las empresas deben tomar decisiones que comprometen su poco y valioso capital en diferentes tipos de activos, a lo que se denomina “asignación estratégica de capital”. En este sentido, la administración financiera de los sectores empresariales y/o económicos trata permanentemente de escoger aquellas alternativas de inversión de recursos que proporcionen mayores ventajas y beneficios.

Además, para dicho proyecto la importancia nace de la oportunidad de generar un nuevo ingreso económico a la empresa, la cual deberá contar con plan de metas establecidas a

cumplirse.

Sin embargo, es importante que las empresas incluyan la innovación al momento de determinar la estructura organizacional, para poder adquirir ventajas competitivas.

A condición de que la innovación se ha asociado generalmente con el sector privado, donde se efectúa su aplicación efectiva, y de la misma depende la continuidad que se da en la empresa y la adaptación que tenga en los diversos mercados competitivos (Ramírez, 2011).

Berk & Demarzo, (2008) menciona que las reglas para tomar decisiones de inversión comienza con el razonamiento de “tómelo o déjelo”. Es decir que al emprender este proyecto la empresa no deberá limitar la capacidad a invertir.

Moyer, McGuigan, & Kretlow, (2004) nos menciona que es necesario que la empresa conozca la estructura de capital adecuada que debe tener para el proyecto que se estima emprender, de forma que la distribución de capital se haga óptima.

El universo de alternativas a evaluar es muy amplio y se deben seleccionar en función de las prioridades para la operación de la empresa y la rapidez con que deba de adoptarse una decisión, en un ambiente de recursos escasos.

Para realizar dicho proyecto de inversión, y siendo en planes financieros lo más optimistas posibles, se deberá establecer un patrón determinado, que nos lleve a efectuar una comparación de los distintos proyectos de inversión. La razonable estimación de los beneficios que se esperan del proyecto y la clara definición de cuál es el objetivo que se persigue con la apreciación, determina en forma satisfactoria el criterio de evaluación más adecuado (Baca, 2010).

Es importante poder comprender que el éxito de una empresa, está en poder determinar

cuál es la necesidad de los clientes y enfocase a poder satisfacer esa demanda una vez identificada.

Debido a que la principal razón de las decisiones de capital que tiene una empresa, como comenta Altuve (2004) es el poder maximizar sus utilidades, así como satisfacer a sus propietarios. De igual modo, afirma que el objetivo que tienen las decisiones de inversión, está muy relacionado con la estructura financiera y el costo de capital de la empresa.

Así mismo será importante que el personal de la empresa se sienta comprometido, desarrollando actitudes que permitan que el cliente se sienta agrado al momento de recibir un servicio, ya que esto provocara un crecimiento importante para la organización.

Las principales metodologías para evaluar dichas alternativas, son la teoría de Miller y Modigliani, la regla del Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), los que se utilizaran para cumplir con los objetivos de la presente estudio.

De acuerdo con lo propuesto por Prieto, Jaca y Ormazabal (2017), el modelo de la economía circular es un modelo de desarrollo económico sostenible que buscar a la par de la prosperidad económica, prevenir la contaminación y mejorar las condiciones de vida.

2.2 TEORIA DE MILLER Y MODIGLIANI

Pascale (2009), así como Westerfield, Ross, & Jordán (2016), menciona que la teoría propuesta por los profesores Merton H. Miller y Francisco Modigliani en 1958 ha sido la base para la elaboración de múltiples estudios sobre la estructura de capital.

Esta teoría parte de los siguientes supuestos:

- Las compañías que operan en un mercado perfecto, se pueden clasificar de forma homogénea, basándose en los rendimientos esperados de las acciones por lo tanto, las

acciones de las empresas del mismo tipo se pueden sustituir unas de otra y el precio de sus acciones se encuentra en la misma proporción que sus rendimientos esperados.

- Las inversionistas de todo tipo de empresas tienen acceso a cualquier tipo de información y dicha información es gratuita.
- Las fuentes de financiamiento tienen la misma tasa de interés y de rendimiento para los inversionistas.
- El costo de capital de una empresa es constante ante variaciones en el nivel de endeudamiento que tenga.

Los puntos anteriores son considerados por Miller y Modigliani en 1958 como su primera proposición, pero haciendo una corrección a su teoría en 1963 considerando las siguientes modificaciones basándonos en lo reportado por Moyer, McGuigan y Kretlow (2005) y Ross, Westerfield y Jordán (2016):

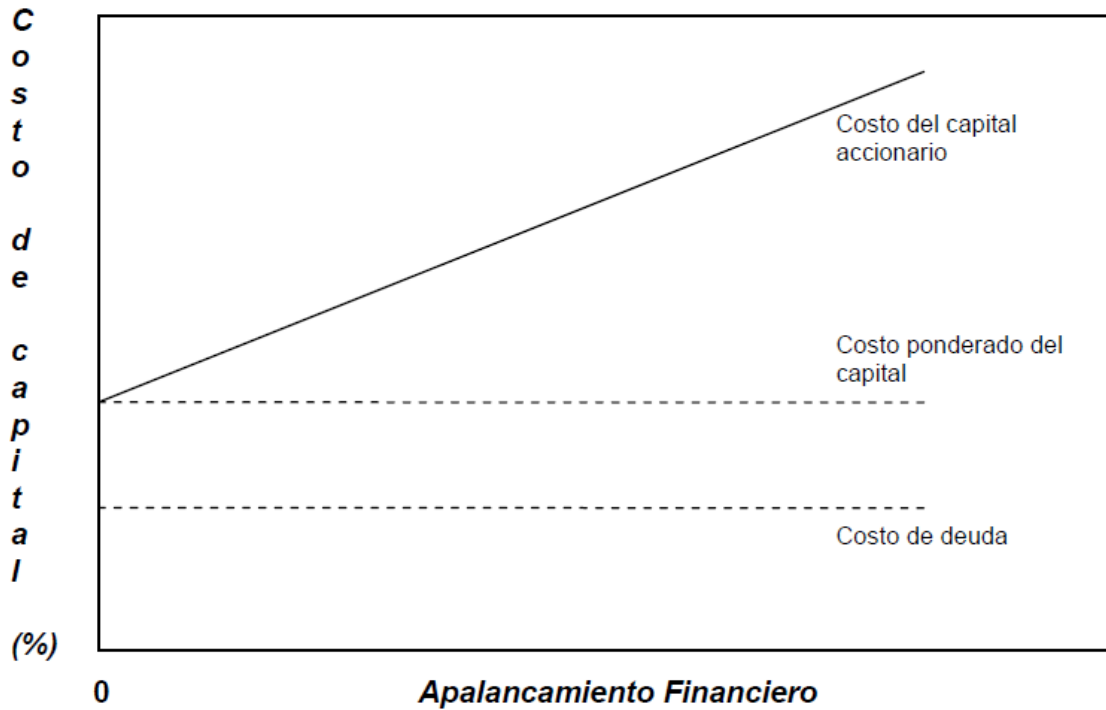
- El pago de los intereses es deducible de impuestos, lo que hace que el valor de las empresas dependa de los rendimientos generados por los activos fijos de estas.
- Existen diferentes tipos de bonos e intereses. La tasa de interés aumenta con el apalancamiento; y por otro lado el costo de la deuda tiende a incrementar en proporción a incrementar de la misma.
- El hecho que exista una ventaja debido a los intereses que arroja el financiamiento al poder de deducibles de impuestos, no quiere decir que las empresas deban buscar la máxima cantidad de deuda en sus estructuras de capital, Modigliani & Miller, llaman a esta deducción protección fiscal por los intereses.

En la gráfica 1 que se presenta a continuación, se muestra el costo de capital con el supuesto de

que no hay impuestos:

Grafica 1, costo ponderado de capital; Miller y Modigliani

(Sin impuestos)



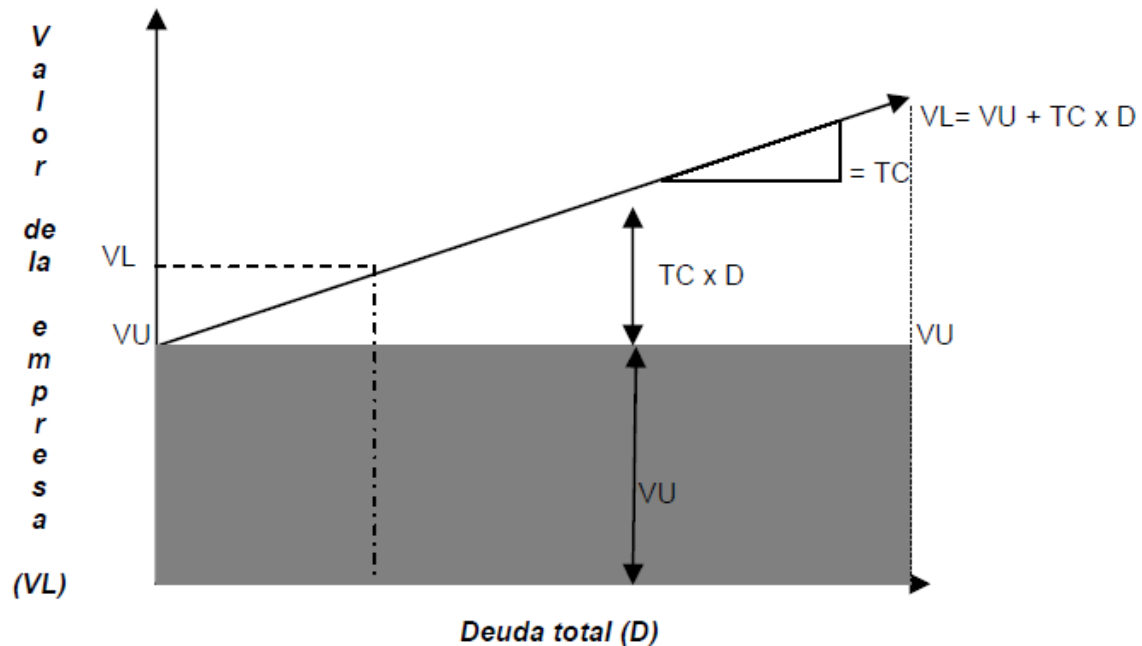
Fuente: Moyer, McGuigan y Kretlow (2005)

Como se puede observar en la gráfica anterior el costo de capital accionario depende de la tasa de rendimiento que se tenga sobre los activos de la empresa representada por el costo ponderado de capital, el costo de la deuda y su apalancamiento financiero. (Moyer, McGuigan y Kretlow, 2005)

Para explicar la proposición dos de Miller y Modigliani tomando en cuenta los impuestos, se muestra la siguiente grafica para poder hacer una comparación entre el valor que tiene una empresa apalancada y el de una empresa no apalancada.

Grafica 2. Comparación del valor de una empresa apalancada y no apalancada

(Con impuestos)



Fuente: Westerfield, Ross, & Jordán (2006)

Dónde:

VL = Valor de la empresa apalancada

VU = Valor de la empresa no apalancada

TC = Protección fiscal

D = Deuda

Tomando en cuenta la gráfica anterior, Westerfield, Ross, & Jordán (2006), ejemplifican que si dos empresas tienen una misma cantidad de activos y la misma utilidad de operación, pero una de ellas se encuentra apalancada y la otra no tiene deuda, podemos apreciar que es mayor el

valor de la empresa apalancada gracias a que cuenta con una protección fiscal, que la empresa que no tiene deuda.

2.2.1 COSTO DE LA DEUDA

El costo de la deuda, como Moyer, McGuigan y Kretlow (2005) definen, es la tasa de rendimiento que el acreedor exige como mínima para que la empresa pueda obtener un financiamiento. Así mismo Páscale (1993) comenta que el costo de la deuda existe después de impuestos, es la tasa de rentabilidad que surge después del pago de intereses y las amortizaciones.

Westerfield, Ross, & Jordán (2006), comentan que el costo de la deuda de una compañía se puede detectar directa o indirectamente porque se habla de que el costo de la deuda es la tasa de interés que se debe pagar por el préstamo que la empresa haya obtenido.

2.3 TECNICAS DE EVALUACIÓN DE PRESUPUESTO DE CAPITAL

Estas técnicas según Besley & Brigham (2016), son aquellos métodos básicos que utilizan las empresas para llevar a cabo la evaluación de las inversiones a ejecutar y poder definir si es factible realizarlas o no.

2.3.1 VALOR PRESENTE NETO (VPN)

Berk & Demarzo (2008) señalan que el VPN es la mejor forma de evaluar las inversiones propuestas, ya que es el criterio que siempre responde a las dos preguntas que fundamentalmente la administración financiera tiene que hacerse, a la hora de seleccionar un proyecto, primera ¿es un proyecto particularmente buena idea de inversión? Segunda, si hay más de un buen proyecto, pero solo es posible aceptar uno, ¿Cuál se debe aceptar?

El VPN es una medida de cuanto valor se crea hoy al realizar una inversión, del mismo

modo, compara la rentabilidad de esta y las alternativas de riesgos similares en los mercados financieros. La regla de este método consiste en aceptar los proyectos con VPN positivo y rechazar todos aquellos con resultados que tengan valor negativo (Berk & Demarzo, 2008).

El cálculo del valor presente neto se constituye mediante la fórmula matemática financiera que relaciona las siguientes variables que se enumeran y describen a continuación:

- Determinación de la inversión inicial
- Generación de los flujos de efectivo neto.
- Calculo de la tasa de descuento apropiada.
- Tiempo de duración del proyecto.

La inversión previa de un proyecto comprende el valor del desembolso inicial requerido para poner en marcha el proyecto, por ejemplo, la adquisición de activos fijos, capital neto de trabajo o adquisición de nueva infraestructura para optimizar las operaciones.

2.3.2 FLUJOS DE EFECTIVO

Los flujos de efectivo incluyen todos los ingresos y egresos o flujos de dinero que generara la ejecución del proyecto; según (Westerfield, Ross, & Jordán, 2012) estos se pueden calcular a partir de los resultados contables, restándole todas aquellas partidas que no requieren de un desembolso de efectivo, como ser las depreciaciones, tal como se muestra en la siguiente ecuación:

Flujo de Efectivo Neto = Utilidad antes de Interés e Impuestos – Depreciación + Impuestos.

Para el caso de la apertura de un gimnasio dentro de las instalaciones deportivas de Futeca, estos flujos se construyen basados en el ahorro que presenta la disposición de terreno

para su construcción, descontando los gastos de operación, en el que caso que los hayan, durante la vida útil de dicha inversión.

Ross (2012) menciona que los aspectos que son de importancia para la correcta estimación de los flujos de efectivo neto son los siguientes:

Capital de Trabajo Neto: es el efectivo que tiene que tener el proyecto para pagar los gastos que se presenten, además una inversión inicial en inventarios, cuantos por cobrar, cuentas por pagar.

Costo Hundido: es aquel costo en el que ya se incurrió y no se puede retirar, por lo tanto no se debe considerar en la evaluación de la inversión.

Costos de Financiamiento: al momento de analizar una inversión no se incluyen los intereses pagados o cualquier otro costo de financiamiento, ya que esta se evalúa en función del rendimiento que generen sus flujos de efectivo, tomando en cuenta el retorno requerido y no de las fuentes que la financian.

2.3.3 TASA DE DESCUENTO

La tasa de descuento apropiada, nos dice Gitman (2010) que es aquella que se utilizara para descontar los flujos netos de efectivo que genere la inversión y su determinación va en función del riesgo de la misma cuando más grande es, tanto mayor el rendimiento requerido.

Las empresas que tienen mayores oportunidades de crecimiento, cuentan con un riesgo operativo muy alto y tienden a adquirir en menor proporción endeudamiento, tanto en el corto como en el largo plazo.

2.3.4 COSTO PROMEDIO PONDERADO DE CAPITAL

El costo promedio ponderado de capital como lo define Aswath (1995), es la tasa de

descuento que se utiliza para descontar los flujos de caja futuros a la hora de valorar un proyecto de inversión.

El cálculo de esta tasa es interesante valorarlo o puede ser útil teniendo en cuenta tres enfoques distintos: como activo de la compañía: es la tasa que se debe usar para descontar el flujo de caja esperado; desde el pasivo: el coste económico para la compañía de atraer capital al sector; y como inversores: el retorno que estos esperan, al invertir en deuda o patrimonio neto de la compañía.

Es decir, es la tasa que representa el costo medio de los activos, aquellos que provienen de fuentes de financiamiento, tanto de la propia entidad como externas, y que tienen un costo financiero.

2.3.5 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno como la define Gitman (2010), es la técnica “sofisticada”, que más se utiliza para llevar a cabo presupuestos de capital. También se conoce como la tasa de rendimiento que ganará la empresa si realiza determinada inversión, y recibe flujos de efectivo positivos en un periodo de tiempo.

Por otro lado Westerfield, Ross, & Jordán (2006), indican que la tasa interna de retorno, ayuda a los tomadores de decisiones a que encuentren la tasa de rendimiento que resume la factibilidad de una inversión.

2.3.6 APALANCAMIENTO

Cuando la empresa tome la decisión de llevar a cabo la inversión, en la mayoría de los casos se verá en la necesidad de apalancarse para obtener aquellos recursos monetarios con los que no cuenta. Es por esto que es de suma importancia para este proyecto el conocer a fondo lo que es un apalancamiento y las partes que lo componen, así como sus ventajas que trae consigo

al adquirirlo.

Johnson & Melicher (2007), definen al apalancamiento como aquel que indica la cantidad de fondos que se indica la cantidad de fondos que necesita una empresa para sus periodos futuros. Estos fondos pueden ser de dos tipos, temporales o permanentes. Los fondos temporales son aquellos que se utilizan únicamente durante un determinado periodo corto y sirven para pagar los activos circulantes de dicho periodo. Los fondos permanentes son aquellos que se utilizan para pagar activos fijos durante un largo periodo de tiempo.

Buenaventura (2002) afirma que el estudiar los apalancamientos permite que la empresa pueda tener una herramienta de análisis poderosa y un gran apoyo para su toma de decisiones de igual forma afirma que el tomador de decisiones. De igual forma afirma que el tomador de decisiones de la empresa debe tener la habilidad de manejar el apalancamiento de forma adecuada, para tener decisiones exitosas donde existe un equilibrio entre rentabilidad y riesgo para la empresa.

Buenaventura (2002) divide al apalancamiento en tres tipos:

- Apalancamiento Operativo
- Apalancamiento Financiero
- Apalancamiento Combinado

2.3.6.1 APALANCAMIENTO OPERATIVO

El apalancamiento operativo lo define Páscale (1993) en un indicador que muestra la evolución que tienen las ganancias sin haber tomado en cuenta el pago de intereses e impuestos.

Así mismo, Páscale (1993) afirma que el apalancamiento operativo tiene que ver con la

estructura de los costos.

Por otro lado, Buenaventura (2002) dice que el apalancamiento operativo se define como aquella variación existente entre utilidad operativa, provocada por diferenciación en el nivel de operaciones.

En términos porcentuales, tomando en cuenta lo dicho por Buenaventura (2002), el apalancamiento operativo representa aquel porcentaje mediante el cual se incrementa o disminuye la utilidad operativa, por el aumento o disminución de uno por ciento sobre el volumen de operaciones.

Es necesario enfatizar que el apalancamiento operativo depende únicamente del nivel de operaciones con el que se cuenta actualmente y no del nivel al que se pretende llegar.

2.3.6.2 APALANCAMIENTO FINANCIERO

El apalancamiento financiero es utilizado como el número de veces que cambia la utilidad neta, provocada por un cambio de la utilizada operativa.

Páscale (1993) dice que el apalancamiento financiero es un indicador que determina las ganancias de cada acción. Este tipo de apalancamiento toma en cuenta a la utilidad una vez que se han llevado a cabo los pagos de los intereses y los impuestos.

Hablando en términos porcentuales, como lo hace Buenaventura (2002), el apalancamiento financiero se representa como el porcentaje por medio del cual se incrementa o disminuye la utilidad neta, por un incremento o disminución de uno por ciento de la utilidad operativa.

Tomando en cuenta lo anterior, es importante resaltar Westerfield, Ross, & Jordan (2006) dicen que al apalancamiento financiero puede alterar los pagos destinados a los accionistas de

una empresa. Es por esto que el tomador de decisiones debe basarse en la rentabilidad y el riesgo que puede tener la compañía para tomar decisiones sobre el apalancamiento financiero buscando siempre el resultado más óptimo para la empresa.

2.3.6.3 APALANCAMIENTO COMBINADO

A este tipo de apalancamiento también se le conoce como grado de apalancamiento total, tal y como afirma Páscale (1993), y está definido como aquella variación que tiene la utilidad neta cuando hay una variación en el nivel de operaciones o de ventas

Buenaventura (2002) comenta que el apalancamiento combinado, se obtiene de la multiplicación del apalancamiento operativo por el financiero.

2.4 ANÁLISIS FINANCIERO

Es importante tomar en cuenta que para la realización de cualquier estrategia de inversión, el análisis financiero toma un papel de suma relevancia, ya que con este los tomadores de decisiones de la empresa pueden obtener información.

Weston & Brigham, (1994) , dicen que un análisis financiero ayuda a planificar el proceso para llevar a cabo el proyecto, y permite al tomador de decisiones para evaluar, prediciendo posibles situaciones futuras que puedan suceder en la empresa.

Así mismo afirman que el análisis financiero muestra información de los estados financieros de una empresa que no puede ser apreciada por una persona a simple vista y hace que dicha información sea entendible.

2.5 Estudio Económico

Baca Urbina, G. (2013) menciona:

Con el análisis económico se pretende determinar cuál es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total de la operación de la planta, así como otra serie de indicadores que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

La parte de evaluación financiera del proyecto se abordará analizando la teoría sobre Evaluación financiera de proyectos expuesta por Ross, Westerfield y Jordán (2010), en donde se analizará todo el tema financiero como:

- Estado de Perdidas y/o Ganancias: se describe los ingresos, costos y gastos en un periodo determinado de tiempo.
- Balance General: describe la situación financiera de una empresa en un momento determinado. Aquí se analizará aspectos como: Inversiones, Capital de social.
- Costo de capital o costo promedio ponderado de capital.
- Indicadores de factibilidad como: VAN y TIR.
- Periodo de recuperación de la inversión (PRI)
- Punto de equilibrio

Análisis de escenarios: Se modificarán valores de variables conforme a escenario pesimista, optimista y normal, con el fin de analizar o predecir qué pasaría con el proyecto en caso de suceder estos cambios.

2.2.2 Antecedentes de las metodologías

Morales Castro, J. y Morales Castro, A. (2009) menciona como un antecedente histórico el hecho que el ser humano uso su energía para la fabricación de sus herramientas para trabajar la

tierra y obtener frutos, construir casas para protegerse de la intemperie y diseñar planes para casar animales empezó a realizar inversiones, ya que para lograr su objetivo dedicaba recursos de tiempo, materiales y humanos para obtener un beneficio. También se menciona que el tema de la tecnología ha contribuido al análisis del ambiente de las inversiones y ha permitido una mayor precisión en los estudios necesarios para los proyectos de inversión y también los análisis de proyectos hoy en día son realizados por grupos interdisciplinarios.

Los grandes proyectos antiguos como las pirámides de Egipto y la gran muralla china demuestran con evidencia que en el pasado se realizaban proyectos de gran envergadura que requerían planear, organizar, dirigir y controlar. Previo al siglo veinte se habla de un acontecimiento importante en la historia y es la Revolución industrial en donde la fuerza humana es sustituida por las máquinas para la elaboración de los productos, en ese momento surge la necesidad de poder cuantificar la oferta y demanda de los productos. Ya en 1956 se crea en los Estados Unidos la Asociación Americana de Ingeniería de Costos, lo que da un impulso al tema de administración de proyectos (Robbins, Stephen P. & Coulter, M., 2005).

Sapag Chain, N. & Sapag Chain, R. (2008), menciona que la evaluación de proyectos a lo largo de la historia humana se ha utilizado en casos como creación de un nuevo negocio, ampliar las instalaciones de una industria, o reemplazar su tecnología, sustituir importaciones, lanzar un nuevo producto, proveer servicios, aprovechar los recursos naturales, con el propósito de dar solución a un problema económico.

Diferentes autores mencionan el hecho que la digitalización de la información ha permitido disponer de una herramienta valiosa para el estudio de los proyectos de inversión, hoy en día se cuenta con bases de datos actualizadas de los diferentes mercados del mundo y que hace muchos años esto constituyó una fuerte limitante.

2.2.3 Análisis crítico de las metodologías

Los Metodologías descritas anteriormente: valor presente neto y la tasa interna de retorno han tenido a lo largo del tiempo un muy alto grado de fiabilidad a la hora de evaluar financieramente las distantes opciones de inversión en el mundo empresarial; la confianza de estos criterios de inversión va en función de las ventajas y bondades que ofrecen a la administración financiera.

Dentro de las principales ventajas de la TIR, está estrechamente relacionada con el VPN y típicamente ambos llevan a decisiones idénticas, su cálculo es sencillo, y ofrece una manera simple de comunicar información sobre una propuesta de inversión, ya que tradicionalmente los administradores financieros prefieren hablar de tasas de rendimiento más que de valores monetarios.

Ross et al., (2012) señala que una de las principales limitaciones de la TIR es que no se puede usar para evaluar inversiones mutuamente excluyentes, ya que el proyecto con mayor TIR no es por fuerza la mejor inversión; en el mismo tenor, indica que un proyecto de inversión con flujos de efectivos no convencionales, cuyos valores por periodo son diferentes, no solo en monto sino también en signo, puede tener más de una TIR (tantas, como cambios en el signo de los flujos de efectivo), dado este caso, sería difícil decidir cuál de las TIR de los Flujos de efectivo se debe usar para comparar con el costo de capital y concluir acerca de la rentabilidad del proyecto.

En cuanto al VPN, sigue siendo el criterio de decisión preferido, uno de los beneficios importantes de este método, es que utiliza uno de los principios básicos de las finanzas que es: el valor que tiene el dinero en el tiempo. Para el caso, (Jordán, 2010) señala al VPN como el mejor método para evaluar inversiones empresariales y personales ya que el mismo no tiene mayores

inconvenientes.

Por otro lado, aunque el VPN es un indicador por excelencia, no mide la eficiencia de la inversión, un proyecto que tenga un VPN positivo puede requerir una inversión de capital muy grande, lo que evidenciaría tanto su bajo grado de eficiencia y su riesgo. Por ello el VPN normalmente va acompañado por la medición de otros criterios.

No obstante, Jordán (2010) establece que se debe valorar la confiabilidad del valor del VPN, en función de las estimaciones que se realizan para cuantificar este indicador; el hecho de que el VPN estimado sea positivo es buena señal, pero puede ser un resultado falso, razón por la que se incurre en la necesidad de observar con mayor detenimiento las variables involucradas en este método.

Jordán (2010) menciona que para la evaluación de las estimaciones tanto del VPN como la TIR, se debe tener en cuenta el Riesgo del Pronóstico y Fuentes de Valor que son la posibilidad de que errores en los flujos de efectivo proyectados conduzcan a decisiones incorrectas o no sea posible enunciar una base económica sólida que sustente dichas proyecciones.

Para contrarrestar los riesgos en mención y mejorar la presentación de los resultados para las gerencias financieras, se deben realizar un análisis de escenarios y sensibilidad, que consisten en evaluar las estimaciones, cambiando las variables mediante suposiciones críticas, para medir los efectos resultantes.

La idea básica del análisis de sensibilidad, es fijar todas las variables que componen los flujos de efectivo, excepto una, con el objeto de ver que tan sensible es la estimación del VPN a los cambios en la variable modificada; si el VPN resulta muy sensible a pequeños cambios en el

valor proyectado de alguno de los componentes de los flujos de efectivo de la inversión, entonces el riesgo del pronóstico de esa variable es alto (Ross et al., 2012).

Esto permite ver la importancia de evaluar el entorno económico del país o región donde se está evaluando un proyecto o inversión, analizando las variables monetarias como ser la inflación, devaluación, tipo de cambio y tasa de interés para evitar que las estimaciones de los criterios de inversión vayan en detrimento a la situación económica y financiera donde se desarrollar el proyecto objeto de valuación.

Adicionalmente, para complementar las metodologías del VPN y TIR se usará el periodo de recuperación que establece el momento de la vida del proyecto en el cual se ha recuperado la inversión inicial a valor actual. Éste evalúa el riesgo más no la rentabilidad.

2.2 Análisis de la Situación Actual

En Honduras la Organización Mundial De La Salud, realizó un estudio donde se determinó que hay un incremento considerable de personas con sobrepeso siendo el porcentaje de 52% de personas que tienen esta enfermedad y un 20% de obesidad, este hecho ha provocado una gran preocupación en nuestra sociedad, debido a que este tipo de enfermedad se agudiza cada día más provocando otro tipo de enfermedad como la diabetes, según la OMS más de 1,000,000 de personas en nuestro país sufren este tipo de enfermedad.

Por lo cual cada día existen muchas personas que están acudiendo a cuidar su salud realizando diferentes actividades deportivas para mantenerse en buenas condiciones físicas, en el año 2017 hubo un incremento del 10% de personas que están realizan esta actividad.

La empresa Futeca ubicada en la colonia Trapiche de Tegucigalpa Honduras, actualmente cuenta con unas instalaciones deportivas en las cuales están enfocadas a dar servicios de alquiler

de canchas deportivas para practicar el deporte del futbol, en la actualidad existe un aproximado de 20,000 personas que visitan mensualmente este complejo deportivo, por lo cual los inversionistas tienen la idea de convertir estas instalaciones en un complejo deportivo donde se pueda practicar diferentes actividades deportivas.

Actualmente en la ciudad capital existen diferentes gimnasios que ofrecen un servicio completo, con variedad en sus programadas.

Esto permite a Futeca poder observar que hay un mercado insatisfecho, lo que permite a esta institución poder generar un proyecto para ofrecer un servicio completo de gimnasio y de esa manera poder satisfacer ese mercado potencial.

La afluencia de personas que visitan las instalaciones de Futeca, sería el mercado potencial y al realizar el estudio de mercado se determinara la factibilidad que este proyecto sea un éxito, por lo cual es necesario poder realizar un estudio que permita conocer la aceptación de los clientes actuales de esta organización.

2.3 Conceptualización

El presente capítulo tiene como objetivo proporcionar una definición conceptual sobre los conceptos y términos propios del tema de investigación que se trata en la presente tesis.

Tasa de descuento: factor financiero que se utiliza para calcular el valor presente de los flujos de efectivos futuros.

Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP): El Costo de Capital Promedio Ponderado (CCPP) es una medida financiera, la cual tiene el propósito de englobar en una sola cifra expresada en términos porcentuales, el costo de las diferentes fuentes de financiamiento que usará una empresa para fondar algún proyecto en específico (Ross et al., 2012).

Tasa Interna de Retorno (TIR): Tasa de descuento que hace que el valor presente neto sea cero (Ross et al., 2012).

Valor Presente Neto (VPN): Diferencia entre el valor de mercado de una inversión y su costo (Ross et al., 2012).

Apalancamiento: estrategia que se utiliza para incrementar las utilidades de tal forma que se recuperen las utilidades que se obtienen con el capital propio (Ross et al., 2012).

2.4 Instrumentos Utilizados

Para el desarrollo de la presente investigación se ha considerado desarrollar una investigación correlacional, la cual consiste en una evaluación financiera, aplicando la metodología de los criterios de evaluación de inversión descrito en este capítulo.

La recolección de datos a medir, cuantificar, procesar y analizar relacionadas con las variables mencionadas en los objetivos y preguntas de las investigaciones se realizará mediante los instrumentos de medición de los cuestionarios (encuestas).

2.5 Marco Legal

En esta sección se describe el marco jurídico cuyo ámbito de aplicación incluye a las empresas del sector privado, haciendo énfasis en la constitución jurídica y aspectos legales que intervienen en su funcionamiento.

Código del trabajo (Decreto 189-59):

Constituye un marco regulatorio para todos los temas de orden laboral y las relaciones obrero-patronales.

Código Tributario Honduras 2016 (Decreto 32-2017):

Constituye el marco legal para la política fiscal del estado y que se aplica a las empresas, en

el cual regula el tema de impuestos.

Ley marco del sistema de protección social (decreto 56-2015):

Esta ley regula el tema de la seguridad social para los empleados de las empresas opera bajo esta ley.

Sociedades comerciales (Código de comercio): crea y organiza el funcionamiento de las sociedades de personas, la sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.) y la sociedad anónima (S.A.). Establece los procedimientos para la creación o modificación de una sociedad, el rol del capital de la sociedad y de los socios o accionistas, tanto como las conductas que deben observar los administradores de las entidades -directores, gerentes y síndicos. El cumplimiento de las normas societarias le permite al emprendedor acceder más fácilmente al mercado de crédito, y garantizar los derechos de los socios.

Leyes de protección al consumidor (defensa del consumidor): permitirá saber, de antemano, evitar conductas, acciones o situaciones pueden volverle responsable de algún daño frente al consumidor del producto o servicio. Las políticas empresariales que ajustan a esta norma resultan siempre beneficiosas para la empresa al mediano y largo plazo, que de ese modo mejora la relación con el cliente, la prestación del servicio y la imagen de la marca.

Algunos permisos operacionales que se deberán solicitar o inscribir:

- Permiso para instalar rótulos.
- Permiso de operación municipal.
- Afiliación de la cámara de comercio de Tegucigalpa.
- Licencia ambiental.
- Licencia sanitaria.
- Permiso operativo y de seguridad de los bomberos.

CAPÍTULO III. METODOLOGÍA

En este capítulo se describen tipo y nivel de investigación, descripción del ámbito de la investigación, los diferentes instrumentos, técnica y procedimientos utilizados en la recolección de la información necesaria para el desarrollo del presente estudio.

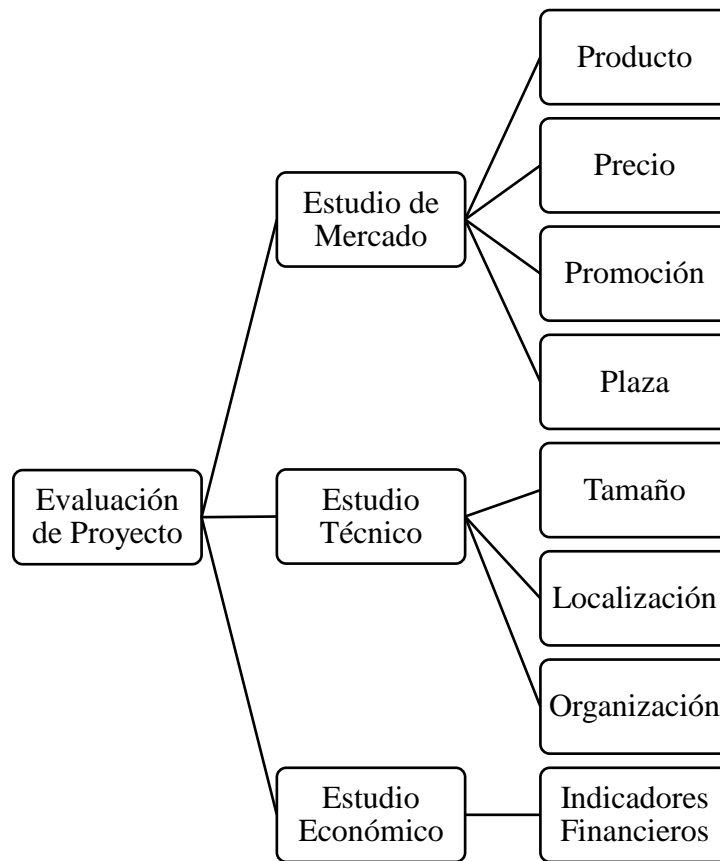


Figura 1. Esquema Metodológico del proyecto

Fuente:(Baca,2010)

Tabla 1. Operacionalización de variables.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	VARIABLE	DEFINICIÓN	DIMENSIONES	INDICADORES	PREGUNTAS
Identificar las características y necesidades de los usuarios de Futeca para un nuevo servicio de un gimnasio dentro de sus instalaciones en la ciudad de Tegucigalpa.	Sexo	Persona que vista el local, Hombre o Mujer.	Hombre o Mujer	Genero de nacimiento	P. 1
	Edad	Cantidad de años que tiene una persona.	Número de años cumplido.	Cuantos años cumplidos tiene la persona.	P. 2
	Servicio al Cliente	Funciones y característica relacionadas a satisfacer necesidades por parte de los usuarios.	Diseño del producto y servicio. Ocupación Empatía; atención especializada. Disponibilidad de tiempo.	Servicios ofrecidos al cliente. Actividades físicas en las que participa. Percepción del servicio. Disposición de tiempo para la actividad.	P. 4 P. 5 y P. 6 P. 8 y P. 9 P. 10

		Calidad del servicio.	Elementos intangibles Elementos tangibles	Ofertas a ofrecer al usuario. Personal especializado e instalaciones	P. 13 y P. 14 P. 15
	Estructura de los costos de inversión inicial.	Estructura de los costos de un gimnasio.	Nivel económico	Pago.	P. 11

3.1. Tipo y métodos de investigación

Se describe a continuación el enfoque cuantitativo, ya que se pretende determinar la factibilidad económica y financiera de la implementación del proyecto de una manera objetiva, a través de recolección y análisis de datos estadísticos y la vez obteniendo información subjetiva de fuentes principales como lo son los clientes frecuentes con los que cuenta la empresa.

3.1.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación es cuantitativa, no experimental, con diseño descriptivo, transversal y con una técnica de muestreo probabilístico.

3.1.2 Métodos de investigación

Cuantitativa: basada en la obtención de una serie de datos que permite recabar y analizar los mismos en relación a determinadas variables de inversión, para conseguir una interpretación precisa de los resultados correspondientes.

No Experimental: de forma que no se pueden manipular de forma deliberada los datos para el desarrollo de la investigación y su respectivo estudio en dentro de su ámbito natural, o sea, dentro de las instalaciones deportivas de Futeca, indagando entre causas y efectos para extraer conclusiones válidas.

Descriptivo: con el objetivo de proporcionar una imagen precisa de las características de los clientes en particular aquellos a fines o por su defecto que asisten actualmente a un gimnasio, de forma que se pueda contar y estudiar el impacto en la vida de los clientes que se relacionan con el elemento principal.

Transversal: debido que al desarrollo de la investigación está delimitado en el tiempo a realizarse en este momento determinado, el cual ofrecerá características muy útiles para describir la

prontitud con las que se valoran las variables estudiadas, manejando una muestra representativa con el fin de que se adapte a la realidad.

Muestreo probabilístico: dado que todos los clientes frecuentes, regulares y eventuales tuvieron las mismas oportunidades de ser escogidos para el desarrollo del presente estudio, evitando el sesgo y la sistematización en su selección.

El tipo y nivel de investigación descrito anteriormente está enmarcado en la siguiente ilustración donde se resalta en color verde.

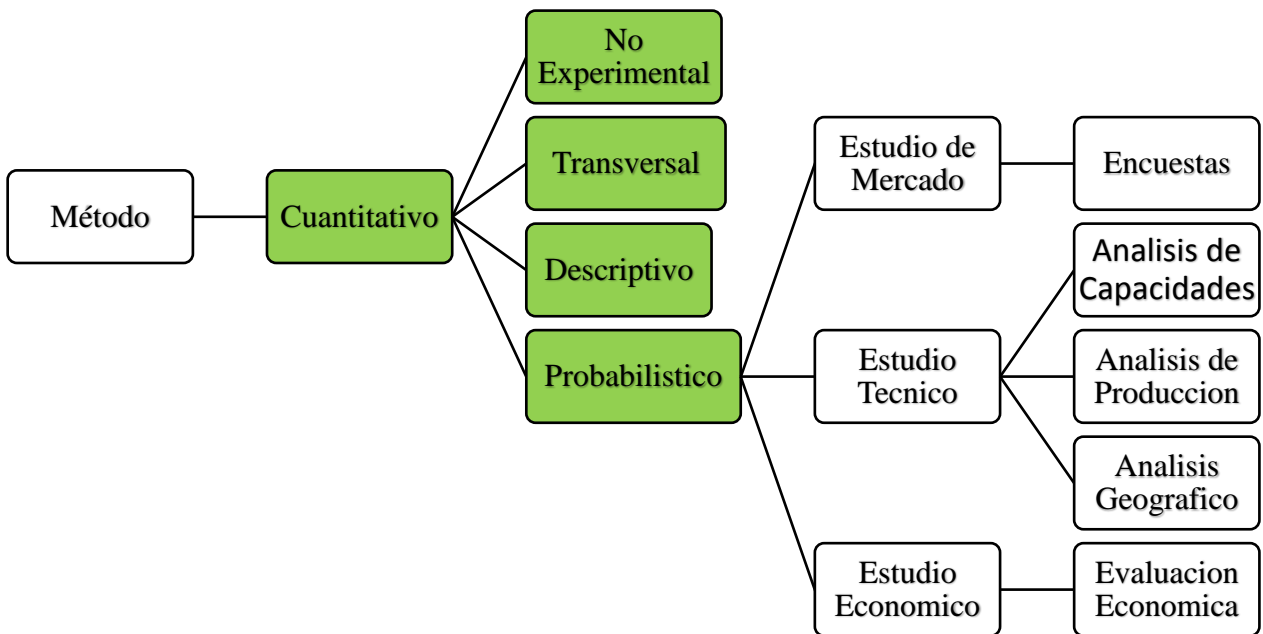


Figura 2. Diseño del esquema metodológico utilizado en el estudio

Fuente: Elaboración propia, con datos de Sampieri (2014)

3.2.1 Tamaño de la población y muestra

Tomando en consideración el dato estadístico actual de Futeca en su ingreso mensual de

25,000 clientes, aproximadamente que asisten de forma concurrente, se decidió extraer la muestra que sea representativa la cual es de trecientas ochenta y seis (386) clientes como parte de la muestra, utilizando el muestreo probabilístico, dado que la población es formidable. Quienes a través de un instrumento (encuesta) aplicadas proveen la información necesaria para tal estudio.

Para determinar el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente formula:

$$n = \frac{N}{1 + (e)^2 N}$$

n = Tamaño de la muestra

e = Margen de error (5%) = 0,05

N = Población

1 = Constante

3.2.3 Plan de recolección y procesamiento de datos

Para la recolección de datos se utilizaran fuente primaria a través de la aplicación de la técnica de encuestas dirigidas a los clientes frecuentes de la empresa Futeca.

Estos datos serán procesados mediante técnicas estadísticas básicas que permiten organizar de la mejor manera la información técnica y de mercado.

3.2.4 Análisis de los datos

Se aplicaron diversas técnicas estadísticas básicas como análisis de medidas de tendencia central, análisis de las condiciones del mercado, análisis técnico de maquinaria e instalaciones y localización, así como técnicas económicas para la proyección de estados financieros, análisis de la tasa interna de retorno (TIR), valor actual neto (VAN) y el costo promedio ponderado de capital (CPPC), para determinar la factibilidad del proyecto.

3.2.5 Elaboración del reporte de resultado

Realizando todas las etapas anteriores se construirá y culminará el estudio de pre factibilidad, que será presentado a Futeca con las conclusiones y recomendaciones respectivas.

A continuación, se muestra un flujograma del proceso seguido en la elaboración del estudio para ilustrar gráficamente la secuencia de las etapas desarrolladas desde la concepción de la idea hasta lo que será la culminación del reporte final.



Figura 3. Flujograma de las etapas de investigación

Fuente: Elaboración propia.

3.3 Instrumento, técnica y procedimientos aplicados

3.3.1 Instrumentos

Se hizo uso de cuestionarios cortos y sencillos como base para la encuesta que se aplicará a los clientes frecuentes de Futeca para conocer sus posiciones sobre el mercado y aceptación de un gimnasio. Ver anexo 1.

3.3.2 Técnica

Con el objetivo de recolectar los datos y la información más relevante para la elaboración de este estudio, será necesaria la aplicación y realización de la siguiente técnica:

3.3.3 Encuesta

Se elaboró una encuesta de 16 preguntas; cerradas y algunas de selección múltiple o en escalas, para conocer las necesidades primordiales de los clientes de la empresa Futeca y si estarían interesados en la prestación de los servicios de un nuevo gimnasio en las instalaciones deportivas de Futeca.

3.3.4 Procedimientos

En primera fase se discutió con el asesor metodológico de este estudio sobre el entendimiento y estructura de la encuesta a aplicar a la muestra seleccionada, una vez aprobadas, se procedió a la elaboración de un documento en físico para brindarles acceso a la encuesta a las personas definidas con el fin de obtener la información consultada.

3.3.5 Fuentes de información

Durante el desarrollo de este estudio se buscó, definió y utilizó diversas fuentes de información, las cuales fueron necesarias para proporcionar una base teórica, sólida y consistencia al documento, entre ellas las siguientes:

3.3.6 Fuentes primarias

Las fuentes de información primarias serán las encuestas, que se deberán aplicar a los clientes frecuentes de Futeca.

3.3.7 Fuentes secundarias

Dentro de las fuentes secundarias, se utilizaras versiones tanto físicas como electrónicas de libros de texto, investigaciones científicas, tesis, artículos de revista, informes estadísticos, informes técnicos, directorios, catálogos y demás estudios a los cuales se deberá buscar el acceso durante las diferentes etapas de la investigación y que deberán proporcionar el sustento requerido al estudio.

CAPÍTULO IV. RESULTADOS Y ANÁLISIS

Este capítulo aborda la descripción y análisis de los datos obtenidos a través de los instrumentos y técnicas utilizadas, así como el análisis de las condiciones y requerimientos con los que se puede desarrollar el proyecto, presentados en la forma del estudio de mercado, técnico y financiero.

4.1 Resultados y análisis de la encuesta

4.1.1 Resultados

Los resultados de la encuesta aplicada a clientes de las instalaciones deportivas de Futeca se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 2. Resultado de encuesta final

Pregunta	Opciones de respuesta	Número de respuestas	Porcentaje
1. ¿Sexo?	1.1 Mujeres	129	33.4%
	1.2 Hombres	257	66.6%
2. ¿Edad?	2.1 Menor de 18	46	11.9%
	2.2 Entre 19-25	126	32.6%
	2.3 Entre 26 a 35	121	31.3%
	2.5 Entre 36 a 45	73	18.9%
	2.6 Mayor de 45	20	5.2%
3. ¿Cuál es el motivo de su visita a las instalaciones de Futeca?	3.1 Partido de futbol	228	59.1%
	3.2 Acompañando a un familiar/amigo	156	40.4%
4. ¿De qué manera conoció la existencia del servicio que ofrece Futeca?	4.1 Publicidad en TV	13	3.4%
	4.2 Publicidad en Prensa	31	8.0%
	4.3 Redes sociales	55	14.2%
	4.4 Recomendación	242	62.7%

Continuación de Tabla 2. Resultados de encuestas final

Pregunta	Opciones de respuesta	Número de respuestas	Porcentaje
5. ¿Qué otro deporte/actividad física adicional al fútbol realiza o practica?	5.1 Natación	71	18.4%
	5.2 Basquetbol	50	13.0%
	5.3 Voleibol	35	9.1%
	5.4 Ciclismo	27	7.0%
	5.5 Boxeo	17	4.4%
	5.6 Musculación (Gym)	69	17.9%
6. ¿Alguna vez ha estado inscrito en un gimnasio?	6.1. Si	216	56.0%
	6.2. No	166	44.0%
7. ¿Cuánto tiempo ha estado inscrito en un gimnasio?	7.1 De 1 a 3 meses	60	15.5%
	7.2 De 3 a 6 meses	53	13.7%
	7.3 De 6 a 12 meses	57	14.8%
	7.4 Más de una año	43	11.1%
8. ¿Emita una valoración de cuales seria las razones importantes para escoger un gimnasio?	8.1 Que este muy cerca de mi casa	120	51.8%
	8.2 Que este cerca de mi trabajo	82	46.9%
	8.3 Que tenga las mejores instalaciones	134	54.1%
	8.4 Que tenga un horario amplio	150	51.8%
	8.5 Seguridad (parqueo, cámaras, etc.)	150	54.7%
	8.6 El precio	171	50.5%
9. ¿Valore la importancia por el cual sería miembro permanente de un gimnasio?	9.1 Salud	171	56.2%
	9.2 Adelgazar	98	56.2%
	9.3 Preparación física	54	49.7%
	9.4 Recuperación o rehabilitación	37	39.9%
	9.5 Hacer amigos	63	42.0%
	9.6 Por ocupar tiempo libre	63	44.6%

Continuación de Tabla 2. Resultados de encuestas final

Pregunta	Opciones de respuesta	Número de respuestas	Porcentaje
10. ¿Cuál es el horario de su preferencia?	10.1 De 5am a 12m	53	13.7%
	10.2 De 12m a 6pm	39	10.1%
	10.3 De 6pm a 10pm	162	42.0%
11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de forma mensual por el uso del servicio de un gimnasio?	11.1 De L. 750 a L. 1,500	230	59.6%
	11.2 De L. 1,500 a L. 2,000	18	4.7%
	11.3 De L. 2,000 a 3,000	3	.8%
12. ¿Con cuántas personas o amistades asistiría a un gimnasio?	12.1 Una persona	34	8.8%
	12.2 Dos persona	92	23.8%
	12.3 Tres personas	49	12.7%
	12.4 Cuatro o más personas	45	11.5%
13. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que le ofreciera el gimnasio?	13.1 Descuentos	100	25.9%
	13.2 Matricula gratis	93	24.1%
	13.3 Sorteos	20	5.2%
	13.4 Precios especiales por grupo	40	10.4%
14. ¿Cuál de las siguientes actividades les gustaría que el gimnasio le ofreciera?	14.1 Aerobics	88	22.8%
	14.2 Maquinas	92	23.8%
	14.3 Spinning	15	3.9%
	14.4 Gymboxing	25	6.5%
	14.5 Zumba	19	4.9%
15. ¿Qué haría que se cambiara o inscribiera en un u otro gimnasio?	15.1 Sus instalaciones	178	75.9%
	15.2 Entrenadores personalizados	144	74.1%
	15.3 Un mejor equipamiento	182	74.4%
	15.4 Una mejor ubicación	169	67.9%
	15.5 El precio	204	67.9%
	15.6 Familiares o amistades	93	62.7%

	15.7 Promociones	185	71.0%
--	------------------	-----	-------

Continuación de Tabla 2. Resultados de encuestas final

Pregunta	Media
16. ¿En una escala del 1 al 10, que probabilidad hay de que usted sea parte del nuevo gimnasio de Futeca?	6.67

4.2 Resultados y análisis de encuestas

En esta sección se realizó el análisis de los resultados obtenidos en la encuesta, destacando los principales resultados.

1. Sexo

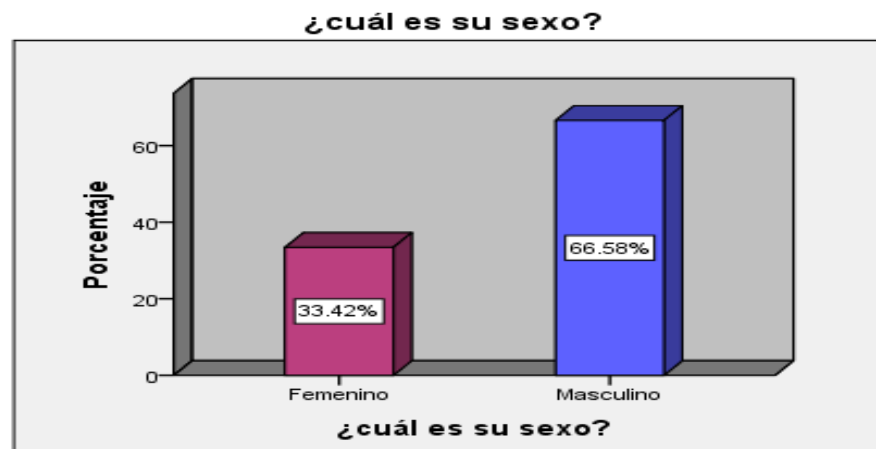
Tabla 3. Sexo

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Femenino	33.4	33.4	33.4
	Masculino	66.6	66.6	100.0
	Total	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 3. Sexo



Análisis e interpretación:

Podemos concretar que la mayor parte de los encuestados son hombres con una cantidad de 257 que es el 66.58% y 129 mujeres que es el 33.42%. Con esta información se determina que la inversión mayoritaria será en la adquisición de maquinaria de musculación.

2.

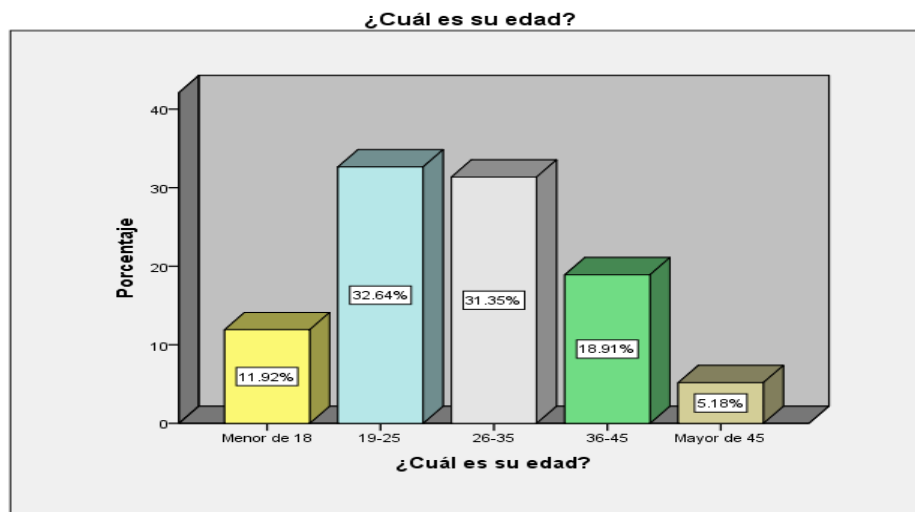
Tabla 4. Edad

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Menor de 18	11.9	11.9	11.9
	19-25	32.6	32.6	44.6
	26-35	31.3	31.3	75.9
	36-45	18.9	18.9	94.8
	Mayor de 45	5.2	5.2	100.0
	Total	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 4. Edad



Análisis e interpretación:

El gráfico demuestra que las edades de los encuestados se encuentran entre el rango de 19 a 45 años, siendo el porcentaje de 82,09%. Esta información es importante porque se puede determinar qué tipo de generación es a la que se le ofrecerá el producto, ya que según las edades la oferta del servicio varía, y el ambiente tiene que ser del agrado de ellos, el total que se encuentra entre estas edades es de 320.

3.

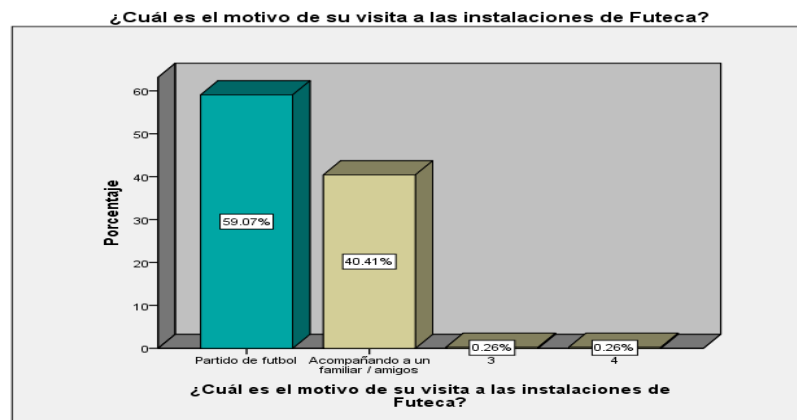
Tabla 5. Motivo de la visita

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Partido de futbol	59.1	59.1	59.1
	Acompañando a un familiar / amigos	40.4	40.4	99.5
	3	.3	.3	99.7
	4	.3	.3	100.0
	Total	100.0	100.0	

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 5. Motivo de la visita



Análisis e interpretación:

El gráfico refleja que el 59.07% de las personas que visitan las instalaciones de Futeca, lo hacen para practicar el deporte de futbol. Y el 40.41% solamente acompañan a un amigo o familiar. Esta información es importante porque uno de los propósitos es poder ofrecer otros servicios múltiples a través del gimnasio, a las personas que acompañan a sus familiares o amigos ya que tienen un tiempo ocio y sería llamativo utilizarlo realizando ejercicios, sin perder de vista que las personas que asisten a realizar futbol son también clientes potenciales ya que es el mayor porcentaje que consiste en 228 personas del total de los encuestados.

4.

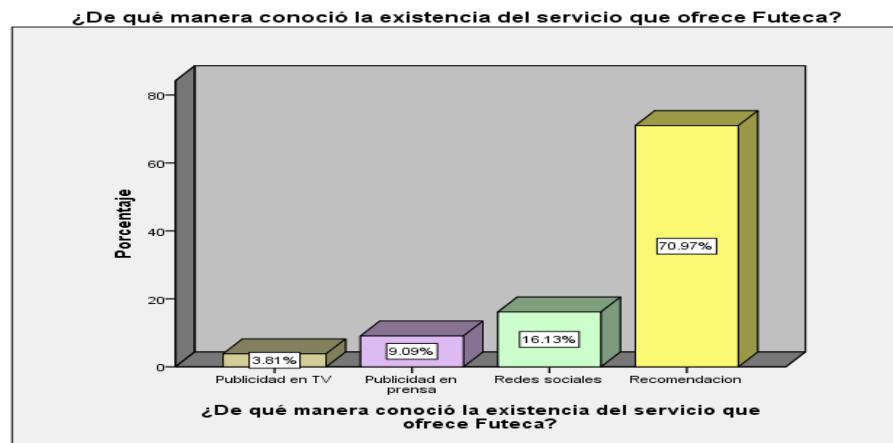
Tabla 6. De qué manera conoció la existencia de los servicios que ofrece Futeca

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Publicidad en TV	3.4	3.8	3.8
	Publicidad en prensa	8.0	9.1	12.9
	Redes sociales	14.2	16.1	29.0
	Recomendación	62.7	71.0	100.0
	Total	88.3	100.0	
Perdidos	Sistema	11.7		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 6. De qué manera conoció la existencia de los servicios que ofrece Futeca



Análisis e interpretación:

El gráfico demuestra que los encuestados se dieron cuenta de los servicios de Futeca, por medio de recomendación de otros amigos o familiares, siendo el porcentaje de 70.97%. Así que permitirá poder conocer cuál es la mejor manera para poder publicitar el proyecto del gimnasio, y poder orientar la inversión de publicidad de una manera efectiva, dando como resultado que la cantidad de 242 personas se dieron cuenta de los servicios por medio de una recomendación.

5.

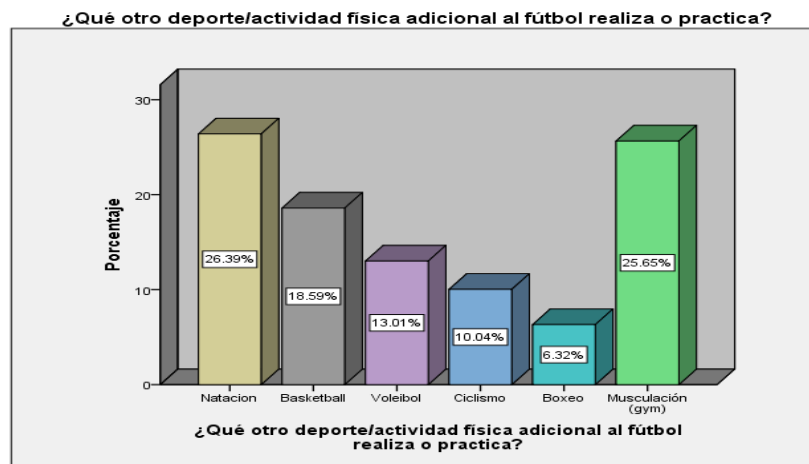
Tabla 7. Qué otro deporte/actividad física adicional al fútbol realiza o practica

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Natación	18.4	26.4	26.4
	Basquetbol	13.0	18.6	45.0
	Voleibol	9.1	13.0	58.0
	Ciclismo	7.0	10.0	68.0
	Boxeo	4.4	6.3	74.3
	Musculación (Gym)	17.9	25.7	100.0
	Total	69.7	100.0	
Perdidos	Sistema	30.3		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 7. Qué otro deporte/actividad física adicional al fútbol realiza o practica



Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que de los encuestados hay un porcentaje de 26.39% que practican natación y un 26.65% practican Musculación, siendo estos los deportes más practicados de los encuestados. Esta información es importante para poder determinar si dentro de los encuestados hay personas que practican otro deporte y cuales se pueden adicionar a gimnasio.

6.

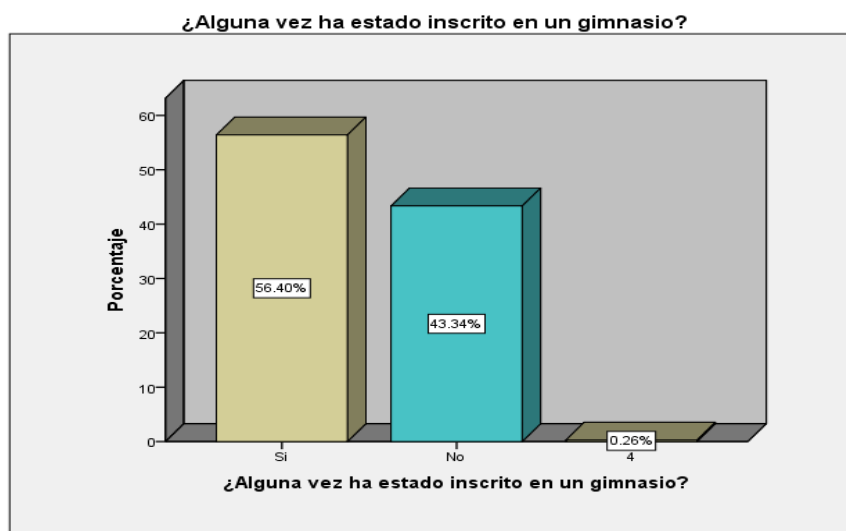
Tabla 8. Alguna vez ha estado inscrito en un gimnasio

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Si	56.0	56.4	56.4
	No	43.0	43.3	99.7
	4	.3	.3	100.0
	Total	99.2	100.0	
Perdidos	Sistema	.8		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 8. Alguna vez ha estado inscrito en un gimnasio



Análisis e interpretación:

El gráfico nos demuestra que el 56.4% de los encuestados ya han estado inscritos en un gimnasio, y que el 43.34% no. Esta información da como resultado que 216 si han tenido la experiencia de haber estado en un gimnasio y 166 no, lo que ayuda a poder determinar la inversión que se tiene que realizar para poder ofrecer un mejor servicio del que ya han recibido y de esta manera causar en ellos el interés de ser parte del gimnasio en Futeca.

7.

Tabla 9. Cuánto tiempo ha estado inscrito en un gimnasio

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	1 a 3 meses	15.5	27.8	27.8
	3 a 6 meses	13.7	24.5	52.3
	6 a 12 meses	14.8	26.4	78.7
	Más de un año	11.1	19.9	98.6
	5	.8	1.4	100.0
	Total	56.0	100.0	
Perdidos	Sistema	44.0		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 9. Cuánto tiempo ha estado inscrito en un gimnasio



Análisis e interpretación:

El gráfico demuestra que los mayores tiempos en los cuales las personas han estado inscritos en un gimnasio es de 1 a 3 meses el 27.78%, 3 a 6 meses 24.54%, de 6 a 12 meses 26.39%, más de un año 19.91%. Esta información es para poder determinar el mayor tiempo en el cual los encuestados han estado inscritos en un gimnasio, así poder ofrecer al inicio promociones de inscripción que beneficien a los usuarios y de esta manera dar a conocer el gimnasio, los resultados dan a conocer que el mayor porcentaje se encuentra entre 1 a 12 meses siendo el total de 170 personas de 216.

8.1

Tabla 10. Emita una valoración de cuáles serían las razones más importantes para escoger un gimnasio.

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2.8	5.5	5.5
	Bajo	3.1	6.0	11.5
	Medio	7.5	14.5	26.0
	Alto	7.3	14.0	40.0
	Muy alto	31.1	60.0	100.0
	Total	51.8	100.0	
Perdidos	Sistema	48.2		
Total		100.0		

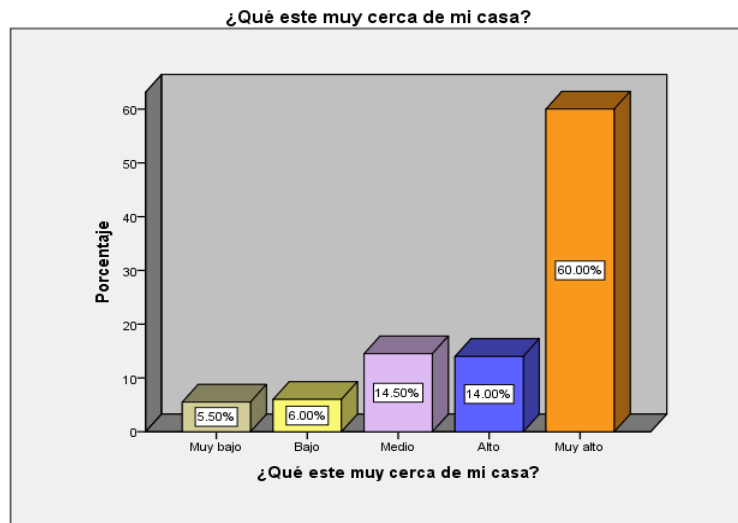
Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 10. ¿Que este cerca de la casa?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que el 60% de los encuestados consideran que la cercanía del gimnasio es importante para escoger y ser parte de él. Esta información ayuda a determinar que la ubicación del local es estratégica, por lo cual se



considera una ventaja que el gimnasio se construya en este local, ya que es céntrico y muy fácil de llegar, y para los encuestados el 60% considera muy importante que este cerca de sus casas.

8.2

Tabla 11. Emita una valoración de cuáles serían las razones más importantes para escoger un gimnasio.

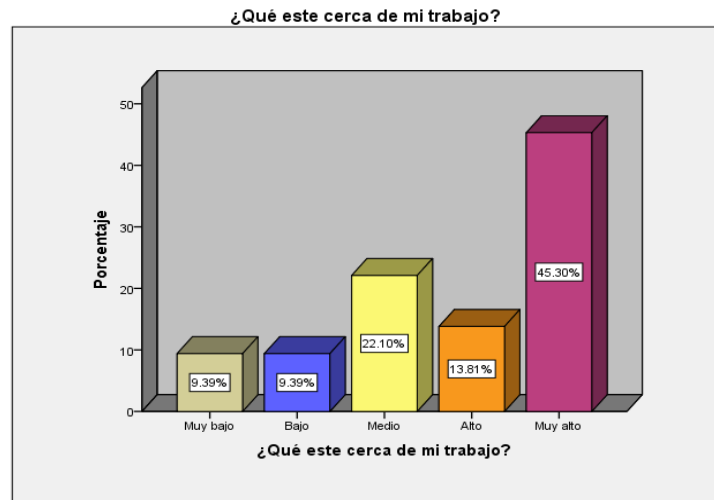
		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	4.4	9.4	9.4
	Bajo	4.4	9.4	18.8
	Medio	10.4	22.1	40.9
	Alto	6.5	13.8	54.7
	Muy alto	21.2	45.3	100.0
	Total	46.9	100.0	
Perdidos	Sistema	53.1		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.
Elaboración: El autor

Gráfico 11. ¿Qué este cerca de mi trabajo?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que el 45.3% de los encuestados consideran que la cercanía del gimnasio de sus trabajos es importante para escoger ser parte de él. Esta información ayuda a determinar que para algunas personas



es muy importante que las instalaciones del gimnasio este cerca del trabajo, por lo cual se considera que este tipo de personas utilizarían el servicio antes de ingresar y después de salir de sus trabajos.

8.3

Tabla 12. Emita una valoración de cuáles serían las razones más importantes para escoger un gimnasio.

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2.3	4.3	4.3
	Bajo	1.3	2.4	6.7
	Medio	6.0	11.0	17.7
	Alto	9.8	18.2	35.9
	Muy alto	34.7	64.1	100.0
	Total	54.1	100.0	
	Perdidos	Sistema	45.9	
Total		100.0		

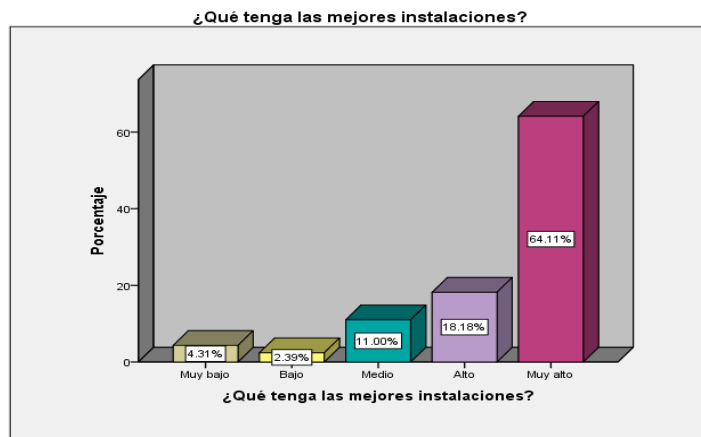
Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 12. ¿Qué tenga las mejores instalaciones?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que para escoger un gimnasio es muy importante las condiciones de sus instalaciones, siendo el porcentaje de 64.11% de los encuestados que lo



afirman. Esta información ayuda a analizar el tipo de inversión que se debe de realizar en cuanto a las instalaciones, ya que juega un papel muy importante para los clientes, se puede ver demostrado en el resultado que afirma que 172 de 209 encuestados que respondieron a esta pregunta consideran importante las instalaciones.

8.4

Tabla 13. Emita una valoración de cuáles serían las razones más importantes para escoger un gimnasio.

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	.8	1.5	1.5
	Bajo	.8	1.5	3.0
	Medio	2.3	4.5	7.5
	Alto	9.1	17.5	25.0
	Muy alto	38.9	75.0	100.0
	Total	51.8	100.0	
Perdidos	Sistema	48.2		
Total		100.0		

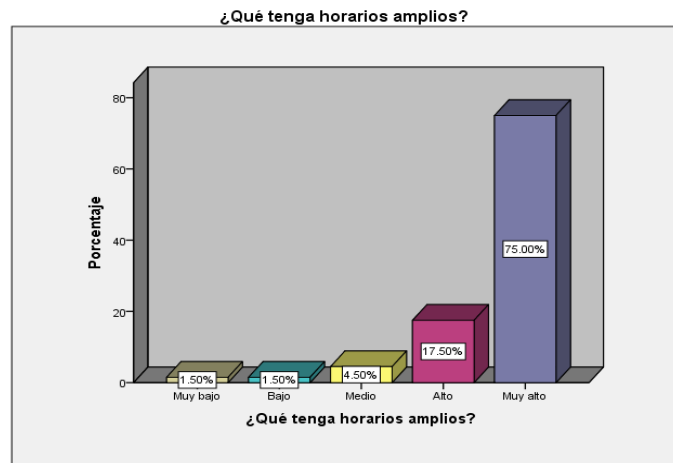
Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 13. ¿Qué tenga horarios amplios?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que el 75% de los encuestados consideran que para escoger un gimnasio son muy importantes los horarios que ofrecen. Esta información ayuda a identificar que al momento de apertura el proyecto del gimnasio se debe



de tomar muy en cuenta que debe de ofrecerse horarios flexibles para sus clientes ya que los encuestados dan a conocer que esto es indispensable, es por ello que el resultado es de 185 de 200 personas que respondieron esta pregunta afirman lo anterior.

8.5

Tabla 14. ¿Seguridad (parqueo, acceso biométrico, cámaras, etc.)?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1.8	3.3	3.3
	Bajo	1.6	2.8	6.2
	Medio	2.6	4.7	10.9
	Alto	8.8	16.1	27.0
	Muy alto	39.9	73.0	100.0
	Total	54.7	100.0	
Perdidos	Sistema	45.3		
Total		100.0		

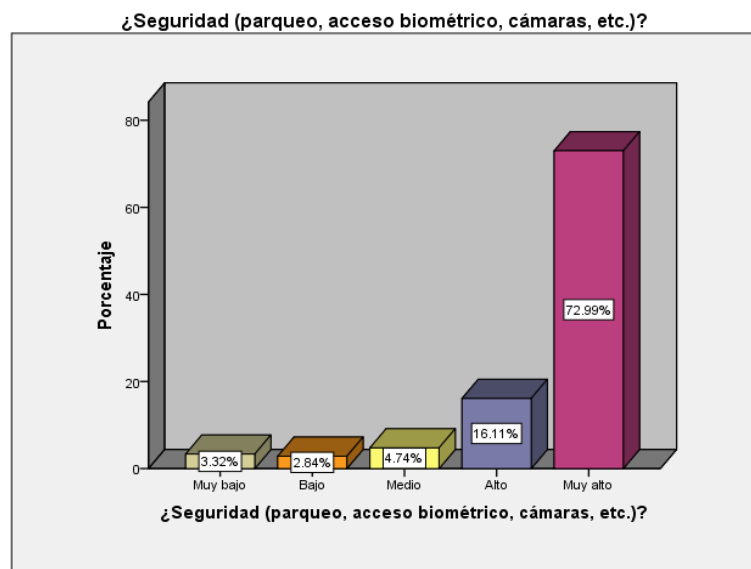
Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 14. ¿Seguridad (parqueo, acceso biométrico, cámaras, etc.)?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que los encuestados consideran muy importante la seguridad siendo el porcentaje de 72.99%. Esta información ayuda a poder determinar la inversión que se debe tener en cuanto a la



seguridad, ya que en la actualidad las personas buscan estar en un lugar seguro, es por ello que los resultados afirman que para los encuestados la seguridad juega un papel muy importante siendo 198 de 211 de los que respondieron a esta pregunta.

8.6

Tabla 15. ¿El precio?

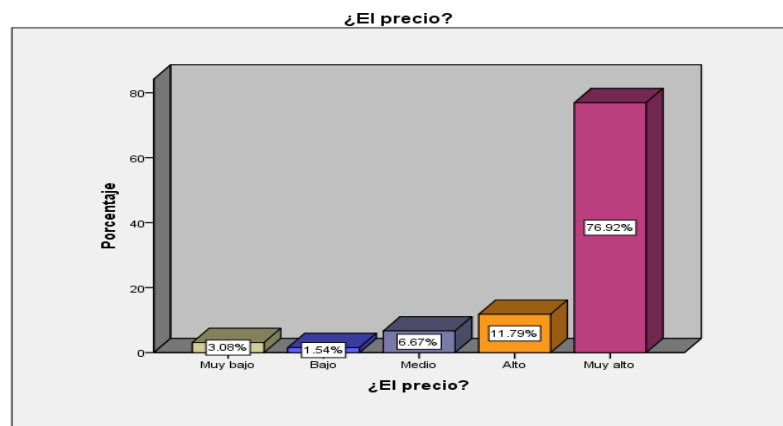
		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1.6	3.1	3.1
	Bajo	.8	1.5	4.6
	Medio	3.4	6.7	11.3
	Alto	6.0	11.8	23.1
	Muy alto	38.9	76.9	100.0
	Total	50.5	100.0	
	Perdidos	Sistema	49.5	
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.
Elaboración: El autor

Gráfico 15. ¿El precio?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que los encuestados consideran muy importante el precio siendo el porcentaje de 76.92%. Esto ayuda a identificar que para la apertura



del proyecto se debe considerar que el precio juega un papel muy importante siendo este el porcentaje más alto que es de 186 de 195 que respondieron a esta pregunta.

9.1

Tabla 16. ¿Salud?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2.3	4.1	4.1
	Bajo	.3	.5	4.6
	Medio	2.1	3.7	8.3
	Alto	7.3	12.9	21.2
	Muy alto	44.3	78.8	100.0
	Total	56.2	100.0	
Perdidos	Sistema	43.8		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

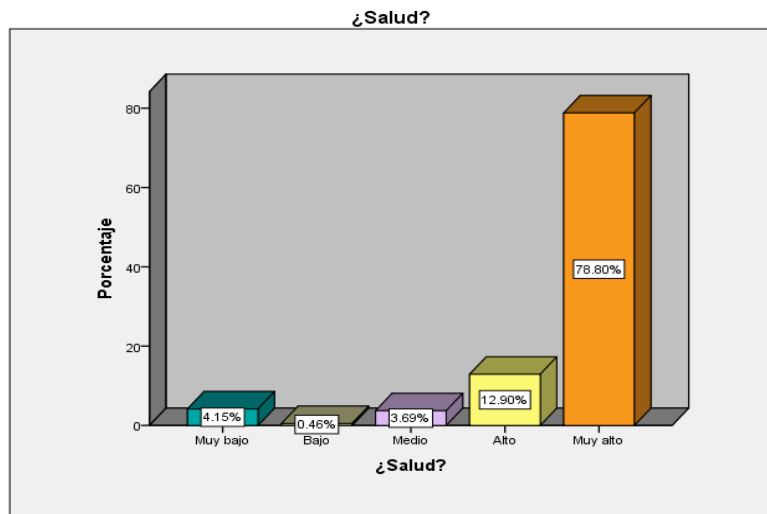
Gráfico 16. ¿Salud?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que los encuestados consideran que el motivo por el cual es importante asistir a un gimnasio es la salud siendo el porcentaje de 78.80%.

Este grafico muestra el interés de las personas en poder realizar

actividades físicas que les permita mantenerse saludables, por lo cual se identifica que este proyecto está basado en poder satisfacer esta necesidad, es por ello que el resultado que es de 207 de 217 que respondieron esta pregunta demuestran la necesidad de mantenerse saludable realizando actividades físicas.



9.2

Tabla 17. ¿Adelgazar?

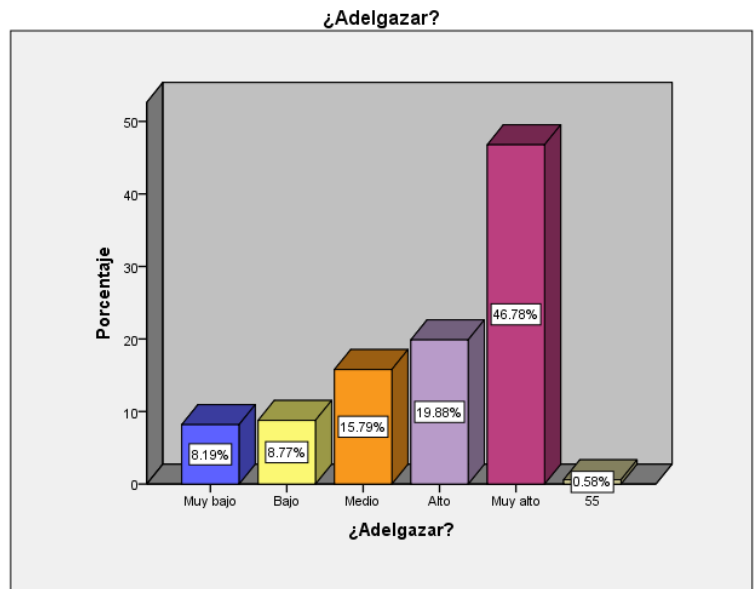
		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2.3	4.1	4.1
	Bajo	.3	.5	4.6
	Medio	2.1	3.7	8.3
	Alto	7.3	12.9	21.2
	Muy alto	44.3	78.8	100.0
	Total	56.2	100.0	
Perdidos	Sistema	43.8		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.
Elaboración: El autor

Gráfico 17. ¿Adelgazar?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que los encuestados consideran que el motivo por el cual es importante ser miembro de un gimnasio es por adelgazar siendo el porcentaje de 46.78%. Los resultados muestran que para los encuestados es importante realizar ejercicios para



poder adelgazar, por lo cual ayuda que al momento de apertura de este proyecto se debe considerar ofrecer servicios completos con dietas para que los usuarios logren sus objetivos de adelgazar, siendo el resultado de 199 de 217 personas encuestadas.

9.3

Tabla 18. ¿Preparación física (musculación, rendimiento, competencia)?

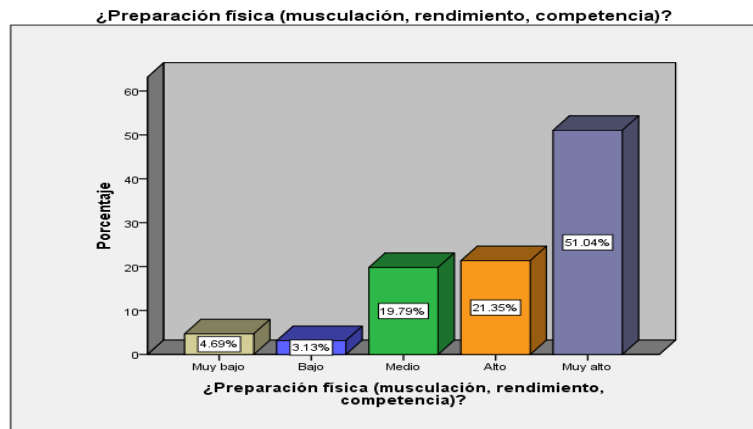
		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2.3	4.7	4.7
	Bajo	1.6	3.1	7.8
	Medio	9.8	19.8	27.6
	Alto	10.6	21.4	49.0
	Muy alto	25.4	51.0	100.0
	Total	49.7	100.0	
Perdidos	Sistema	50.3		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.
Elaboración: El autor

Gráfico 18. ¿Preparación física (musculación, rendimiento, competencia)?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que los encuestados consideran que el motivo por el cual es importante asistir a un gimnasio es por preparación física siendo el porcentaje de 51.04%. Esta



información es importante para determinar qué tipo de ejercicios se deben ofrecer al momento de dar inicio a este proyecto y que tipo de máquinas se deben de obtener para que el objetivo de los clientes que es el de tener una preparación física se pueda llevar a cabo, siendo el resultado de 142 de 192 encuestados.

9.4

Tabla 19. ¿Recuperar o rehabilitarse de un problema físico?

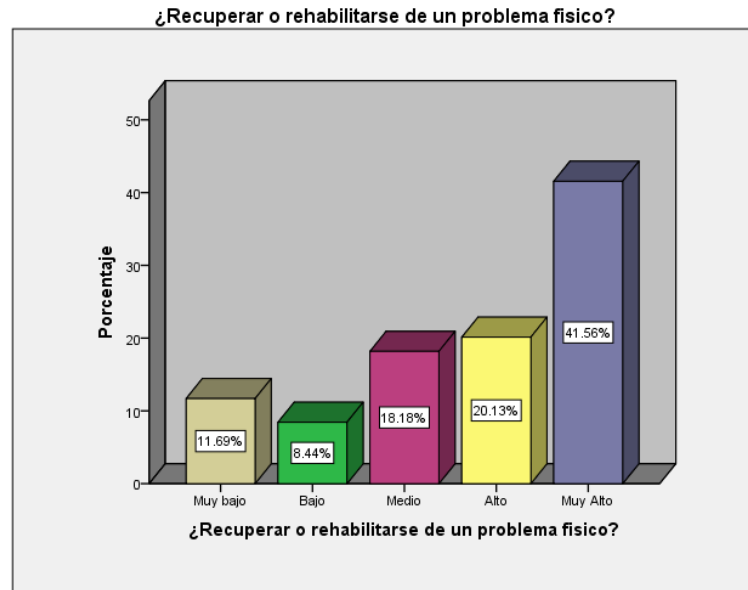
		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	4.7	11.7	11.7
	Bajo	3.4	8.4	20.1
	Medio	7.3	18.2	38.3
	Alto	8.0	20.1	58.4
	Muy Alto	16.6	41.6	100.0
	Total	39.9	100.0	
Perdidos	Sistema	60.1		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.
Elaboración: El autor

Gráfico 19. ¿Recuperar o rehabilitarse de un problema físico?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que los encuestados consideran que el motivo por el cual es importante asistir a un gimnasio es por rehabilitarse de un problema físico siendo el porcentaje de 41.56%. Esta información ayuda a poder determinar los tipos de



instructores que se tienen que contratar para poder satisfacer esta necesidad de los usuarios.

9.5

Tabla 20. ¿Hacer amigos?

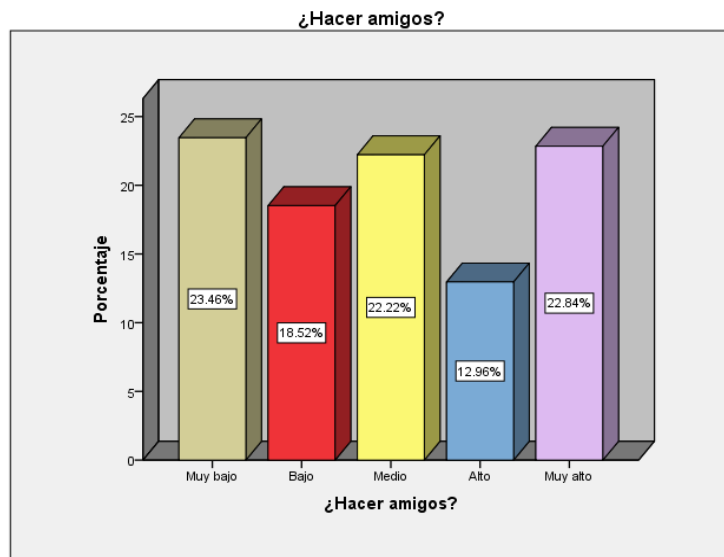
		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	9.8	23.5	23.5
	Bajo	7.8	18.5	42.0
	Medio	9.3	22.2	64.2
	Alto	5.4	13.0	77.2
	Muy alto	9.6	22.8	100.0
	Total	42.0	100.0	
Perdidos	Sistema	58.0		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.
Elaboración: El autor

Gráfico 20. ¿Hacer amigos?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que los encuestados consideran que el motivo por el cual es importante asistir a un gimnasio es por hacer amigos siendo el porcentaje de 22.84%. Esto es importante para poder determinar qué tipo de



ambiente se tiene que promover al momento de dar inicio al gimnasio, dando a todos los usuarios un ambiente agradable, sin embargo hay un porcentaje que no considera que la importancia de asistir a un gimnasio sea por hacer amigos siendo este porcentaje de 23.46%

9.6

Tabla 21. ¿Por ocupar tiempo libre?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	7.0	15.7	15.7
	Bajo	6.2	14.0	29.7
	Medio	8.0	18.0	47.7
	Alto	7.0	15.7	63.4
	Muy alto	16.3	36.6	100.0
	Total	44.6	100.0	
Perdidos	Sistema	55.4		
Total		100.0		

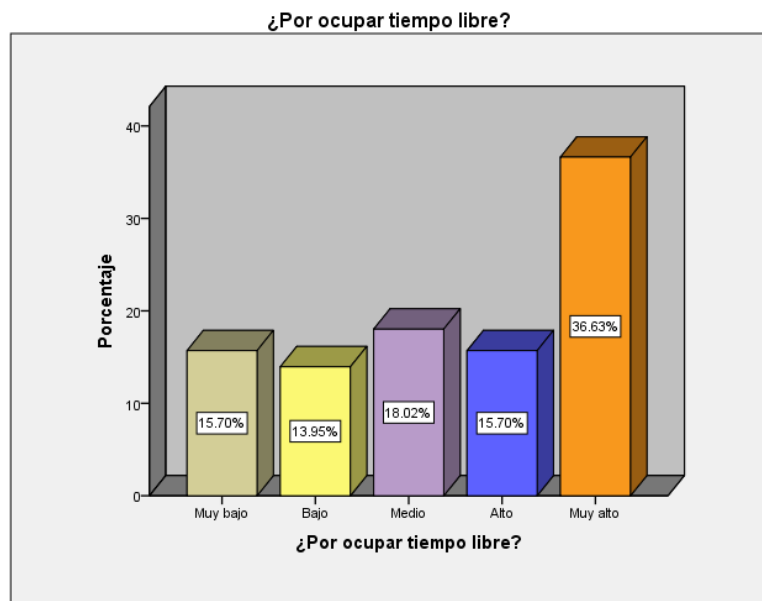
Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 21. ¿Por ocupar tiempo libre?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que los encuestados consideran que el motivo por el cual es importante asistir a un gimnasio es por hacer amigos siendo el porcentaje de 36.63%. Esta información es muy importante ya que ayuda a poder determinar la cantidad de personas



que estarían en el gimnasio por ocupar un tiempo libre, a lo cual este proyecto también trata de satisfacer.

10.

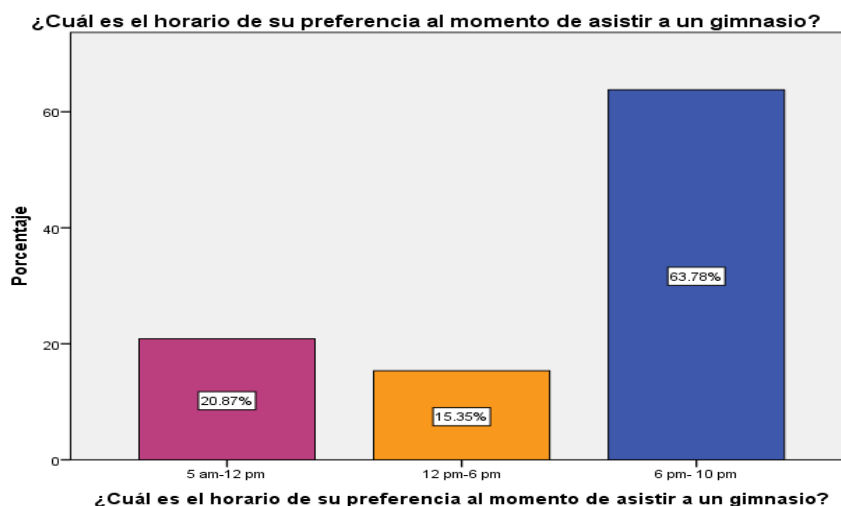
Tabla 22. Cuál es el horario de su preferencia al momento de asistir a un gimnasio

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	5 am-12 pm	13.7	20.9	20.9
	12 pm-6 pm	10.1	15.4	36.2
	6 pm- 10 pm	42.0	63.8	100.0
	Total	65.8	100.0	
Perdidos	Sistema	34.2		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 22. Cuál es el horario de su preferencia al momento de asistir a un gimnasio



Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que los encuestados consideran que el horario de su preferencia es de 6 pm a 10 pm siendo el porcentaje de 63.78%. Esta información es muy valiosa ya que ayuda a poder determinar cuáles son los horarios en que las personas asistirían al gimnasio, por lo cual se tendrá que tomar en cuenta en la inversión a realizar y en la contratación del personal que asistirá en las diferentes jornadas.

11.

Tabla 23. Cuánto estaría dispuesto a pagar de forma mensual por el uso del servicio de un gimnasio

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De 750 a 1,500	59.6	91.6	91.6
	De 1,500 a 2,000	4.7	7.2	98.8
	De 2,000 a 3,000	.8	1.2	100.0
	Total	65.0	100.0	
Perdidos	Sistema	35.0		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.

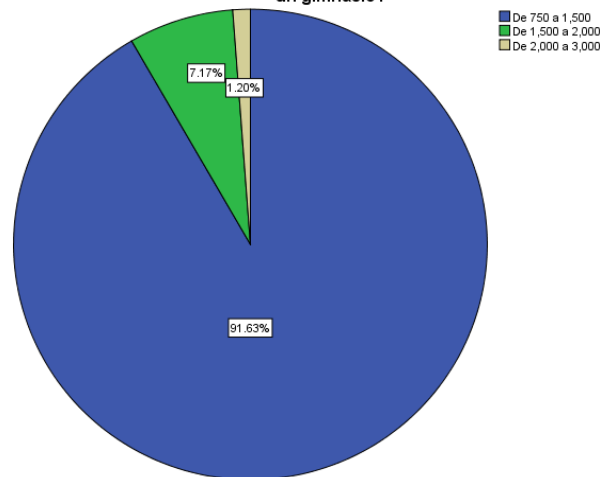
Elaboración: El autor

Gráfico 23. Cuánto estaría dispuesto a pagar de forma mensual por el uso del servicio de un gimnasio

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que los encuestados consideran que la cantidad a pagar es de L750 a L1,500 siendo el porcentaje del 91.63%. Esta información es importante para poder determinar los precios que deberán de ofertarse para ser miembro del

¿cuánto estaría dispuesto a pagar de forma mensual por el uso del servicio de un gimnasio?



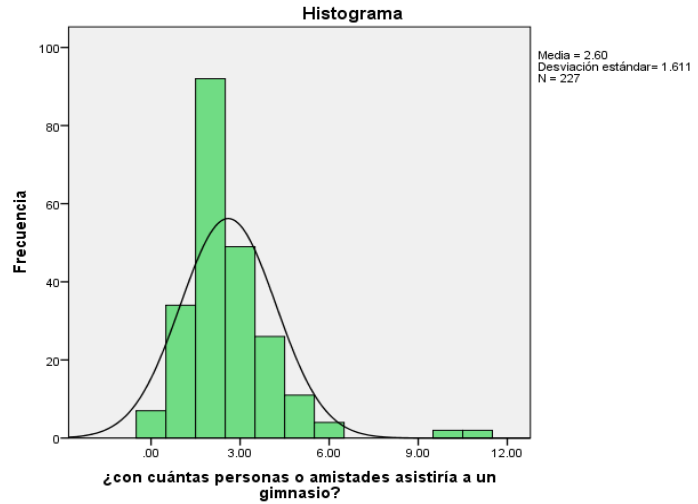
gimnasio, al mismo tiempo ayuda a determinar la continuidad del negocio y poder identificar la tasa de retorno de la inversión.

12.

Gráfico 24. Con cuántas personas o amistades asistiría a un gimnasio

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que la media de personas con las que asistiría los encuestados al gimnasios es de dos, correspondiente a una proporción de un 41.4% de la muestra. Esta información ayuda a determinar los



clientes potenciales que tendría el gimnasio, al mismo tiempo ayudaría a conocer qué tipo de inversión se debe de realizar en cuanto al local, para sí poder ofrecer un servicio de calidad a los usuarios.

13.

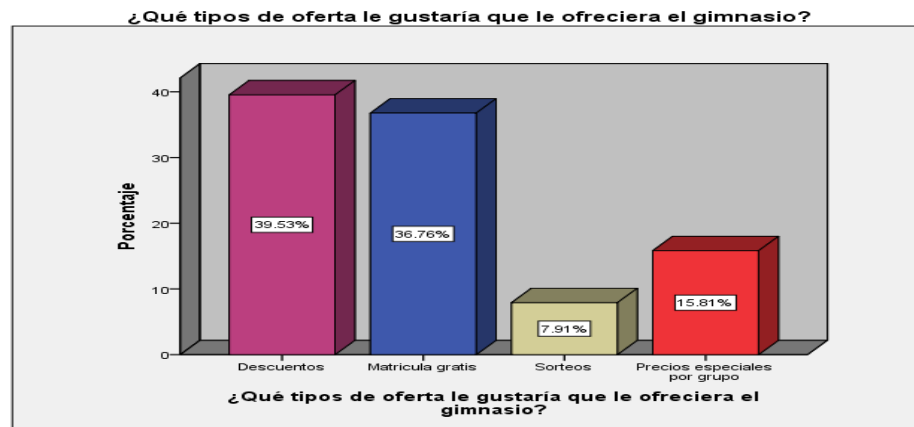
Tabla 24. Qué tipos de oferta le gustaría que le ofreciera el gimnasio

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Descuentos	25.9	39.5	39.5
	Matricula gratis	24.1	36.8	76.3
	Sorteos	5.2	7.9	84.2
	Precios especiales por grupo	10.4	15.8	100.0
	Total	65.5	100.0	
Perdidos	Sistema	34.5		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 25. Qué tipos de oferta le gustaría que le ofreciera el gimnasio



Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que los encuestados prefieren tener como oferta los descuentos siendo el porcentaje de 39.53% y la matricula gratis que es de 36.76%. Esta información ayuda a determinar qué tipo de ofertas desean los clientes y que se deben de considerar al momento del inicio del proyecto, también ayuda a poder realizar una mejor publicidad y aceptación del servicio ofrecido.

14.

Tabla 25. Cuál de las siguientes actividades le gustaría que el gimnasio ofreciera

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Aerobics	22.8	36.8	36.8
	Maquinas	23.8	38.5	75.3
	Spinning	3.9	6.3	81.6
	Gymboxing	6.5	10.5	92.1
	Otros	4.9	7.9	100.0
	Total	61.9	100.0	
Perdidos	Sistema	38.1		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 26. Cuál de las siguientes actividades le gustaría que el gimnasio ofreciera



Análisis e interpretación:

El gráfico muestra los resultados que las personas desean que se les ofreciera los servicios de aerobics que tiene un porcentaje del 36.82% y el de máquinas que tiene el porcentaje de 38.49%. Esta información es muy importante porque ayuda a poder determinar qué tipo de servicios son los que desea el cliente y que tipo de personal se tiene que contratar para poder atender a los usuarios, al mismo tiempo ayuda a identificar qué tipo de construcción se debe de realizar para poder atender a los usuarios, y tener aéreas específicas de aerobics y de máquinas ya que son las dos actividades que más les gustaría realizar a los clientes potenciales.

15.1

Tabla 26. Qué haría que se cambiara o inscribiera en un u otro gimnasio

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3.1	4.1	4.1
	Bajo	2.1	2.7	6.8
	Medio	9.1	11.9	18.8
	Alto	15.5	20.5	39.2
	Muy alto	46.1	60.8	100.0
	Total	75.9	100.0	
Perdidos	Sistema	24.1		
Total		100.0		

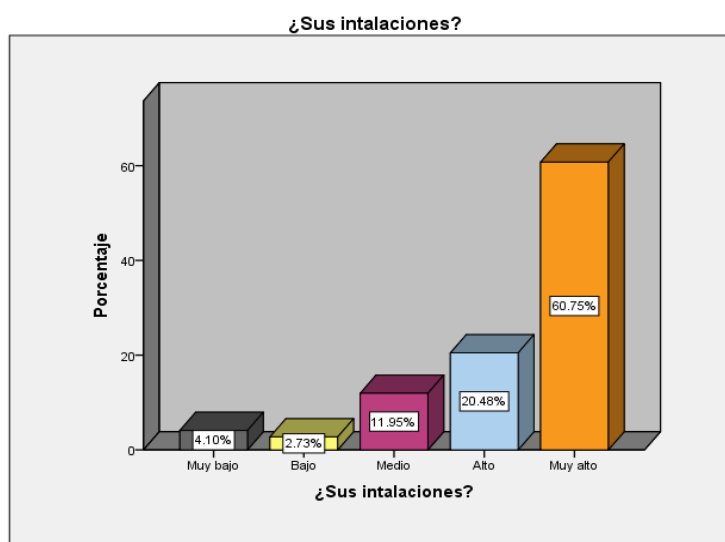
Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 27. Qué haría que se cambiara o inscribiera en un u otro gimnasio

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que para cambiar de gimnasio es muy importante las instalaciones, siendo el porcentaje de 60.75% de los encuestados que lo afirman. Esta información ayuda a analizar el tipo de inversión que se debe de realizar



en cuanto a las instalaciones, ya que juega un papel muy importante para los clientes, se puede ver demostrado en el resultado que afirma que 238 de 293 encuestados que respondieron a esta pregunta consideran importante las instalaciones.

15.2

Tabla 27. ¿Entrenadores personalizados?

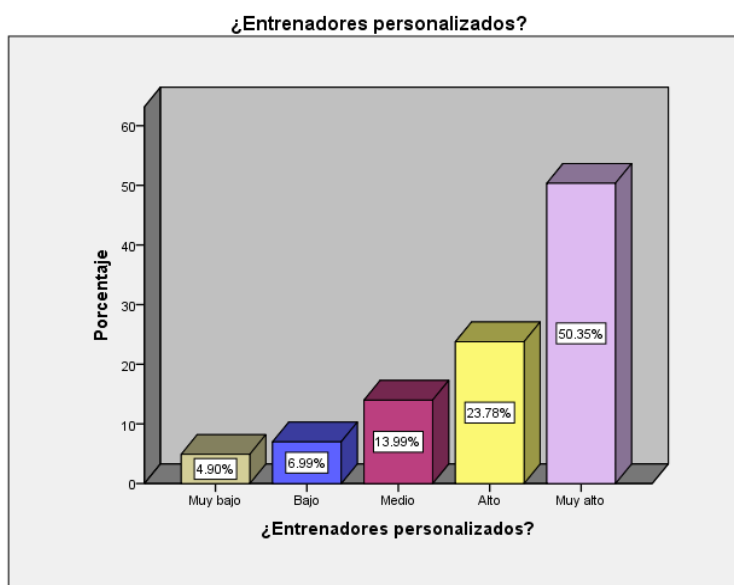
		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	3.6	4.9	4.9
	Bajo	5.2	7.0	11.9
	Medio	10.4	14.0	25.9
	Alto	17.6	23.8	49.7
	Muy alto	37.3	50.3	100.0
	Total	74.1	100.0	
Perdidos	Sistema	25.9		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.
Elaboración: El autor

Gráfico 28. ¿Entrenadores personalizados?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que los encuestados consideran que para cambiar de gimnasio es muy importante el servicio que les prestan con respecto a los instructores, el porcentaje es de 50.35% que consideran que esto si



es importante. Esta información ayuda a poder conocer la inversión que se debe de realizar en cuanto a los instructores que tendrá el gimnasio, y que tipo de preparación tendrán que tener para así ofrecer un servicio de calidad y una atención personalizada a los usuarios.

15.3 Qué haría que se cambiara o inscribiera en un u otro gimnasio

Tabla 28. ¿Un mejor equipamiento?

		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	.5	.7	.7
	Bajo	2.1	2.8	3.5
	Medio	7.3	9.8	13.2
	Alto	17.4	23.3	36.6
	Muy alto	47.2	63.4	100.0
	Total	74.4	100.0	
Perdidos	Sistema	25.6		
Total		100.0		

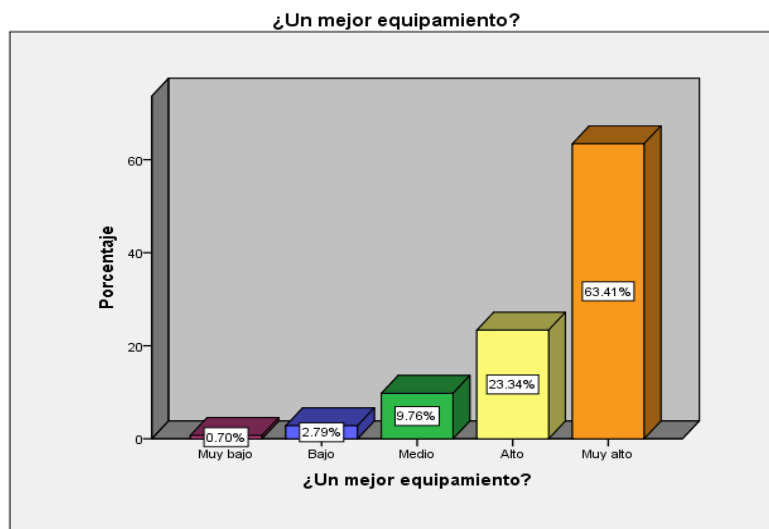
Fuente: Encuesta.

Elaboración: El autor

Gráfico 29. ¿Un mejor equipamiento?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que los encuestados consideran que para cambiar de gimnasio es muy importante el servicio que les prestan con respecto al equipamiento, el porcentaje es de 63.41% que consideran que esto



si es importante. Este resultado es importante para poder determinar cuál es la inversión que se debe de realizar en cuanto a la compra de la maquinaria, la cual debe de ser de una tecnología de punta para así poder satisfacer positivamente a los usuarios, y atraer a los demás.

15.4

Tabla 29. ¿Una mejor ubicación?

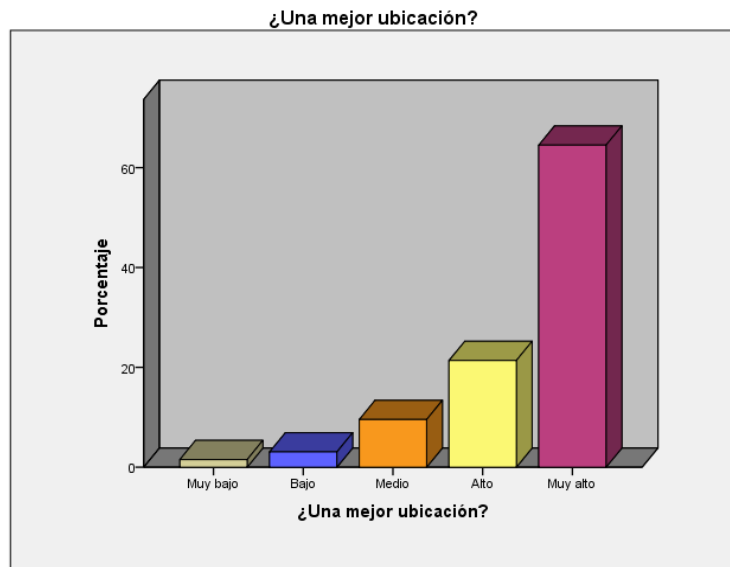
		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1.0	1.5	1.5
	Bajo	2.1	3.1	4.6
	Medio	6.5	9.5	14.1
	Alto	14.5	21.4	35.5
	Muy alto	43.8	64.5	100.0
	Total	67.9	100.0	
Perdidos	Sistema	32.1		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.
Elaboración: El autor

Gráfico 30. ¿Una mejor ubicación?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que 225 de 262 de los encuestados consideran que la ubicación del gimnasio es importante para cambiar ser parte del de Futeca. Esta información ayuda a determinar que la ubicación del local es estratégica, por lo cual se considera una ventaja que el gimnasio se construya en este local, ya que es céntrico y muy fácil de llegar.



15.5

Tabla 30. ¿El precio?

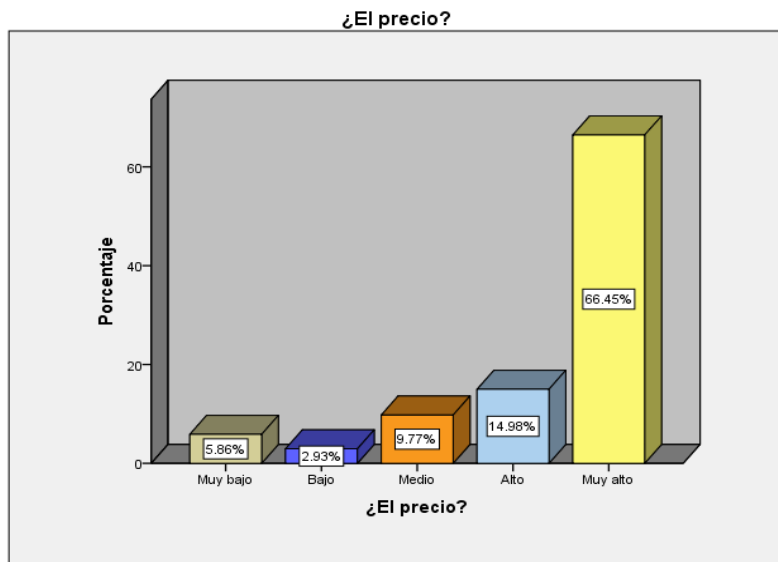
		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1.0	1.5	1.5
	Bajo	2.1	3.1	4.6
	Medio	6.5	9.5	14.1
	Alto	14.5	21.4	35.5
	Muy alto	43.8	64.5	100.0
	Total	67.9	100.0	
Perdidos	Sistema	32.1		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.
Elaboración: El autor

Gráfico 31. ¿Una mejor ubicación?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que los encuestados consideran muy importante el precio para cambiar de gimnasio siendo el porcentaje de 66.45%. Esto ayuda a identificar que para la apertura del proyecto se debe



considerar que el precio juega un papel muy importante siendo este el porcentaje más alto que es de 250 de 300 que respondieron a esta pregunta, al mismo tiempo ayuda a identificar cual es el precio con el cual se tiene que competir en el mercado.

15.6

Tabla 31. ¿Familiares o amistades?

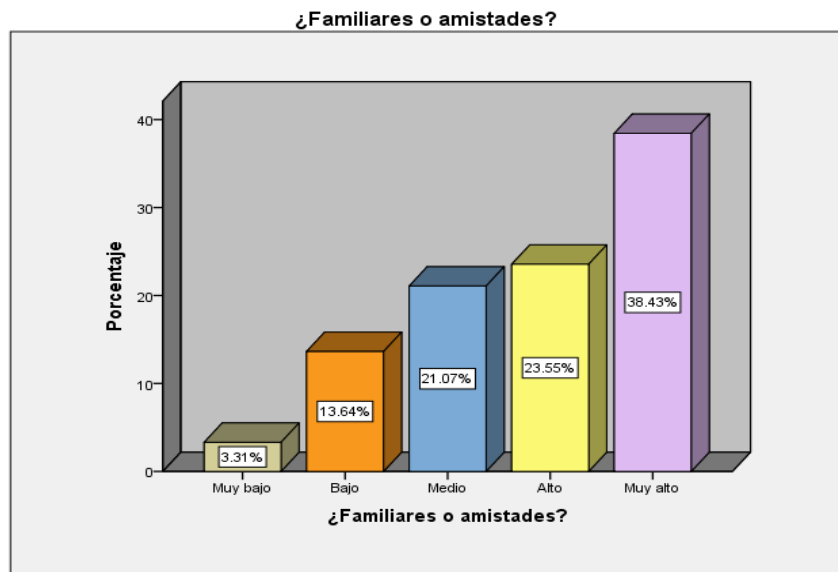
		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	2.1	3.3	3.3
	Bajo	8.5	13.6	16.9
	Medio	13.2	21.1	38.0
	Alto	14.8	23.6	61.6
	Muy alto	24.1	38.4	100.0
	Total	62.7	100.0	
Perdidos	Sistema	37.3		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.
Elaboración: El autor

Gráfico 32. ¿Familiares o amistades?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que la familia y las amistades son una razón muy importante al momento de tomar la decisión de cambiar de gimnasio, siendo el porcentaje de 38.43%. Esto ayuda a



comprender como se debe de mercadear al momento de realizar la publicidad, para lograr captar la mayoría de clientes.

15.7

Tabla 32. ¿Promociones?

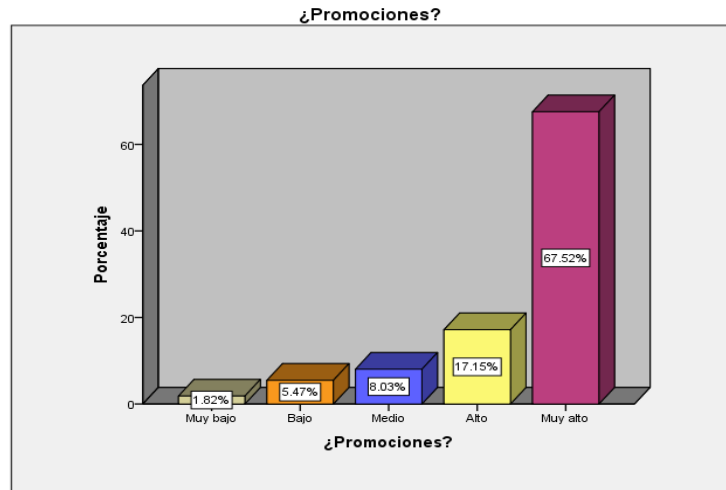
		Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy bajo	1.3	1.8	1.8
	Bajo	3.9	5.5	7.3
	Medio	5.7	8.0	15.3
	Alto	12.2	17.2	32.5
	Muy alto	47.9	67.5	100.0
	Total	71.0	100.0	
Perdidos	Sistema	29.0		
Total		100.0		

Fuente: Encuesta.
Elaboración: El autor

Gráfico 33. ¿Promociones?

Análisis e interpretación:

El gráfico muestra que los encuestados consideran que para poder cambiar de gimnasio las promociones juegan un papel muy importante, siendo el porcentaje de 67.52%. Estos resultados ayudan a determinar los



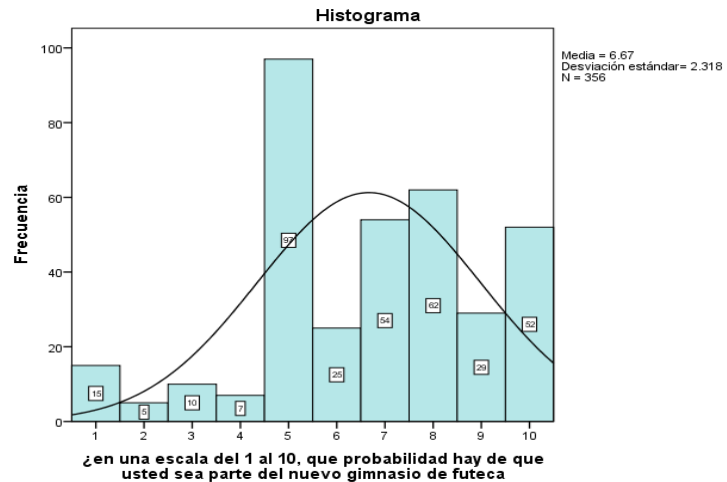
tipos de promociones que se deben considerar para poder mantener a los clientes y al mismo tiempo atraer a los otros de la competencia

16.

Gráfico 34. En una escala del 1 al 10, qué probabilidad hay de que usted sea parte del nuevo gimnasio de Futeca

Análisis e interpretación:

En una escala del 1 al 10 la media de persona que calificó la posibilidad de asistir al gimnasio de Futeca es de 6.67, calificación que indica una aceptación mayor de rechazo a la aceptación del nuevo



servicio planteado y hay una proporción de 27.25% que están en duda.

4.3 Propuesta

Estudio de factibilidad para la creación de un gimnasio dentro de las instalaciones deportivas de Futeca para sus clientes actuales.

4.3.1 Introducción

La siguiente propuesta pretende documentar las condiciones y la factibilidad para desarrollar el proyecto de la creación de un gimnasio que pertenecerá a las instalaciones deportivas de la empresa Futeca, el cual se denominara bajo el nombre o marca Futeca Sport Gym, como parte interesada en la idea.

4.3.2 Descripción de la propuesta

Este apartado muestra los segmentos que componen la propuesta realizada a la empresa Futeca para la creación del Futeca Sport Gym.

4.3.3 Estudio de Mercado

Para el estudio de mercado el ámbito será un enfoque hacia sus clientes, en primer lugar frecuentes; los cuales asisten como acompañantes y disponen de un tiempo muerto durante su visita, en segundo lugar; clientes que asisten con el fin de un partido de fútbol en su horario respectivo, los cuales tendrán la opción de realizar la parte del ejercicio como el cardio durante su hora de futbol y por consiguiente disponer de las instalaciones de un gimnasio para su musculación y por último; clientes externos que demandan de los servicios de un gimnasio.

4.3.3.1 Demanda

Como método de proyección de la demanda se utiliza el método de encuestas de clientes, las cuales serán aplicadas a ellos de forma específica a los que acuden a las instalaciones de la empresa. Los clientes frecuentes son quienes manejan información, por lo tanto, el presente estudio se enfocara en las personas que continúan visitando la empresa.

4.3.3.2 Mercado demandante

En este apartado detallaremos en una tabla organizada, el mercado al cual va dirigido la prestación de servicios de cuyo gimnasio requiere clientes según:

Tabla 33. Matriz del mercado demandante

Descripción	Segmento
Sexo	Hombres y Mujeres
Edad	18 años a 55 años
Nivel Socioeconómico	Media baja (D+), Media (C) y Media alta (C+)
Nivel educación	Superior (pregrado y postgrado).
Zona de ubicación	Res. El Trapiche, con accesos de zona oriente, centro y sur de la capital.

Fuente: Elaboración propia.

4.3.3.3 Comercialización del servicio

Como punto importante para la determinación de los aspectos, herramientas y canales de comercialización de los servicios a prestar por parte del gimnasio, mediante un presupuesto publicitario mensual, concebidos a través de las siguientes denominaciones:

Tabla 34. Métodos de comercialización del servicio

Herramienta	Descripción
Tecnológico	Redes sociales; Facebook e Instagram
Publicidad	Cuñas radiales mediante canje
Marketing social	Influencias de medios televisivos y del deporte de fisiculturismo.
Corporativos	Paquetes con precios preferenciales para grupos de empresas.

Fuente: Elaboración propia.

4.3.3.4 Producto principal

El producto principal o la venta de los servicios con los cuales contara el gimnasio, serán válidos mediante una membresía o matrícula inicial, seguido de la elección del paquete a adquirir el potencial cliente, entre ellos son:

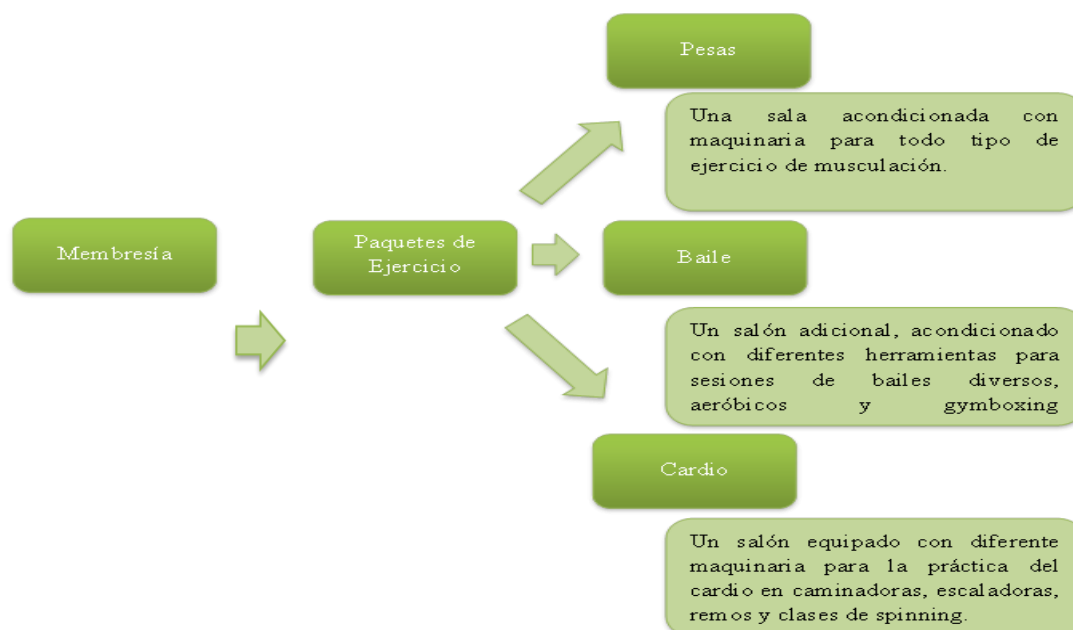


Figura 4. Diseño de la escala de los productos principales.

Fuente: Elaboración propia, con datos de Pasaca (2004).

4.3.3.5 Productos complementarios

Tomando en cuenta que la práctica del ejercicio como deporte necesita de complementos tales como productos básicos en hidratación y energizantes hasta productos como suplementos basados en química y orgánicos, se contara con un espacio para suplir diferentes necesidades de los clientes.

4.3.3.6 Servicio

La nueva empresa ofrecerá al mercado del Distrito Central los servicios de Baile (incluidos rutinas de aeróbicos y clases de gymboxing), máquinas de acondicionamiento físico y cardio debido a los resultados obtenidos por la aplicación de la encuesta en donde se determinó los gustos y preferencias que tiene el cliente, tanto las mujeres como los hombres, los cuales seleccionaron la gran diversidad de ejercicios que existen específicamente para cada género, reflejados en la pregunta N° 14, detallada en la tabla número 26.

La clientela será atendida por instructores profesionales que indicarán los ejercicios que podrán ser ejecutados y en qué cantidad para cada uno de los demandantes, esta empresa tendrá un horario de atención de 5:00 am a 10:00 pm a excepción de sábados y domingos que será un menor horario, con la rotación alternando los instructores en el gimnasio mientras de lunes a viernes y con horarios diferenciados para los fines de semana.

Antes de iniciar con el goce de los servicios de acondicionamiento físico, baile y cardio, los clientes pasaran por una recepción donde un administrador se encargara del debido proceso de inscripción y cobro según el paquete convenido.

4.3.3.7 Logotipo



Grafico 36. Logotipo Futeca Gym

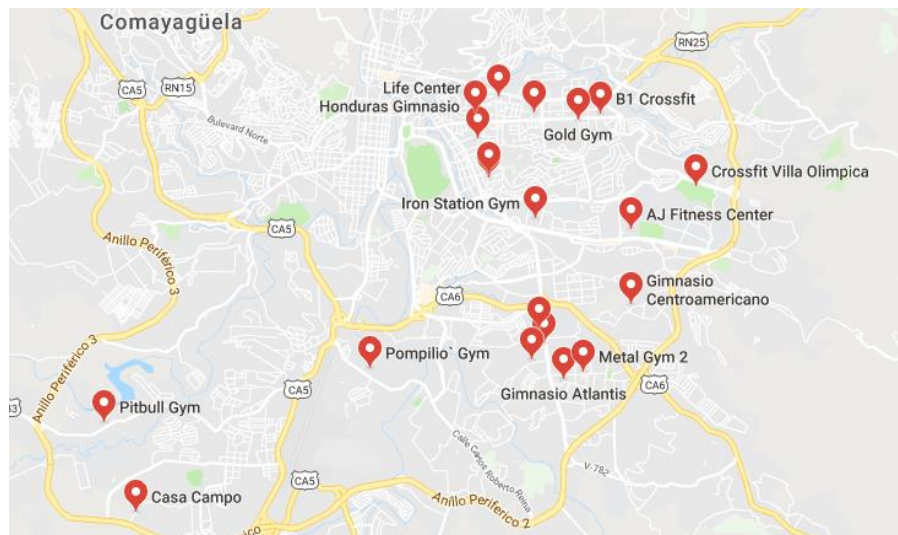
Fuente: sitio web, futecasportgym.com

4.3.3.8 Análisis de la oferta

La determinación de la oferta se encuentra en función de los servicios en similitud que se ofrecen de forma aledaña al complejo deportivo de Futeca, pero cabe recalcar que en la cercanía a la ubicación del proyecto, existen diversos centros que brinde este tipo de servicio, por ende, si existe la oferta de un servicio de gimnasio para la población.

4.3.3.9 Análisis de la competencia

Podemos señalar de manera de cuantificar y describir aquellos competidores con una similitud en servicios de gimnasios, por lo cual se detallaran y de forma precisa por cercanía o



similitud los competidores efectivos, se descartaran aquellos que no forman parte de una competencia cercana o directa:

Figura 5. Competencia

Fuente: Google maps

Dado que anteriormente se graficó mediante un mapa la localización de todos aquellos gimnasios competidores, a continuación se describen los competidores efectivos:

1. AJ Fitness Center
2. Cybex Center
3. Iron Station
4. Casa Campo
5. Gol's Gym
6. Country Gym
7. Be Fit

4.3.3.10 Estrategia de penetración de mercado

Una vez considerado los principales competidores del presente proyecto para la implementación de un gimnasio dentro de las instalaciones deportivas de Futeca, se establece mecánicamente la implementación de estrategias y promociones con el fin de dar a conocer los nuevos servicios a prestar y de manera de acaparar todo aquel mercado potencial, las siguientes estrategias:

- Inscripción o matrícula gratis para grupos de más de 3 personas.
- Inscripción o matrícula individual gratis al pagar un año completo por anticipado.

4.3.3.11 Determinación del precio

La cantidad monetaria por cada una de los paquetes en servicios a promover por parte del

gimnasio.

Es importante establecer un precio que sea justo para el cliente, es por ello que se lo determinará mediante los resultados obtenidos por las encuestas que fueron aplicadas a la muestra obtenida de los clientes de Futeca, la información del estudio de mercado relacionado a los precios, establecieron una fluctuación por el servicio de gimnasio al mes, este análisis conjuntamente con la determinación de costos nos ayudaran a la fijación del precio final, el mismo se muestra a continuación:

ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS	
MATRICULA (PRECIO MENSUAL)	L500.00
PAQUETE: PESAS + CARDIO + LOCKERS	L1,200.00
PAQUETE: PESAS + CARDIO + BAILE + LOCKERS	L1,600.00

Figura 6. Establecimiento de precios.

Fuente: Elaboración propia con dato del estudio técnico y financiero.

4.3.4 Estudio Técnico

En el caso de dicho estudio, el ámbito a investigar es; todos los aspectos relacionados con la adquisición de maquinaria para el gimnasio, esto incluye los detalles del proceso de cotización, compras de materiales de oficina, equipos de entretenimientos, maquinaria principal, ubicación y tamaño del proyecto para la empresa Futeca Gym.

Según Chain (2007), nos da a conocer que el objetivo del estudio técnico que se hace dentro de la viabilidad económica de un proyecto, y al cual se refiere este capítulo, es netamente financiero. Es decir, calcula los costos, inversiones y beneficios derivados de los aspectos técnicos o de la ingeniería del proyecto. Para ello, en este estudio se busca determinar las características de la composición óptima de los recursos que harán que la producción de un bien

o servicio se logre eficaz y eficientemente. Para esto, se deberán examinar detenidamente las opciones tecnológicas que es posible implementar, así como sus efectos sobre las futuras inversiones, costos y beneficios. El resultado de este estudio puede tener mayor incidencia que cualquier otro en la magnitud de los valores que se incluirán para la evaluación. Por tal motivo, cualquier error que se cometa podrá tener grandes consecuencias sobre la medición de la viabilidad económica.

Se ha tomado otro concepto importante del estudio técnico el cual nos indica que este estudio tiene como objetivo determinar los requerimientos de recursos básicos para el proceso de producción, considera los datos proporcionados por el estudio de mercado para efectos de determinación de tecnología adecuada, espacio físico, y recursos humanos (Pasaca, 2004).

4.3.4.1 Tamaño y localización

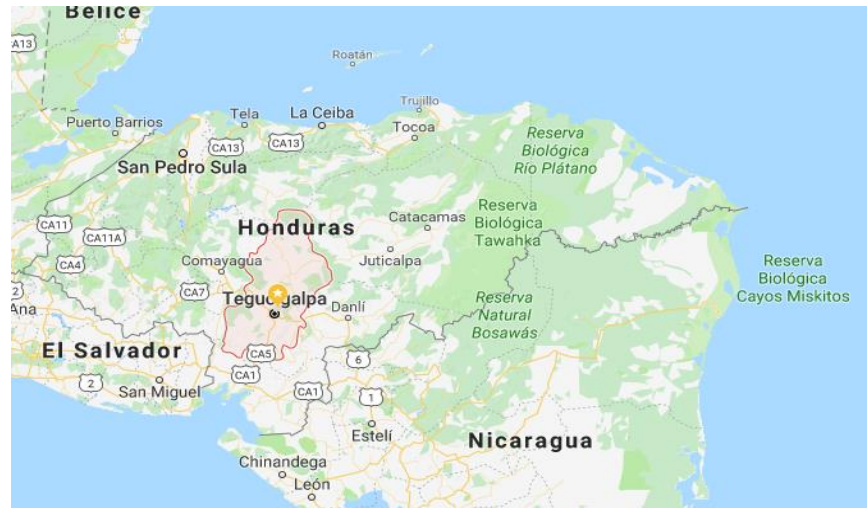
4.3.4.1.1 Tamaño

Haciendo mención a la capacidad de producción que tendrá la empresa durante el periodo de tiempo de funcionamiento considerado normal para la naturaleza del proyecto del cual se trata, refiriéndose a la capacidad instalada y midiéndose en unidades producidas por año.

Para determinar adecuadamente el tamaño de la planta se ha considerado aspectos fundamentales como: la demanda proyectada, la capacidad a instalar y utilizar, el abastecimiento de materia prima, la tecnología disponible, la necesidad de la mano de obra.

4.3.4.1.2 Localización

El plantel actual de Futeca se localiza en el departamento de Francisco Morazán, Distrito Central, en los terrenos aledaños a las oficinas regionales de la Empresa Nacional de Energía Eléctrica (ENEE) y el



Instituto de la Propiedad (IP) que son propiedad de la empresa inmobiliaria Isula, el terreno es adecuado y es apto para el funcionamiento de la nuevo proyecto.

Figura 7. Mapa de ubicación del departamento de Francisco Morazán.

Fuente: Google maps.

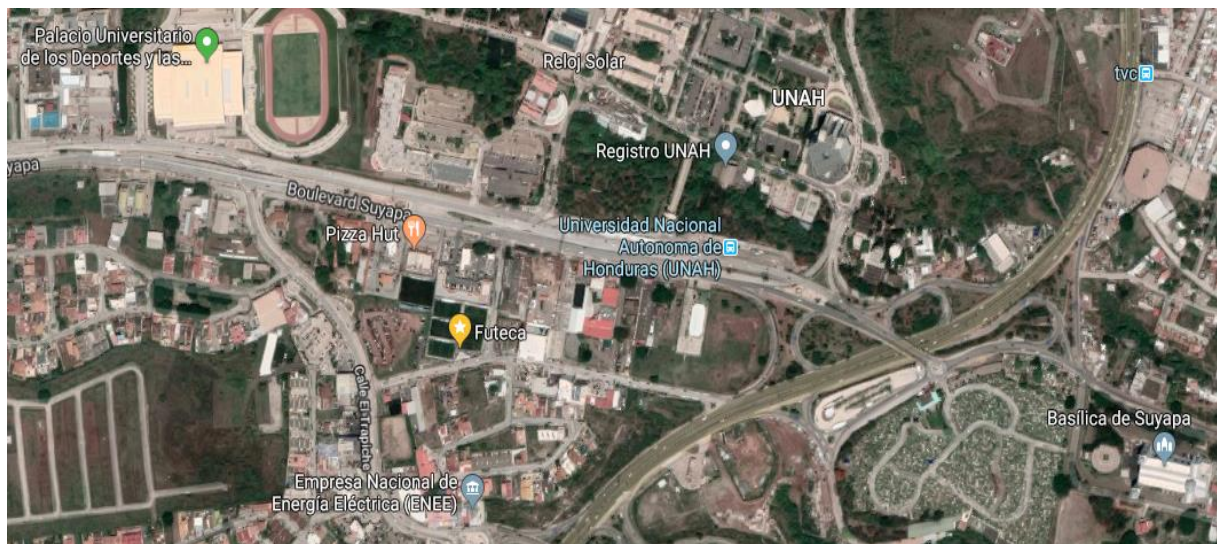


Figura 8. Ubicación del plantel de Futeca

Fuente: Google maps.



Figura 9. Ubicación de planta del Futeca Gym

Fuente: Google maps.

Basándose en una ubicación relacionada con el entorno empresarial y de mercado geográficamente activo y de mayor circulación de la capital siendo el Bulevar Suyapa a inmediaciones de la Universidad Nacional Autónoma de Honduras (UNAH), y encontrándose alejados a una de las arterias vitales de mayor tráfico habitual como lo es el Anillo periférico #2 del distrito central, son fundamentos que constituyen la razón de su ubicación.

Puesto que, la zona geográfica es de fácil acceso para el abastecimiento de materia prima e insumos y suministros, con disponibilidad inmediata de mano de obra calificada, servicios indispensables (agua, luz, telefonía, internet, alcantarillado, etc.).

4.3.4.2 Capacidad instalada y utilizada

Determinada por la instalación de maquinaria que cumple para diferentes necesidades en base al ejercicio de musculación, cardio y baile, diferentes aspectos y herramientas tecnológicas que deberán cubrir el periodo de vida de la empresa.

Así mismo, el rendimiento o nivel de producción con el que se hará trabajar la

maquinaria, estará determinada por el nivel de demanda que será de 580 clientes o usuarios permanentes de forma mensual.

4.3.4.3 Especificaciones de planta

A continuación, se presenta el plano de la planta, misma que será construida desde sus cimientos en base a hormigón y de acero inoxidable, se observa su distribución según sus necesidades, así como parte de la maquinaria necesaria para su funcionamiento.

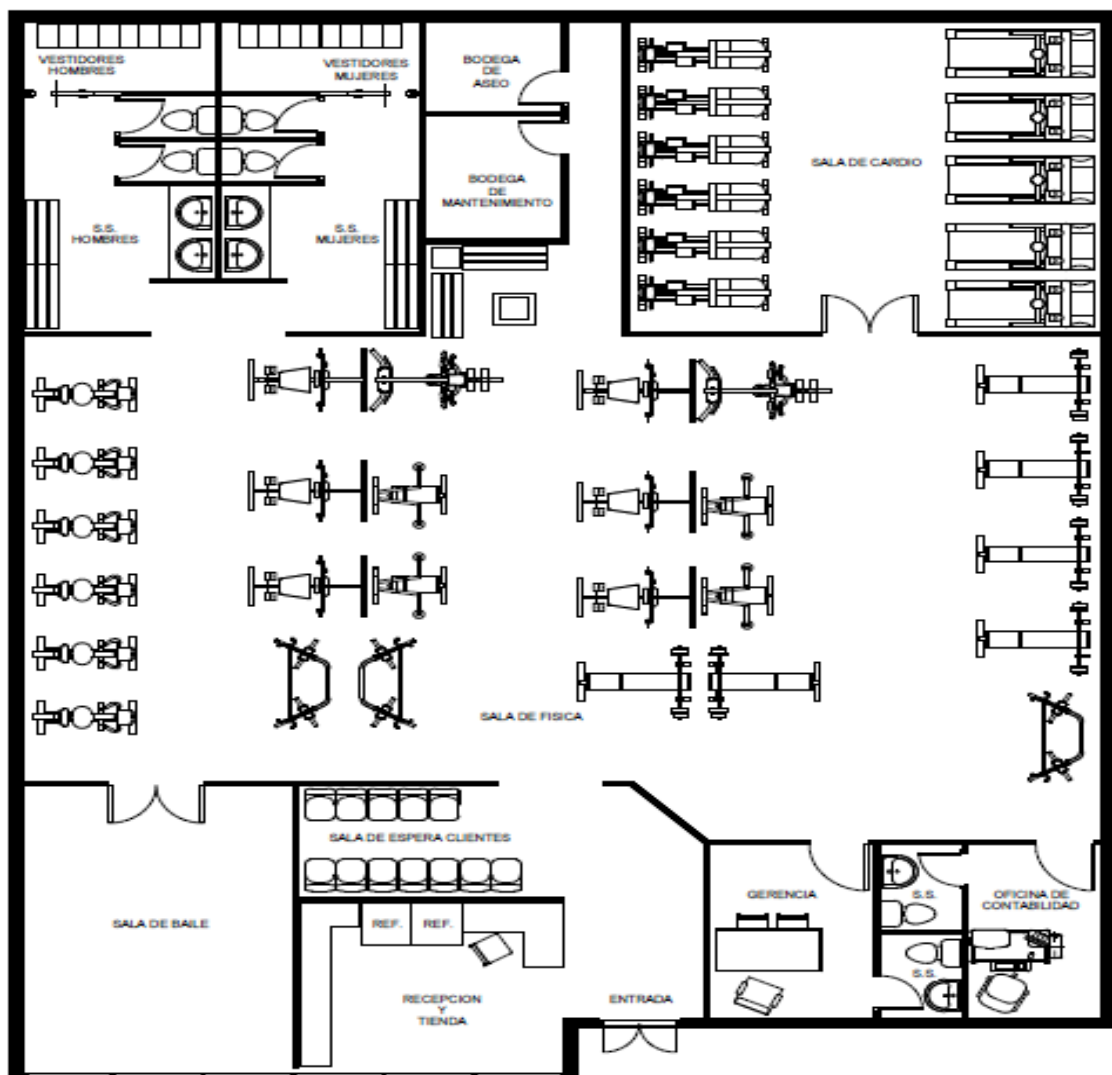


Figura 10. Distribución de planta

Fuente: Elaborado por Arquitecto Carlos Ocampo.

Tabla 35. Infraestructura y distribución de planta

Elementos	Espacio
Gerencia	11,5 M ²
Ventas y contabilidad	10,5 M ²
Sala de espera y recepción	20 M ²
Baños mujeres y hombres	25 M ²
Sala de acondicionamiento físico	80 M ²
Sala de baile y cardio	25 M ²
Bodega de mantenimiento y aseo	8 M ²
Total	180 M²

Elaborado: por el autor.

4.3.4.4 Distribución en planta

La distribución del área física así como la maquinaria y equipo deberá brindar las condiciones óptimas de trabajo, haciendo más económica la operación de la planta, cuidando además las condiciones de seguridad industrial para el trabajador.

Una buena distribución debe considerar los siguientes aspectos:

1. Control, todos los componentes necesarios para el proceso deben permitir su control para el trabajo armónico.
2. Movilización, todas las actividades deben ser ejecutadas permitiendo la libre circulación de personal, sin interrumpir otras operaciones.
3. Distancia, el flujo de operaciones secuenciales debe realizarse utilizando los tiempos adecuados sin ocasionar demoras debido a la distancia entre los recursos utilizados para las operaciones.

4. Seguridad, toda operación deberá ejecutarse en condiciones que garantice la máxima seguridad al trabajador y sus clientes.
5. Espacio, el espacio de trabajo será elaborado para ser considerado no solo en dos dimensiones, sino en forma tridimensional, esto es a lo largo, ancho y alto.
6. Flexibilidad, la distribución deberá ser de tal forma que pueda reajustarse cuando las condiciones lo reunieran, sin entorpecer o imposibilitar el trabajo.

Globalidad, la distribución deberá permitir la integración de todos los componentes del proceso en un mismo ambiente (Pasaca, 2004).

4.3.4.5 Ingeniería del proyecto

Esta parte del estudio tiene como función el acoplar los recursos físicos para los requerimientos óptimos de producción, tiene que ver fundamentalmente con la construcción de la nave industrial, su equipamiento y las características del producto de la empresa. El objetivo de este estudio es dar solución a todo lo relacionado con: instalación y funcionamiento de planta, indicando el proceso productivo así como la maquinaria y equipo necesario.

4.3.4.5.1 Maquinaria Requerida

El equipo necesario para el funcionamiento del proyecto se describe de la siguiente manera:

Tabla 36. Maquinaria requerida

MAQUINARIA Y EQUIPO	UNIDAD DE MEDIDA	CANT.	PRECIO UNIT.	TOTAL
CINTAS DE CORRER	UNIDAD	5.00	L 5,000.00	L. 375,000.00
ELIPTICAS	UNIDAD	3.00	L 5,000.00	L. 75,000.00
BICILETA RECLINADA	UNIDAD	2.00	L37,500.00	L. 75,000.00

ESCALADORAS	UNIDAD	2.00	L25,000.00	L. 50,000.00
REMO	UNIDAD	2.00	L95,076.95	L. 190,153.90
BICILETAS PARA CICLO	UNIDAD	4.00	L72,253.60	L. 289,014.40
HOMBROS LATERAL	UNIDAD	2.00	L28,750.00	L. 57,500.00
PIERNAS CURL	UNIDAD	2.00	L29,550.00	L. 59,100.00
ADUCTORES	UNIDAD	2.00	L55,000.00	L. 110,000.00
PIERNAS EXTENSION	UNIDAD	2.00	L67,000.00	L. 134,000.00
PRESS DE PIERNA LINEAL	UNIDAD	2.00	L85,000.00	L. 170,000.00
PRESS DE PIERNA CURL	UNIDAD	2.00	L67,000.00	L. 134,000.00
PRESS DE PIERNA PLANCHA	UNIDAD	2.00	L85,000.00	L. 170,000.00
BANCO PARA PANTORRILLA	UNIDAD	2.00	L18,500.00	L. 37,000.00
PESAS LIBRES GUIADAS: PECHO INCLINADO	UNIDAD	2.00	L45,000.00	L. 90,000.00
PESAS LIBRES GUIADAS: PECHO APERTURA	UNIDAD	2.00	L85,000.00	L. 170,000.00
PESAS LIBRES GUIADAS: PREDICADOR BICEP	UNIDAD	2.00	L55,000.00	L. 110,000.00
PESAS LIBRES GUIADAS: PREDICADOR TRICEP	UNIDAD	2.00	L34,000.00	L. 68,000.00
BANCOS: PECHO INCLINADO	UNIDAD	1.00	L23,000.00	L. 23,000.00
BANCOS: PECHO DECLINADO	UNIDAD	1.00	L25,000.00	L. 25,000.00
BANCOS: PECHO FRONTAL	UNIDAD	1.00	L13,000.00	L. 13,000.00
BANCO DE PLANCHA	UNIDAD	3.00	L19,222.88	L. 57,668.63
BANCO DECLINABLE AJUSTABLE	UNIDAD	2.00	L27,000.00	L. 54,000.00
BANCO ESTATICO	UNIDAD	3.00	L12,000.00	L. 36,000.00
ESTANTE SQUAK	UNIDAD	1.00	L25,000.00	L. 25,000.00
PRESS DE HOMBROS	UNIDAD	1.00	L64,590.00	L. 64,590.00
BANCO PREDICADOR	UNIDAD	2.00	L17,450.00	L. 34,900.00
ESTANTES DE BARRA (MULTI PESOS)	UNIDAD	1.00	L16,000.00	L. 16,000.00
ESTANTES DE MANCUERNAS (MULTI PESOS)	UNIDAD	1.00	L29,560.00	L. 29,560.00
ESPALDA, PULL DOWN	UNIDAD	1.00	L67,550.00	L. 67,550.00
ARBOL DE DISCOS DE PESO	UNIDAD	2.00	L12,450.00	L. 24,900.00
CROSSOVER AJUSTABLE	UNIDAD	1.00	L 56,550.00	L. 56,550.00
PLATAFORMA MULTI-JUNGLE (5 ESTACIONES)	UNIDAD	1.00	L 34,174.00	L. 34,174.00
BANCOS DE ABDOMINALES	UNIDAD	4.00	L 23,000.00	L. 92,000.00
DISCOS DE 5 LBS	SET	10.00	L 366.15	L. 3,661.50
DISCOS DE 10 LBS	SET	10.00	L 732.30	L. 7,323.00
DISCOS DE 25 LBS	SET	10.00	L 1,830.75	L. 18,307.50

DISCOS DE 45 LBS	SET	10.00	L 3,25.35	L. 32,953.50
SET DE MANCUERNAS DE 5 (5 A 50 LBS)	SET	3.00	L75,000.00	L. 225,000.00
SET DE MANCUERNAS DE 5 (50 A 100 LBS)	SET	3.00	L45,000.00	L. 135,000.00
BARRAS Z	UNIDAD	3.00	L 1,450.00	L. 34,350.00
BARRAS DE 7 FT	UNIDAD	5.00	L 4,500.00	L. 22,500.00
PISO DE HULE	M ²	85.00	L 1,150.00	L. 97,750.00
COLCHONETAS FIT	UNIDAD	20.00	L 1,708.70	L. 34,174.00
ESPEJOS	M ²	10.00	L 4,500.00	L. 45,000.00
TOTAL				L. 3,673,680.43

Continuación tabla 36. Maquinaria requerida

Fuente: Fitness Solutions Honduras

Elaborado: por el autor.

4.3.4.5.2 Equipo de oficina requerido

A continuación se muestra un listado del equipo de oficina, muebles y enseres que se requiere para un óptimo desempeño en las labores diarias.

Tabla 37. Equipo de oficina requerido

EQUIPO	UNIDAD DE MEDIDA	CANT	PRECIO UNIT.	TOTAL
ORDENADORES	UNIDAD	3.00	L. 11,650.00	L. 34,950.00
LAPTOS	UNIDAD	2.00	L. 10,995.00	L. 21,990.00
EQUIPO DE SONIDO 1	UNIDAD	2.00	L. 6,995.00	L. 13,990.00
EQUIPO DE SONIDO 2	UNIDAD	1.00	L. 16,999.00	L. 16,999.00
DISPENSADOR DE AGUA	UNIDAD	2.00	L. 3,499.00	L. 6,998.00
MICROONDAS	UNIDAD	1.00	L. 1,750.00	L. 1,750.00
LOCKERS	UNIDAD	10.00	L. 5,999.00	L. 59,990.00
IMPRESORA	UNIDAD	2.00	L. 5,595.00	L. 11,190.00
TELEFONOS INALAMBRICOS	UNIDAD	3.00	L. 1,399.00	L. 4,197.00
TELEVISOR 55" 4K	UNIDAD	4.00	L. 11,495.00	L. 45,980.00
SOPORTES DE PARED PARA TV'S	UNIDAD	4.00	L. 295.00	L. 1,180.00
ESCRITORIO DE RECEPCIÓN	UNIDAD	1.00	L. 8,699.00	L. 8,699.00
ESCRITORIOS DE OFICINA	UNIDAD	3.00	L. 5,099.15	L. 15,297.45

SILLAS EJECUTIVOS	UNIDAD	3.00	L. 1,750.00	L. 5,250.00
SILLAS DE SALA DE ESPERA	UNIDAD	5.00	L. 841.50	L. 4,207.50
SILLAS DE OFICINA	UNIDAD	7.00	L. 926.50	L. 6,485.50
SISTEMA DE SEGURIDAD (MONITOREO CON CAMARAS)	UNIDAD	1.00	L. 8,597.00	L. 8,597.00
ARCHIVO DE 4 GAVETAS	UNIDAD	1.00	L. 3,306.50	L. 3,306.50
ARCHIVO DE 2 GAVETAS	UNIDAD	3.00	L. 2,599.00	L. 7,797.00
CAJA FUERTE DIGITAL	UNIDAD	1.00	L. 5,695.00	L. 5,695.00
TOTAL				L. 284,548.95

Continuación tabla 37. Equipo de oficina requerido

4.3.4.4.3 Personal requerido

Tabla 38. Personal requerido

PERSONAL	CANT.	SUELDO MENSUAL	TOTAL
GERENTE	1.00	L. 17,500.00	L. 17,500.00
ADMINISTRADORES	1.00	L. 10,500.00	L. 10,500.00
PERSONAL DE VENTA Y PUBLICIDAD	1.00	L. 13,500.00	L. 13,500.00
INSTRUCTORES	4.00	L. 6,500.00	L. 26,000.00
ASEO	1.00	L. 9,000.00	L. 9,000.00
MANTENIMIENTO	1.00	L. 9,000.00	L. 9,000.00
CONTADOR	1.00	L. 9,500.00	L. 9,500.00
GASTOS DE REPRESENTACIÓN GERENCIA	1.00	L. 1,000.00	L. 1,000.00
GASTOS DE REPRESENTACIÓN DE VENTAS	1.00	L. 1,000.00	L. 1,000.00
TOTAL			L. 97,000.00

4.3.5 Estudio financiero

Para la implementación del gimnasio en Futeca se ha creído conveniente invertir en la construcción del mismo, debido a que no se dispone de un local actual, previendo los costos que

tiene el terreno y la infraestructura, es por ello que se cree conveniente el alquiler de terreno adicional para brindar el servicio a la comunidad capitalina, así como también se detallan los activos que son necesarios para la creación del gimnasio.

4.3.5.1 Detalles técnicos

Para conocer los posibles detalles de la inversión del proyecto, es necesario conocer la información relacionada al aspecto económico que se manejan actualmente, niveles de rendimiento y demás aspectos que alimentan las proyecciones, por lo que se detallan a continuación:

Tabla 39. Detalle técnicos de inversión

DATOS GENERALES	ELEMENTO
*CAMBIO DEL DÓLAR	24.60
INVERSIÓN PARA EL PROYECTO	6,118,600.01
TASA DE INTERES BANCO FICOHSA	7%
DIMENSIÓN DE PROYECTO (POLÍGONO)	180
DIMENSIÓN DE ESTACIONAMIENTO	200
DIMENSIÓN DE TERRENO	380
COSTO DE M² DE TERRENO	61.475

Fuente: Banco Ficohsa cambio del dólar a la fecha del 06/05/2019.

4.3.5.2 Inversión total o presupuesto general

La inversión a realizar considera toda la maquinaria descrita en el estudio técnico de este documento, las cuales son las necesarias para realizar la creación del gimnasio. La inversión se establece en un plan de 80/20, 80% será financiado mediante un préstamo bancario y por consiguiente el 20% con capital propio, de la siguiente manera:

Tabla 40. Presupuesto general

DESCRIPCIÓN	TOTAL
MAQUINARIA Y EQUIPO	L. 3,673,680.43
INVENTARIO DE MOBILIARIO Y EQUIPO	L. 284,548.95
SUELDOS Y SALARIOS	L. 97,000.00
GASTOS Y SERVICIOS	L. 36,495.83
PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD	L. 20,000.00
OTROS	L. 112,500.00
OBRA GRIS	L. 1,846,941.17
GASTOS BANCARIOS	L. 4,073.14
GASTOS DE CONSTITUCION	L. 20,000.00
ARRENDAMIENTO	L. 23,360.50
TOTAL	L. 6,118,600.01

ESTRUCTURA DE CAPITAL	TOTAL
PRESTAMO (80%)	L. 4,894,880.01
CAPITAL PROPIO (20%)	L. 1,223,720.00
TOTAL	L. 6,118,600.01
DIFERENCIA	L. -

Fuente: datos de estudio técnico.

4.3.5.3 Relación Cantidad por precio

En vista de establecer un panorama parcial en cuanto a la proyección del precio significando ingresos monetarios por la cantidad ofertada, se considera lo siguiente:

Tabla 41. Relación Cantidad por precio

ESTABLECIMIENTO DE PRECIOS		DEMANDA	MENSUAL	ANUAL
MATRICULA (PRECIO MENSUAL)	L500.00	275		L137,500.00
PAQUETE: PESAS + CARDIO + LOCKERS	L1,200.00	155	L186,000.00	L2,232,000.00
PAQUETE: PESAS + CARDIO + BAILE + LOCKERS	L1,600.00	120	L192,000.00	L2,304,000.00
DEMANDA			L. 378,000.00	L. 4,673,500.00

Fuente: datos de estudio técnico.

4.3.5.4 Relación Beneficio-Costo

La relación costo beneficio toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada unidad monetaria que se invierte en el proyecto.

Se basa en los siguientes criterios de decisión

- Si es mayor a uno se acepta el proyecto.
- Si es menor a uno no se acepta el proyecto.
- Si es igual a uno conviene o no conviene realizar el proyecto.

4.3.5.5 Proyección de precio de venta optimista

Para el cálculo de los ingresos del proyecto, se estableció un incremento del 5% anual en precio de todos los paquetes, considerando el precio proyectado según demanda.

Tabla 42. Proyección precio de venta en unidad de lempiras,

PROYECCIÓN DE INGRESOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
INGRESOS				
INGRESOS POR MATRICULA	137,500.00	144,375.00	151,593.75	159,173.44
PAQUETE DE PESAS + CARDIO + LOCKERS	2,232,000.00	2,343,600.00	2,460,780.00	2,583,819.00
PAQUETE DE PESAS + CARDIO + BAILE + LOCKERS	2,304,000.00	2,419,200.00	2,540,160.00	2,667,168.00
TOTAL INGRESO	4,673,500.00	4,907,175.00	5,152,533.75	5,410,160.44

Fuente: datos de estudio técnico.

Continuación tabla 42. Proyección de venta, unidad de lempiras

PROYECCIÓN DE INGRESOS	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS						
INGRESOS POR						
MATRICULA	167,132.11	175,488.71	184,263.15	193,476.31	203,150.12	213,307.63
PAQUETE DE PESAS +						
CARDIO + LOCKERS	2,713,009.95	2,848,660.45	2,991,093.47	3,140,648.14	3,297,680.55	3,462,564.58
PAQUETE DE PESAS +						
CARDIO + BAILE +						
LOCKERS	2,800,526.40	2,940,552.72	3,087,580.36	3,241,959.37	3,404,057.34	3,574,260.21
TOTAL INGRESO	5,680,668.46	5,964,701.88	6,262,936.98	6,576,083.83	6,904,888.02	7,250,132.42

Fuente: datos de estudio técnico.

4.3.5.8 Estado de resultado

En esta sección, se detalla el estado de resultados del proyecto, en el cual se puede diferenciar los ingresos generados por la compañía a través de la prestación de diferentes servicios y los egresos representados por el costo de venta, el costo de los servicios, gastos administrativos, gastos financieros, pago de impuestos y otros. Al monto final que resulta de la resta entre ingresos y egresos conocido como utilidad.

Tabla 44. Estado de Resultado

ESTADO DE RESULTADO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS										
INGRESOS POR MATRICULA	137,500.00	144,375.00	151,593.75	159,173.44	167,132.11	175,488.71	184,263.15	193,476.31	203,150.12	213,307.63
PAQUETE DE PESAS + CARDIO + LOCKERS	2,232,000.00	2,343,600.00	2,460,780.00	2,583,819.00	2,713,009.95	2,848,660.45	2,991,093.47	3,140,648.14	3,297,680.55	3,462,564.58
PAQUETE DE PESAS + CARDIO + BAILE + LOCKERS	2,304,000.00	2,419,200.00	2,540,160.00	2,667,168.00	2,800,526.40	2,940,552.72	3,087,580.36	3,241,959.37	3,404,057.34	3,574,260.21
TOTAL INGRESO	4,673,500.00	4,907,175.00	5,152,533.75	5,410,160.44	5,680,668.46	5,964,701.88	6,262,936.98	6,576,083.83	6,904,888.02	7,250,132.42
EGRESOS										
SUELDOS Y SALARIOS	1,342,000.00	1,405,074.00	1,471,112.48	1,540,254.76	1,612,646.74	1,612,646.74	1,612,646.74	1,612,646.74	1,612,646.74	1,612,646.74
GASTOS Y SERVICIOS	431,949.96	452,251.61	473,507.43	495,762.28	519,063.11	519,063.11	519,063.11	519,063.11	519,063.11	519,063.11
PROPAGANDA PUBLICIDAD	42,000.00	43,974.00	46,040.78	48,204.69	50,470.32	50,470.32	50,470.32	50,470.32	50,470.32	50,470.32
GASTOS DE SEGURIDAD Y LIMPIEZA	438,000.00	458,586.00	480,139.54	502,706.10	526,333.29	526,333.29	526,333.29	526,333.29	526,333.29	526,333.29
GASTOS DE OPERACIÓN	23,336.93									
GASTOS FINANCIEROS	326,745.65	301,657.86	274,783.21	245,994.42	215,155.17	182,119.41	146,730.69	108,821.43	68,212.10	24,710.39
GASTOS POR ARRENDAMIENTO	280,326.00	293,501.32	307,295.88	321,738.79	336,860.51	336,860.51	336,860.51	336,860.51	336,860.51	336,860.51
GASTOS POR DEPRECIACION	431,549.08	431,549.08	431,549.08	431,549.08	431,549.08	431,549.08	431,549.08	431,549.08	431,549.08	431,549.08
TOTAL EGRESOS	3,315,907.62	3,386,593.87	3,484,428.41	3,586,210.14	3,692,078.22	3,659,042.45	3,623,653.73	3,585,744.47	3,545,135.14	3,501,633.43
UTILIDAD ANTES DE IMP E INT.	1,357,592.38	1,520,581.13	1,668,105.34	1,823,950.30	1,988,590.24	2,305,659.43	2,639,283.24	2,990,339.35	3,359,752.87	3,748,498.98
IMPUESTOS SOBRE LA RENTA	339,398.10	380,145.28	417,026.34	455,987.58	497,147.56	576,414.86	659,820.81	747,584.84	839,938.22	937,124.75
UTILIDAD O PERDIDA DEL EJERCICIO	1,018,194.29	1,140,435.85	1,251,079.01	1,367,962.73	1,491,442.68	1,729,244.57	1,979,462.43	2,242,754.51	2,519,814.66	2,811,374.24

Fuente: datos de estudio técnico.

4.3.5.9 Balance General

En este apartado se muestra el crecimiento proyectado para los años productivos del proyecto.

Tabla 45. Balance general de apertura

BALANCE GENERAL DE APERTURA			
Activo Corriente		Pasivo Corrientes	
Efectivo y Equivalentes	307,258.94	Prestamo CP	352,235.38
Caja	10,000.00		
Bancos	297,258.94	Pasivos No Corrientes	
		Prestamo LP	4,542,644.63
Activo No Corriente		Patrimonio	
Propiedad Planta y Equipo	5,805,170.55	Capital Social	-
Edificios	1,846,941.17	Utilidades	-
Mobiliario y equipo	3,958,229.38		
Total Activos	6,112,429.49	Total Pasivos y Patrimonio	4,894,880.01

Fuente: datos del estudio técnico

4.3.5.10 Flujo de Efectivo

Las actividades de operación general un flujo neto positivo al final del periodo de L. 4,185 millones el que se explica por cobros de matrícula, pagos de mensualidad según paquete adquirido.

Tabla 46. Flujo de efectivo

FLUJO DE CAPITAL OPERATIVO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
UTILIDAD ANTES DE IMPE INT.	L 1,357,592.38	L 1,520,581.13	L 1,668,105.34	L 1,823,950.30	L 1,988,590.24	L 2,305,659.43	L 2,639,283.24	L 2,990,339.35	L 3,359,752.87	L 3,748,498.98
GASTOS POR DEPRECIACION	L 431,549.08	L 431,549.08	L 431,549.08	L 431,549.08	L 431,549.08	L 431,549.08	L 431,549.08	L 431,549.08	L 431,549.08	L 431,549.08
PAGOS DE CAPITAL	L 352,235.38	L 377,323.17	L 404,197.82	L 432,986.61	L 463,825.86	L 496,861.63	L 532,250.34	L 570,159.61	L 610,768.94	L 654,270.65
IMPUESTOS SOBRE LA RENTA	L 339,398.10	L 380,145.28	L 417,026.34	L 455,987.58	L 497,147.56	L 576,414.86	L 659,820.81	L 747,584.84	L 839,938.22	L 937,124.75
FEO	L 1,097,507.99	L 1,194,661.76	L 1,278,430.27	L 1,366,525.20	L 1,459,165.90	L 1,663,932.03	L 1,878,761.17	L 2,104,143.99	L 2,340,594.80	L 2,588,652.68
INVERSION INICIAL	-L 6,117,863.80									
Flujo de Efectivo Acumulado del Proyecto	-L 6,117,863.80	L 1,097,507.99	L 1,194,661.76	L 1,278,430.27	L 1,366,525.20	L 1,459,165.90	L 1,663,932.03	L 1,878,761.17	L 2,104,143.99	L 2,340,594.80
VNA	L 6,781,758.36									
VAN	L 663,894.56	-L 5,020,355.82	-L 3,825,694.06	-L 2,547,263.79	-L 1,180,738.60					L 16,972,375.78

Fuente: datos del estudio técnico

4.3.5.10 Financiamiento

Para el análisis de las fuentes de financiamiento se necesitarán financiamiento de fuentes externas e internas.

4.3.5.10.1 Financiamiento externo

La empresa realizará un financiamiento al Banco Ficohsa por el valor inicial de L. 4, 894,880.01 a una tasa de interés del 7% para 10 años en pagos mensuales.

4.3.5.10.2 Financiamiento interno

Los socios de la empresa iniciarán las actividades con un capital propio de 1, 223,572.76 lempiras representados en un 20%.

Tabla 47. Detalles del préstamo considerado para la inversión del proyecto

FINANCIAMIENTO	
Capital inicial:	4,894,880.01
Tipo de interés nominal:	7%
Plazo:	10
Periodicidad:	12
Comisión de apertura:	0.03%
Comisión de gestión:	0.03%
Gastos Legales:	300
Gastos por Papelería:	100

Fuente: datos de estudio técnico.

Tabla 48. Resumen de pagos de préstamo

Año	Intereses Pagados	Capital Pagado	Total
Año 1	L. 326,745.65	L. 352,235.38	L. 678,981.03
Año 2	L. 301,657.86	L. 377,323.17	L. 678,981.03
Año 3	L. 274,783.21	L. 404,197.82	L. 678,981.03
Año 4	L. 245,994.42	L. 432,986.61	L. 678,981.03
Año 5	L. 215,155.17	L. 463,825.86	L. 678,981.03
Año 6	L. 182,119.41	L. 496,861.63	L. 678,981.03
Año 7	L. 146,730.69	L. 532,250.34	L. 678,981.03
Año 8	L. 108,821.43	L. 570,159.61	L. 678,981.03
Año 9	L. 68,212.10	L. 610,768.94	L. 678,981.03
Año 10	L. 24,710.39	L. 654,270.65	L. 678,981.03
Total	L. 1,894,930.30	L. 4,894,880.01	L. 6,789,810.31

Fuente: datos de estudio técnico.

4.3.5.11 Análisis Financiero

4.3.5.11.1 Indicadores financieros

En base a las suposiciones anteriores en cuanto a ingresos y costos, los indicadores financieros que consideran el valor del dinero en el tiempo como ser la Tasa Interna de Retorno y el Valor Presente Neto se detallan a continuación:

Tabla 49. Indicadores financieros

Indicadores Financieros	
Valor Inversión	L 6,781,758.36
TIR @ 10 años	20%
Periodo de Recuperación (Años)	3 años 2 meses 6 días
Flujo Acumulado año 10	L 2,588,653.68
Valor Presente Neto	L 663,894.56

Fuente: datos de estudio financiero.

4.3.5.11.2 Análisis de Indicadores Financieros

Considerando un valor a invertir de L. 6, 171,863.80 y las diferentes proyecciones en cuanto a precios de venta, incrementos en costos, tasas impositivas y demás, se refleja una TIR

de 20% tomando en cuenta los 10 años proyectados, lo cual es aceptable y demuestra los progresivos rendimientos del proyecto.

Así mismo, el periodo de recuperación de la inversión es de apenas 3 años 2 meses 6 días, lo que indica que después de este periodo de tiempo, los ingresos del proyecto serán ganancias para los inversionistas.

4.3.5.11.4 Análisis de Sensibilidad

En esta sección, se presentan los escenarios pesimistas y optimistas del proyecto, ya que los anteriores resultados eran en base a un escenario conservador, por lo que se considera como la variable de mayor peso del proyecto, el precio al cual se puedan ofrecer los paquetes del gimnasio, por lo tanto, para los escenarios mencionados anteriormente, se considera una disminución del 5% para el escenario pesimista y un incremento del 5% para el escenario optimista, obteniendo los siguientes resultados financieros:

Escenario Pesimista:

Tabla 50. Indicadores financieros escenario pesimista

Escenario Pesimista	
Valor Inversión	L 6,117,863.80
TIR @ 10 años	55%
Periodo de Recuperación (Años)	6.6
Flujo Acumulado año 10	L 2,982,468.28
Valor Presente Neto (10%, Año 10)	L 15,284,517.80

Ante una reducción del 5% en los precios de ventas, se observa que las utilidades antes de intereses e impuestos no se ven disminuidas significativamente, así como también una considerable en la TIR a 10 años, por lo cual, el proyecto no puede seguir siendo rentable.

Escenario Optimista:

Tabla 51. Indicadores financieros escenario optimista

Escenario Optimista	
Valor Inversión	L 6,117,863.80
TIR @ 10 años	72%
Periodo de Recuperación (Años)	3.7
Flujo Acumulado año 10	L 6,184,267.90
Valor Presente Neto	L 15,596,467.80

El escenario que mejores resultados refleja es el optimista, ya que un incremento al precio de venta inicial de un 5%, hace mejorar sustancialmente los indicadores financieros, destacando una TIR a 10 años de 72%, reduciendo el periodo de recuperación en forma porcentual significativa se mantiene en los 3 años y 7 siete meses, indistintamente de exponer una hipótesis de sensibilidad optimista no supera las expectativas como rentable para ser un proyecto de alta inversión en cuanto a retornos de utilidad.

CAPÍTULO V. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 Conclusiones

El plan técnico y financiero que se realizó, ha servido para traducir en términos económicos los elementos esenciales, permitiendo así verificar la viabilidad económica del proyecto en su conjunto.

Al haber completado el análisis de factibilidad económica para la ejecución del proyecto de implementar un gimnasio perteneciente a las instalaciones deportivas de Futeca, se pudo cumplir claramente con los objetivos propuestos en un inicio para el estudio, con los cuales se determina que el proyecto representa una opción factible en términos financieros para su ejecución, dado que:

- Se pudo determinar que existe una demanda potencial de ocupación para el servicio del gimnasio en los clientes actuales y habituales de Futeca, pudiendo establecer un segmento idóneo para la inversión y siendo fundamental abrir las fronteras a la investigación.
- Se determinó que la adquisición del inventario de activos fijos como lo sería maquinaria, equipos de oficina y entretenimiento para el buen funcionamiento operativo, incide porcentualmente a gran escala como el factor de mayor egreso en la carga financiera para realizar el proyecto.
- Mediante el estudio técnico, se determinó que la empresa para poder emprender dicho proyecto, actividades y brindar un servicio de calidad a la población de Futeca, necesita de una inversión inicial de 6,117,863.80 lempiras, lo cual se proyectó de forma financiada bajo recursos propios con un 20% pertenecientes a 1,223,572.76 lempiras y un

financiamiento externo de un 80% que pertenecen a 4,894,291.04 lempiras, dicha inversión será incentivada por una tasa de interés factible por parte de una financiera local al 7%.

- Fue posible determinar los indicadores de factibilidad económica del proyecto, los cuales han sido satisfactorios e indican que existe grandes posibilidades de que el negocio retribuya ganancias monetarias significativas en diferentes panoramas de sensibilidad.
- Considerando las condiciones en una proyección pesimista, con relación al mercado actual y sobretodo de los puestos que se tomaron en cuenta para la elaboración del estudio como lo pueden ser:
 - El bajo porcentaje de ocupación de clientes actuales para ser parte del nuevo gimnasio.
 - El crecimiento constante de la oferta de gimnasios.
 - La poca estabilidad de precios, costos operacionales y gastos funcionales.
- Se realizó un análisis de sensibilidad y escenarios, mediante el cual fue posible observar el desarrollo muy optimista del proyecto a través del tiempo:
 - El periodo de recuperación de capital que tendrá la empresa es de 4 años y medio.
 - Reflejan flujos atractivos en los siguientes 10 años a la puesta en marcha del proyecto obteniendo un VAN (valor actual neto) de L. 663,894.56 los cuales se verán disminuidos por gastos de mantenimiento y depreciación. Una TIR (tasa interna de retorno) de 20%, siendo muy convencional y atractiva para la cantidad millonaria a invertir.
- El proyecto presente un CAPM (modelo de fijación de precios de capital, por sus siglas en inglés) del 24.05% del activo en relación al riesgo de la inversión.

- Se encontró que el CPPC (costo promedio ponderado de capital) del 11%, el cual corresponde a una panorámica financiera de la tasa de deuda a costo de oportunidad, siendo una margen mínima de requerir mayor inversión futura.

En cumplimiento de objetivo inicial, se concluye que si es factible la implementación del gimnasio debido a los resultados obtenidos por parte de los indicadores financieros.

5.2 Recomendaciones

Una vez concluido el estudio del proyecto de factibilidad, se presenta las siguientes recomendaciones:

- Se debería evaluar la posibilidad de ampliar el proyecto a nivel de todo Tegucigalpa durante la vida útil del proyecto, tomando en consideración el comportamiento del mercado y las variables que lo afectan directamente como precios, costos, demanda y oferta.
- Tener presente que se deben de realizar diferentes estrategias de comercialización que no impliquen gastos elevados, considerando que en el estudio la mayor parte se dio cuenta por recomendación y redes sociales.
- Se debe de contratar instructores altamente capacitados para poder brindar una atención eficiente, donde el cliente potencial sienta que está en buenas manos y que no tiene riesgos de realizar ejercicios que dañen su cuerpo.
- Se tiene que llevar controles de ingresos y gastos, de manera que no afecten la operatividad del gimnasio.

- Se debe de considerar que el precio que se ofrecerá se mantenga según el estudio realizado, al mismo tiempo poder ofrecer promociones a los clientes para poder garantizar la lealtad de los usuarios.
- Realizar un estudio de mercado fuera de las instalaciones de Futeca para poder determinar las probabilidades de un mayor rendimiento económico en cuanto a la construcción del Gimnasio y de esa manera poder alcanzar un mercado más amplio.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Aswath, D. (1995). *Investment Valuation*. John Wiley & Sons.
2. Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos* (Sexta). Mc Graw Hill.
3. Berk, J., & Demarzo, P. (2008). *Finanzas Corporativas* (Primera). PEARSON.
4. Besley, S., & Brigham, E. (2016). *Administración Financiera* (14.^a ed.). MEXICO: CENGAGE.
5. Buenaventura, G. (2002). *Estudio de Apalancamiento*. Colombia.
6. Chain, N. S. (2007). *Proyectos de Inversión, formulación y evaluación* (2da ed.). Chile: PEARSON.
7. GITMAN, L. (2010). *ADMINISTRACION FINANCIERA* (DECIMOPRIMERA EDICIÓN.). PEARSON.
8. Johnson, R. W., & Melicher. (2007). *Administración Financiera* (2.^a ed.). CECSA.
9. Kiyosaki, R. (2015). *Lecciones de Liderazgo*. Recuperado de <https://actitudfinanciera.wordpress.com/2011/07/19/la-teoria-de-la-rentabilidad/>
10. Modigliani, F., & Miller, M. H. (s. f.). *Las Proposiciones*. Argentina.
11. Moyer, C., McGuigan, J., & Kretlow, W. (2005). *Estructura de Capital* (Vol. SEPTIMA). THOMSON.
12. Pasaca, M. (2004). *Mercados Principales*.
13. Pascale, R. (2009). *Decisiones Financieras* (Sexta). Buenos Aires, Argentina: PEARSON.
14. Ramirez. (2011). *Indicadores de Gestión y Aplicaciones de Herramientas de Calidad*.
15. Ross, S. A. (2012). *Finanzas Corporativas* (Novena). Mc Graw Hill. Recuperado de <https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/923fbdb1a071a4533d1fa4b240c25592.pdf>

16. Sampieri, R. (2014). *Metodología de la Investigación* (Sexta). MEXICO: Mc Graw Hill.
17. Westerfield, R. W., Ross, S. A., & Jaffe, J. F. (2012). *Finanzas Corporativas* (Novena).
Mc Graw Hill. Recuperado de
<https://cucjonline.com/biblioteca/files/original/923fadb1a071a4533d1fa4b240c25592.pdf>
18. Westerfield, R. W., Ross, S. A., & Jordan. (2012). *Finanzas Corporativas* (Novena). Mc
Graw Hill.

ANEXOS

Anexo 1. Encuesta aplicada a clientes de Futeca

**ENCUESTA
FACULTAD DE POSTGRADO
UNITEC**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO DENTRO
DE LAS INSTALACIONES DEPORTIVAS DE FUTECA EN TEGUCIGALPA,
MUNICIPIO DEL D.C., HONDURAS**

Maque con una X dentro de los cuadros, la opción que considere que es su respuesta.

P. 1 SEXO: 1. F 2. M

P. 2 Edad: 1. Menor de 18 2. Entre 19 - 25 3. Entre 26 a 35 4. De 36 a 45

5. Mayor de 45

P.3 ¿Cuál es el motivo de su visita a las instalaciones de Futeca?

1. Partido de fútbol 2. Acompañando a un familiar/amigos

OTROS. _____.

P. 4 ¿De qué manera conoció la existencia del servicio que ofrece Futeca?

1. Publicidad en TV 2. Publicidad en prensa 3. Redes sociales 4. Recomendación

OTROS. _____.

P. 5 ¿Qué otro deporte/actividad física adicional al fútbol realiza o practica? (Puede escoger varias opciones).

1. Natación 2. Basquetbol 3. Voleibol 4. Ciclismo 5. Boxeo

6. Musculación (Gym)

OTROS. _____.

P. 6 ¿Alguna vez ha estado inscrito en un gimnasio?

1. SI 2. NO

A que gimnasio ha asistido _____.

Si su respuesta es **NO** pase a la pregunta #15.

P. 7 ¿Cuánto tiempo ha estado inscrito en un gimnasio?

1. De 1 a 3 meses 2. De 3 a 6 meses 3. De 6 a 12 meses 4. Más de un año.

P. 8 ¿Emita una valoración de cuáles serían las razones importantes para escoger un gimnasio?

Muy mala

Muy buena

	1	2	3	4	5
1. Qué este muy cerca de mi casa.					
2. Qué este cerca de mi trabajo.					
3. Que tenga las mejores instalaciones.					
4. Que tenga un horario amplio.					
5. Seguridad (Parqueo, acceso biometrico, camaras, etc)					
6. El precio.					

P. 9 ¿Valore la importancia por cual sería miembro permanente de un Gimnasio?

	Menos importante			Muy importante	
	1	2	3	4	5
1. Salud.					
2. Adelgazar.					
3. Preparación física (musculación, rendimiento, competencia).					
4. Recuperar o rehabilitarse de un problema físico.					
5. Hacer amigos.					
6. Por ocupar tiempo libre.					

P. 10 ¿Cuál es el horario de su preferencia al momento de asistir a un gimnasio?

1. De 5 am – 12 pm 2. De 12 pm – 6 pm 3. De 6 pm – 10 pm

P. 11 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar de forma mensual por el uso del servicio de un gimnasio?

1. De L.750 a L.1,500 2. De L.1,500 a 2,000 3. De L.2,000 a 3,000

P. 12 ¿Con cuántas personas o amistades asistiría a un gimnasio?

Número de personas _____

P. 13 ¿Qué tipos de promociones le gustaría que le ofreciera el gimnasio?

1. Descuentos 2. trícula Gratis 3. eos 4. cios especiales por grupo

P. 14 ¿Cuál de las siguientes actividades le gustaría que el gimnasio ofreciera? (Puede escoger varias opciones).

1. Aerobics 2. Maquinas 3. Spinning 4. Gymboxing 5. Zumba
Otros _____.

P. 15 ¿Qué haría que se cambiara o inscribiera en un u otro gimnasio?

	Menos importante			Muy importante	
	1	2	3	4	5
1. Sus instalaciones.					
2. Entrenadores personalizados.					
3. Un mejor equipamiento.					
4. Una mejor ubicación.					
5. El precio.					
6. Familiares o amistades.					
7. Promociones.					

P. 16 ¿En una escala del 1 al 10, que probabilidad hay de que usted sea parte del nuevo Gimnasio de Futeca? (Marque con una X el numero según su valoración).

Menos probable

Muy probable

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

Anexo 2. Autorización de autores

ANDY JAVIER MEZA

11723083

HUGO JOZEF IDIÁQUEZ

11713238

Anexo 3. Visto bueno por parte del asesor Metodológico

Anexo 4. Correo con el visto bueno por parte del asesor Temático

De: Daniel Benavides
Enviado: miércoles 03 de abril de 2019 6:17 p. m.
Para: HUGO JOZEF IDIAQUEZ ALVARADO
CC: andy1jmeza@gmail.com; dbenavides684@yahoo.com
Asunto: Re: VISTO BUENO - TESIS FUTECA GYM

Estimados
Buenas tardes.

He revisado el proyecto de tesis que me remitieron y no tengo comentarios de mejora al respecto. Debido a lo anterior otorgo mi VoBo para que continúen el proceso correspondiente a lo interno de la Facultad de post grado.

Saludos y muchos exitos.

Daniel Benavides
Docente de post grado Unitec.

Obtener [Outlook para Android](#)

From: HUGO JOZEF IDIAQUEZ ALVARADO
Sent: Wednesday, April 3, 2019 1:32:41 PM
To: Daniel Benavides
Cc: andy1jmeza@gmail.com; dbenavides684@yahoo.com
Subject: VISTO BUENO - TESIS FUTECA GYM

Buen día Licenciado Daniel Benavidez

Agradeciendo todo su apoyo como asesor temático hasta el momento en nuestro proceso de maestrantes.

Sirva el presente para compartirle ultima versión de nuestro informe de proyecto de graduación para obtener mediante el mismo su aprobación y visto bueno, dando fe que podemos proceder en entregar copia como corresponde a la facultad de postgrado.

Quedamos atentos a sus comentarios.

Atentamente
Andy Javier Meza – 11723083
Hugo Jozef Idiáquez – 11713238

Saludos