

RESUMEN EJECUTIVO

El presente proyecto nace como respuesta a la necesidad de practicar algún tipo de deporte en la vida diaria, esto debido al sinnúmero de enfermedades que derivan por llevar una vida sedentaria y agitada, tales como el estrés, entre otras de tipo cardiovascular.

En los últimos tiempos la gran importancia que se le ha dado al ejercicio, ha incentivado a que las personas busquen diferentes deportes o prácticas que les ayuden a mantener un buen estado físico y mental, es precisamente en este punto en el cual se desea aportar, ya que se ofrece un servicio nuevo, práctico y divertido para ejercitarse como lo es la Bailoterapia, técnica que ha tenido gran acogida en los últimos tiempos, a pesar de que se lo hace de una manera informal ya que lamentablemente no existen sitios especializados en ella. Es así que el presente proyecto pretende llenar este vacío, permitiendo que las personas puedan desarrollar esta práctica de manera diaria en horarios flexibles y a precios cómodos, acompañados de un servicio amable y de alta calidad.

Como se lo mencionó anteriormente el presente proyecto abrirá un mercado que es el de la práctica exclusiva de la Bailoterapia, es por ello que éste trabajo se basa en 4 partes en las cuales se conocerá al cliente, así como también se plantearán estrategias para llegar a él.

Cabe anotar que el proyecto se desarrollará en el sector sur del DM de Quito, específicamente en la Parroquia de Solanda, se escogió esta parte de ciudad debido al gran desarrollo económico y número de personas que allí habitan, sabemos que el sector sur es el motor económico de nuestra ciudad, así también se realizó una observación previa en la cual se constató que gran parte de los parques y espacios públicos son ocupados por personas para realizar deportes, entre ellos la Bailoterapia.

Es así que en la primera parte del proyecto se encuentra el estudio de mercado, el cual ayudará a identificar y definir las características del mercado meta, así como también nos permitirá constatar la aceptación del servicio, y precisar gustos y preferencias en cuanto a horarios, entre otros, además en él analizaremos las fuerzas competitivas y definiremos el marketing mix.

Lo siguiente es el estudio técnico, en el cual se definirán aspectos de total relevancia tales como: la localización del establecimiento, su infraestructura, los insumos necesarios para el giro del negocio y el proceso de servicio que se llevará a cabo.

En la tercera parte se encuentra el estudio administrativo – legal, en el cual se definirá la identidad corporativa de la empresa, iniciando con el nombre comercial, su logotipo, slogan, así como, se delinearán los objetivos, valores y políticas que se seguirán en la empresa.

Y finalmente tenemos el estudio económico – financiero, en el cual se plasmará toda la información referente a los ingresos y egresos que se esperan tener en los próximos 5 años, tomando en cuenta la inversión inicial, su financiamiento, información que permitirá realizar índices que nos ayudarán a evaluar el proyecto y poder definirlo como viable o no.

CAPÍTULO I:

MARCO TEÓRICO

1.1 EL BAILE

El baile es la ejecución de movimientos que se realizan con todas las partes del cuerpo, principalmente con los brazos y piernas, que van acorde a un ritmo de música específica.

El baile es una forma de expresar sentimientos, emociones y una manera sana de divertirse, al hablar de éste nos podemos remontar hacia tiempos inmemorables, como cuando nuestros antepasados bailaban al sol, a la lluvia, a la fertilidad, etc. escenas muy comunes en pinturas rupestres y con una connotación muy religiosa.

“En tanto, desde bien entrada la modernidad hasta nuestros días, el baile está más que nada relacionado con una cuestión estrictamente social, recreativa, de esparcimiento y por supuesto de festejo, porque bailar hace bien, libera endorfinas, dicen los expertos”¹.

1.2 LOS AERÓBICOS

Es una de las disciplinas más populares dentro de los gimnasios, es una actividad física que consiste en una serie de movimientos que forman rutinas o coreografías al ritmo de la música (por lo general electrónica aunque esto suele variar).

A diferencia del baile en esta disciplina suelen emplearse movimientos un tanto estáticos sin llegar al uso por ejemplo de las caderas y a veces complicados dependiendo del nivel

¹<http://www.definicionabc.com/general/baile.php> 15/Agosto/2011

que se tenga. Además en ocasiones se lo practica con la ayuda de un banquillo llamado (step), para ejecutar movimientos sobre él.

1.3 LA BAILOTERAPIA

La bailoterapia es una mezcla de aeróbicos y pasos de baile, sobre todo latinoamericanos como la salsa, el merengue, el chachachá, el mambo, etc. Se practica generalmente en grupos, allí se canta y se hace ejercicio en medio de un ambiente musical que permite desconectarse de los problemas y las preocupaciones cotidianas.

El termino Bailoterapia “surgió en Venezuela hace unos 22 años de la mano del bailarín Pedro Moreno quien lo patentó y desde entonces profesores o bailarines de todo el mundo pueden acudir al Bailoterapia Center para adquirir su correspondiente título de experto en Bailoterapia”²

Esta es una práctica muy interesante para las personas que desean bajar de peso y mejorar su estado físico de una manera divertida, así también es una excelente terapia anti-estrés, ayuda a mejorar la autoestima y vencer la timidez.

1.3.1 Procedimiento para la práctica de la Bailoterapia

1) Calentamiento general:

- ✓ Ejercicios de movilidad articular (flexiones, extensiones, torsiones y circonducciones de todos las articulaciones que puedan realizar estos movimientos y se pueden realizar con influencia combinada).

²<http://spanish.peopledaily.com.cn/92121/6605891.html> 15/Agosto/2011

- 2) Ejercicios de bajo impacto:
 - ✓ Marcha.
 - ✓ Paso Hop.
 - ✓ Piernas separadas.
 - ✓ Paso Toque.
 - ✓ Lange.
 - ✓ Paso Cruzado.
 - ✓ Rodillas al pecho.
 - ✓ Pataditas al frente, lateral y atrás.

- 3) Ejercicios de alto impacto:
 - ✓ Pasos de baile
 - ✓ Coreografía.

- 4) Ejercicios para la recuperación:
 - ✓ Ejercicios respiratorios.
 - ✓ Ejercicios de relajación.
 - ✓ Ejercicios de estiramientos.

1.3.2 Beneficios de la Bailoterapia

Los beneficios de la práctica de la bailoterapia se los puede dividir en tres grandes grupos que son:

Beneficios en la salud:

- ✓ Mejora el rendimiento Cardiopulmonar.
- ✓ Disminuye la presión arterial.

- ✓ Disminuye la grasa corporal.
- ✓ Disminuye el LDL “colesterol malo” y aumenta el HDL “colesterol bueno”.
- ✓ Disminuye el riesgo de enfermedades cardíacas y respiratorias.
- ✓ Disminuye los problemas de estreñimiento.
- ✓ Mejora el control de la diabetes.
- ✓ Evita y controla el insomnio.
- ✓ Reduce el consumo de medicamentos.

Beneficios en lo físico:

- ✓ Mejora la agilidad y la coordinación de movimientos así como el equilibrio.
- ✓ Fortalece los grupos musculares, mejora la flexibilidad, la fuerza y la resistencia.
- ✓ En los niños corrige malas posturas, permite desarrollar el oído musical, el sentido del ritmo, la memoria y la expresión corporal.

Beneficios psíquicos:

- ✓ Mejora el estado de ánimo.
- ✓ Reduce la tensión nerviosa al gastar energía.
- ✓ Produce relajación.
- ✓ Es un buen método para superar la soledad, la timidez y establecer nuevas relaciones.
- ✓ Fomenta la seguridad en uno mismo y la claridad de pensamiento.

A más de todos los beneficios mencionados anteriormente, hay uno que considero el más importante hoy en la actualidad y es: **AYUDA A LA DISMINUCIÓN DEL ESTRÉS.**

1.4 EL ESTRÉS³

“Síndrome o conjunto de reacciones fisiológicas no específicas del organismo a diferentes agentes nocivos del ambiente de naturaleza física o química. El estrés (stress) es un fenómeno que se presenta cuando las demandas de la vida se perciben demasiado difíciles, la persona se siente ansiosa y tensa y se percibe mayor rapidez en los latidos del corazón. El estrés es un estímulo que nos agrede emocional o físicamente. Si el peligro es real o percibido como tal, el resultado es el mismo.”

1.4.1 ¿Qué causa el estrés?

Este es causado por el instinto del cuerpo de protegerse a sí mismo. Este instinto es bueno en emergencias para reaccionar adecuadamente ante éstas, pero puede causar síntomas físicos si continua por mucho tiempo y ante situaciones de la vida diaria.

Como dijimos, en principio, se trata de una respuesta normal del organismo ante las situaciones de peligro, el organismo se prepara para combatir o huir mediante la secreción de sustancias como la adrenalina, producida principalmente en unas glándulas llamadas "suprarrenales" o "adrenales". La adrenalina se disemina por toda la sangre y es percibida por receptores especiales en distintos lugares del organismo, que responden para prepararse para la acción, es así como:

- ✓ El corazón late más fuerte y rápido
- ✓ Las pequeñas arterias que irrigan la piel y los órganos menos críticos (riñones, intestinos), se contraen para disminuir la pérdida de sangre en caso de heridas y para dar prioridad al cerebro y los órganos más críticos para la acción (corazón, pulmones, músculos).
- ✓ La mente aumenta el estado de alerta
- ✓ Los sentidos se agudizan

³<http://www.monografias.com/trabajos14/estres/estres.shtml> 15/Agosto/2011

1.4.2 El problema del estrés

Lo que en situaciones apropiadas puede salvarnos la vida, se convierte en un enemigo mortal cuando se extiende en el tiempo. Para muchos las presiones económicas, sobrecarga de trabajo, ambiente competitivo, son circunstancias que se perciben inconscientemente como amenazas y esto les lleva a reaccionar a la defensiva, tornándose irritables y sufriendo consecuencias nocivas tales como:

- ✓ Elevación de la presión sanguínea (hipertensión arterial)
- ✓ Gastritis y úlceras en el estómago y el intestino
- ✓ Disminución de la función renal
- ✓ Problemas del sueño
- ✓ Agotamiento
- ✓ Alteraciones del apetito

1.4.3 Consejos para afrontar el estrés

- ✓ No preocuparse de cosas que no se pueden controlar directamente (clima).
- ✓ Resolver los conflictos con otras personas.
- ✓ Fijar metas realísticas en casa y en el trabajo.
- ✓ **Hacer ejercicios.**
- ✓ Meditar.
- ✓ Abandonar las actividades diarias que le causan estrés con **deportes en grupo**, eventos sociales y pasatiempos.
- ✓ Tratar de ver los cambios como desafíos positivos, no como amenazas.

1.4.4 ¿Por qué es provechoso el ejercicio?

El ejercicio es una buena forma de afrontar el estrés porque es una manera saludable de descargar la energía contenida y la tensión. También ayuda a mantenerse en forma y sentirse mejor en todo sentido.

1.5 ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

La factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados y se apoya en 3 aspectos básicos:

- ✓ Operativo.
- ✓ Técnico.
- ✓ Económico - Financiero

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores. Este estudio sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

1.6 ESTUDIO DE MERCADO

El estudio de mercado es un proceso sistemático de recolección y análisis de datos e información. Entre sus usos se incluyen ayudar a crear un plan de negocios, lanzar un nuevo producto o servicio, mejorar productos o servicios existentes y expandirse a nuevos mercados.

1.6.1 Análisis de la Demanda

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

1.6.1.1 ¿Cómo se analiza la demanda?

La demanda es función de una serie de factores, como son la necesidad real que se tienen del bien o servicio, su precio, el nivel de ingreso de la población y otros, por lo que en el estudio habrá que tomar en cuenta información proveniente de fuentes primarias y secundarias.

1.6.1.1.1 Tipo de Estudio

El Estudio Descriptivo es aquel mediante el cual la investigación trata de llegar a conclusiones las cuales se verán traducidas en estrategias y tácticas aplicadas en un proyecto que ayuden a su desarrollo.

Técnica de recolección de la Información

Encuesta

Es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Este listado se denomina cuestionario.

Cálculo de la Muestra

Aquí nos indicará a cuantas personas se deberá aplicar la encuesta, la fórmula aplicar en poblaciones finitas, es decir en la cuales se conoce el universo es la siguiente:

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

1.6.1.2 Determinación del mercado objetivo y la demanda insatisfecha, cuando no se disponen de estadísticas⁴

Para sustentar y demostrar la viabilidad de un negocio, sin contar con estadísticas, se recogerán datos básicos mediante las encuestas y luego se tabularán para conseguir la información que se requiere como es:

⁴Izquierdo Maldonado, Retos Universidad Politécnica Salesiana, Pág. 41

- Si se consume el producto o servicio.
- Si está satisfecho o no.
- Si se cambiaría por un mejor producto o servicio.
- Cantidades de frecuencia, entre otras.

Luego se trabajará con los datos del mercado objetivo insatisfecho que nos ayudará a construir la demanda histórica y proyectar la demanda insatisfecha, mediante el método de proyección lineal.

1.6.2 Análisis de la Oferta

La oferta es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de productores está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado.

1.6.2.1 ¿Cómo se analiza la oferta?

El objetivo del análisis de la oferta es determinar o medir las cantidades y condiciones en que una economía puede y quiere poner a disposición del mercado un bien o servicio.

Técnica de recolección de la Información

La Observación

Es una técnica de investigación que consiste en observar personas, fenómenos, hechos, casos, objetos, acciones, situaciones, etc., con el fin de obtener determinada información necesaria para una investigación.

La técnica de observación se suele utilizar principalmente para observar el comportamiento de los consumidores; y, por lo general, al usar esta técnica, el observador se mantiene encubierto, es decir, los sujetos de estudio no son conscientes de su presencia.

1.6.3 FUERZAS COMPETITIVAS⁵

Las 5 Fuerzas de Porter es un modelo holístico que permite analizar cualquier industria en términos de rentabilidad. Fue desarrollado por Michael Porter en 1979 y, según éste, la rivalidad entre los competidores es el resultado de la combinación de cinco fuerzas o elementos. Las cinco fuerzas son:

(F1) Poder de negociación de los Compradores o Clientes

- Concentración de compradores respecto a la concentración de compañías.
- Costes o facilidades del cliente de cambiar de empresa.
- Disponibilidad de información para el comprador.
- Existencia de productos sustitutos.
- Sensibilidad del comprador al precio.
- Ventaja diferencial (exclusividad) del producto.

(F2) Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores

El “poder de negociación” se refiere a una amenaza impuesta sobre la industria por parte de los proveedores, a causa del poder de que éstos disponen ya sea por su grado de concentración, por la especificidad de los insumos que proveen, por el impacto de estos insumos en el costo de la industria, etc.

(F3) Amenaza de nuevos entrantes

- Represalias esperadas.
- Acceso a canales de distribución.
- Mejoras en la tecnología.
- Demandas judiciales.

⁵http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_Porter_de_las_cinco_fuerzas 15/Agosto/2011

(F4) Amenaza de productos sustitutos

- Propensión del comprador a sustituir.
- Precios relativos de los productos sustitutos.
- Coste o facilidad de cambio del comprador.
- Nivel percibido de diferenciación de producto.

(F5) Rivalidad entre los competidores

Más que una fuerza, la rivalidad entre los competidores viene a ser el resultado de las cuatro anteriores. La rivalidad entre los competidores define la rentabilidad de un sector: cuanto menos competido se encuentre un sector, normalmente será más rentable y viceversa.

1.6.4 Análisis del Mercado Meta⁶

1.6.4.1 Macro-Segmentación

La definición del campo de actividad de una empresa se delimita a través de la puesta en práctica del concepto de producto – mercado, y esta noción, analizada en diferentes niveles de agregación nos da la posibilidad de aplicar la metodología de macro segmentación

1.6.4.2 Micro-Segmentación

Una vez efectuada la gran partición o macro segmentación en productos-mercado se hace necesario un análisis más minucioso y detallado de los segmentos o conjuntos parciales homogéneos que los integran.

⁶<http://www.monografias.com/trabajos26/segmentacion-mercados/segmentacion-mercados.shtml>
15/Agosto/2011

Este estudio más particularizado apunta a detectar características referidas fundamentalmente a los consumidores, lo mismo que las cualidades preceptuales que permiten diferenciar los productos en el concepto de los compradores potenciales.

El objetivo de la micro segmentación es destacar estos aspectos e investigar cuántos y cuáles de ellos son comunes a la mayor cantidad posible de clientes, a fin de contar con un grupo que constituya un segmento razonable desde el punto de vista del interés comercial y económico.

1.6.5 MARKETING MIX

Es posible definir el Marketing Mix como la combinación coherente de las cuatro variables que constituyen la parte fundamental de las actividades de Marketing⁷ ó 4P (Producto, Precio, Promoción y Plaza), en este caso el proyecto no trata sobre producto, sino sobre un servicio, por lo tanto las 4P se convierten en 4C (consumidor, costo, conveniencia y comunicación).

1.6.5.1 Consumidor

Entender al cliente, conocer sus necesidades y motivaciones es una de las claves del marketing hoy en día. Se trata de enfocar la estrategia de marketing de la empresa al cliente. Esto implica que las empresas deben empezar por focalizar su target.

1.6.5.2 Costo

Es el valor de intercambio del producto o servicio, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto.

⁷<http://tecnoark.com/que-es-marketing-mix/4398/> 15/Agosto/2011

1.6.5.3 Conveniencia

Se refiere al conjunto de características que hace que el servicio sea atractivo a los ojos del consumidor, son las razones por las cuales es cliente debería elegir nuestro producto servicio.

1.6.5.4 Comunicación

Persigue difundir un mensaje y que éste tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. El objetivo principal de la comunicación es:

- ✓ Comunicar las características del servicio y sus beneficios.

La comunicación no es sólo publicidad. Los diferentes instrumentos que configuran el mix de comunicación son los siguientes:

- ✓ La publicidad.
- ✓ Las relaciones públicas.
- ✓ La promoción de ventas.
- ✓ El Marketing directo.

1.7 ESTUDIO TÉCNICO

Se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan: localización, instalaciones, equipos y organización requeridos.

1.7.1 LOCALIZACIÓN

El estudio y análisis de la localización de los proyectos puede ser muy útil para determinar el éxito o fracaso de un negocio, ya que la decisión acerca de dónde ubicar el

proyecto no solo considera criterios económicos, sino también criterios estratégicos, institucionales, técnicos, sociales, entre otros.

1.7.1.1 Macrolocalización

La macro localización de los proyectos se refiere a la ubicación de la macro zona dentro de la cual se establecerá un determinado proyecto.

1.7.1.2 Microlocalización

El análisis de micro localización indica cuál es la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida.

1.7.2 Ingeniería del Proyecto⁸

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación del servicio.

1.7.2.1 Infraestructura

Lugar físico el cual debe responder a las necesidades de los procesos que allí se van a realizar, en tal sentido se deben establecer las características del local o de la infraestructura en donde se van a llevar estos procesos de producción o de prestación de servicios, considerando lo siguiente:

- ✓ El área del local
- ✓ Las características del techo, la pared y de los pisos
- ✓ Los ambientes

⁸<http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/ingenieria-proyecto> 18/Agosto/2011

- ✓ La seguridad de los trabajadores o usuarios (ventilación, lugares de salida ante posibles accidentes o desastres naturales)

1.7.2.2 Tecnología

Define el tipo de maquinarias y equipos que serán necesarios para poder fabricar el producto o la prestación del servicio.

1.7.2.3 Determinación de necesidades de insumos

Se trata de prever y por consiguiente determinar las necesidades de insumos durante el horizonte temporal del proyecto, dependiendo del giro del negocio.

1.7.2.4 Procesos Productivos

Diseño de los subprocesos dentro del proceso de –producción- de tal manera que pueda darse un proceso óptimo en la fabricación del producto o prestación del servicio.

1.8 ESTRUCTURA ADMINISTRATIVA

1.8.1 Misión

La misión responde a la pregunta ¿Cuál es nuestro negocio?, donde se define claramente cuál es la actividad que se va a realizar, identifica para quien se lo va a hacer y describe valores y prioridades de la empresa.

1.8.2 Visión

Es un complemento de la misión y responde a la pregunta ¿Qué se quiere llegar a ser?, definiendo lo que se pretende alcanzar en el futuro como empresa.

1.8.3 Objetivos⁹

Los objetivos son resultados que una empresa pretende alcanzar, o situaciones hacia donde ésta pretende llegar.

1.8.3.1 Importancia de los Objetivos

Establecer objetivos es esencial para el éxito de una empresa, ya que establecen un curso a seguir y sirven como fuente de motivación para todos los miembros de la empresa. Además:

- ✓ Permiten enfocar esfuerzos hacia una misma dirección.
- ✓ Sirven de guía para la formulación de estrategias y asignar recursos.
- ✓ Permiten evaluar resultados, al comparar los resultados obtenidos con los objetivos propuestos y, de ese modo, medir la eficacia o productividad.
- ✓ Generan coordinación, organización y control.
- ✓ Generan participación, compromiso y motivación.
- ✓ Producen sinergia.
- ✓ Disminuyen la incertidumbre.

1.8.4 Políticas Institucionales

Las políticas son guías para orientar la acción; son lineamientos generales a observar en la toma de decisiones, sobre algún problema que se repite una y otra vez dentro de una organización. En este sentido, las políticas son criterios generales de ejecución que auxilian al logro de los objetivos y facilitan la implementación de las estrategias.

⁹<http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/> 18/Agosto/2011

Las políticas, no interesando su nivel, deben estar interrelacionadas y contribuir a lograr las aspiraciones de la empresa; asimismo, su redacción debe ser clara, accesible y de contenido realista, de tal forma que su interpretación sea uniforme

1.8.5 Organigrama

Es la representación gráfica de la estructura de una empresa, es un modelo abstracto y sistemático, que permite obtener una idea uniforme acerca de la estructura formal de una organización.

1.8.5.1 Finalidades y Requisitos del Organigrama

- ✓ Desempeña un papel informativo.
- ✓ Obtener todos los elementos de autoridad, los diferentes niveles de jerarquía, y la relación entre ellos.
- ✓ Tiene que ser fácil de entender y sencillo de utilizar.
- ✓ Debe contener únicamente los elementos indispensables.

1.8.6 Tipo de Empresa

***COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA*¹⁰**

1.8.6.1 Generalidades

La Compañía de Responsabilidad Limitada, es la que se contrae con un mínimo de tres personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince. En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de

¹⁰<http://blogs.monografias.com/arturoclery/2009/08/18/las-companias-en-el-ecuador/> 18/Agosto/2011

la empresa acompañado siempre de una expresión peculiar para que no pueda confundirse con otra compañía.

1.8.6.2 Requisitos

El nombre en esta especie de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías.

1.8.6.3 Solicitud de Aprobación

La presentación al Superintendente de Compañías, se la hará con tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía, adjuntando la solicitud correspondiente, la misma que tiene que ser elaborada por un abogado, pidiendo la aprobación del contrato constitutivo.

1.8.6.4 Número Mínimo y Máximo de Socios

La compañía se constituirá con tres socios, como mínimo y con un máximo de quince, y si durante su existencia jurídica llegare a exceder este número deberá transformarse en otra clase de compañía o deberá disolverse. Cabe señalar que ésta especie de compañías no puede subsistir con un solo socio.

1.8.6.5 Capital Mínimo

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada, es de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses. Las aportaciones pueden consistir en numerario

(dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía, y dichos bienes serán valuados por los socios o por los peritos.

1.8.6.6 Procedimiento para la Constitución

- A. Aprobación del Nombre de la Compañía
- B. Apertura de cuenta de integración del capital
- C. Celebrar la escritura pública
- D. Solicitar la aprobación de la Escritura de Constitución
- E. Obtener la resolución de la aprobación de la escritura
- F. Cumplir con las disposiciones de la resolución
- G. Inscribir las escrituras en el Registro Mercantil
- H. Elaborar nombramientos de la Directiva de la Compañía
- I. Inscribir los nombramientos en el Registro Mercantil
- J. Reingresar los documentos a la Superintendencia de Compañías
- K. Obtener el RUC
- L. Retirar la cuenta de integración de capital
- M. Apertura de una cuenta bancaria a nombre de la Compañía
- N. Obtener permisos para imprimir facturas

1.9 ESTUDIO ECONÓMICO –FINANCIERO

En el estudio económico financiero figura de manera sistemática y ordenada la información de carácter monetario, en resultado a la investigación y análisis efectuado en el Estudio Técnico; que será de gran utilidad en la evaluación de la rentabilidad económica del proyecto.

1.9.1 Inversión Total

Es el capital requerido para poner en funcionamiento el negocio, se obtiene de la suma de la inversión fija, los activos intangibles y el capital de trabajo.

1.9.1.1 Inversión Fija

Son todos los activos fijos (elementos tangibles necesarios para el funcionamiento de la empresa que no están para la venta) que se van a requerir, y el valor de cada uno de ellos.

Los activos fijos los podemos dividir en:

- ✓ Muebles y enseres
- ✓ Maquinaria y equipos.
- ✓ Vehículos
- ✓ Terrenos y edificios

1.9.1.2 Activos Intangibles

Son aquellos elementos intangibles necesarios para el funcionamiento de la empresa que vamos a requerir, y el valor de cada uno de ellos.

Los activos intangibles los podemos dividir en:

- ✓ Investigación y desarrollo
- ✓ Gastos de constitución y legalización
- ✓ Gastos de puesta en marcha
- ✓ Imprevistos

1.9.1.3 Capital de Trabajo

Es el dinero necesario para poner en funcionamiento el negocio durante el primer ciclo productivo, que es el tiempo transcurrido desde que se inician las operaciones del negocio hasta que se obtiene el dinero en cantidades suficientes como para seguir operando normalmente sin requerir de mayor inversión. Se hace una lista con cada requerimiento y su valor.

El capital de trabajo lo podemos clasificar en:

- Realizable: conformado por todo aquello que puede ser almacenado(útiles de escritorio)
- Disponible: dinero requerido para pagar diversos servicios después de que éstos hayan sido utilizados, (servicios básicos sueldos, etc.)
- Exigible: desembolsos que se realizan por anticipado; (adelanto de arriendo, seguros).

1.9.2 FINANCIAMIENTO¹¹

Señalar si el proyecto será financiado en su totalidad con capital propio, o se requerirá de algún tipo de financiamiento externo.

En caso de hacer uso de financiamiento externo, se debe indicar qué porcentaje del total de la inversión cubrirá el financiamiento con capital propio, y qué porcentaje cubrirá el financiamiento con capital externo.

1.9.2.1 Fuentes de Financiamiento

¹¹<http://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios-parte-6-el-estudio-de-la-inversion-y-financiamiento/20/Agosto/2011>

En caso de hacer uso de financiamiento externo, y conocer de antemano la fuente que otorgue el crédito, se debe desarrollar una breve descripción de la fuente o fuentes externas de dicho financiamiento; y las condiciones o requisitos que se solicitan para otorgarlo.

Además se deben señalar las características del préstamo, cuál será el monto que se obtendrá, el plazo que durará el préstamo, su costo (tasa de interés más comisiones), etc. Y, finalmente, se debe elaborar un cuadro en donde señale las cuotas que se pagará durante el periodo de tiempo que dure el préstamo (presupuesto del pago de la deuda).

1.9.3 ESTADOS FINANCIEROS

1.9.3.1 Estado de Resultados

Es un informe económico que muestra el importe de la utilidad o pérdida incurrida durante un determinado periodo. Este incluye en primer lugar el total de ingresos provenientes de las actividades principales del ente y el costo incurrido para lograrlos.

El estado de resultado o estado de pérdidas y ganancias es el estado que suministra la información de las causas que generaron el resultado atribuible al periodo sea bien este un resultado de utilidad o pérdida.

1.9.3.2 Estado de Flujo del Efectivo¹²

El estado de flujos de efectivo es el estado financiero básico que muestra el efectivo generado y utilizado en las actividades de operación, inversión y financiación. Un Estado de Flujos de Efectivo es de tipo financiero y muestra entradas, salidas y cambio neto en el efectivo de las diferentes actividades de una empresa durante un período contable, en una forma que concilie los saldos de efectivo inicial y final.

¹²<http://www.monografias.com/trabajos29/flujos-efectivo/flujos-efectivo.shtml> 20/Agosto2011

1.9.3.3 Balance General

El balance es el estado que muestra en unidades monetarias la situación financiera de una empresa a una fecha determinada, además, tiene el propósito de mostrar la naturaleza de los recursos económicos de la empresa, así como los derechos de los acreedores y de la participación de los dueños.

El balance es un estado de situación financiera y comprende información clasificada y agrupada en tres grupos principales: activos, pasivos y capital.

1.9.4 Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto es la diferencia entre todos los ingresos y todos los egresos futuros, actualizados al periodo actual. Según el criterio del valor actual neto, el proyecto debe aceptarse si su valor actual neto es positivo. Su fórmula es:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FN}{(1+i)^t} - I$$

1.9.5 Tasa Interna de Retorno (TIR)

El criterio de la tasa interna de retorno evalúa el proyecto en función de una única tasa de rendimiento por periodo con la cual la totalidad de los beneficios actualizados son exactamente iguales a los desembolsos expresados en moneda actual. La TIR representa la tasa de interés más alta que un inversionista podría pagar sin perder dinero. Su fórmula es la siguiente:

$$TIR \rightarrow \sum_{t=1}^n \frac{FN}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

1.9.6 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Representa el tiempo que transcurre hasta poder recuperar la inversión

1.9.7 Punto de Equilibrio¹³

Punto de equilibrio es un concepto de las finanzas que hace referencia al nivel de ventas donde los costos fijos y variables se encuentran cubiertos. Esto supone que la empresa, en su punto de equilibrio, tiene un beneficio que es igual a cero (no gana dinero, pero tampoco pierde).

En el punto de equilibrio, por lo tanto, una empresa logra cubrir sus costos. Al incrementar sus ventas, logrará ubicarse por encima del punto de equilibrio y obtendrá beneficio positivo. En cambio, una caída de sus ventas desde el punto de equilibrio generará pérdidas.

La estimación del punto de equilibrio permitirá que una empresa, aún antes de iniciar sus operaciones, sepa qué nivel de ventas necesitará para recuperar la inversión.

¹³<http://definicion.de/punto-de-equilibrio/> 20/Agosto/2011

CAPÍTULO II:

ESTUDIO DE MERCADO

2.1 PERFIL DEL CONSUMIDOR

Para definir el perfil del consumidor del servicio que se va a ofrecer es importante identificar y conocer los hábitos, gustos y preferencias que tienen las personas en cuanto al cuidado físico y de su salud.

En este capítulo se definirá el comportamiento de los consumidores de esta clase de servicios, para lo cual fue necesario obtener información primaria a través de la realización de encuestas y entrevistas, así como también se aplicó la observación directa que ayudó a obtener información importante para definir tanto la oferta como la demanda que existe actualmente de este servicio.

2.2 DETERMINACIÓN DE LA POBLACIÓN

La población que se ha tomado en cuenta para realizar la presente investigación de mercado, está conformada por hombres y mujeres que residan en la parroquia de Solanda y cuya edad oscila entre los 20 y 59 años de edad.

Basándonos en la información obtenida en el VII Censo realizado por el INEC en el año 2010, se obtuvieron los siguientes datos:

**Cuadro N° 1.
Población Parroquia Solanda**

Características				
Ciudad	Parroquia	Sexo	Rango de edad	Nivel socioeconómico
Quito	Solanda	Masculino y femenino	20 a 59 años	Medio/ medio alto
TOTAL HABITANTES: 20.973				

Fuente: INEC VII Censo de Población y Vivienda 2010

Elaborado por: La Autora

2.3 CÁLCULO DE LA MUESTRA

Para poder determinar el número de encuestas a realizar, se estableció como grado de confianza un 95% y un margen de error del 5%.

El grado de confianza (Z): de acuerdo a la tabla de distribución normal, el valor de “z” asociado a un nivel de confianza del 95%, es de 1,96.

Población (N): este dato corresponde al número de habitantes de la parroquia de Solanda proporcionado por el INEC y cuyas características son: Hombres y mujeres entre los 20 y 59 años de edad.

La porción estimada (p): es la probabilidad que existe que un evento ocurra, en este caso, la probabilidad que la personas estén dispuestas a obtener nuestro servicio. Al no contar con información previa, es prudente suponer que la probabilidad que existe de que nuestro servicio sea utilizado es del 50%, por lo tanto la probabilidad de fracaso (q) también será el 50%.

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

En donde:

n = tamaño de la muestra

N = población (20.973)

p = probabilidad de ocurrencia del suceso (0,5)

q = probabilidad de no ocurrencia del suceso ($1 - p$) = (0,5)

Z = nivel de confianza (95% de acuerdo a la tabla = 1,96)

e = error de estimación (5 %)

$$n = \frac{(1,96^2 * 20.973 * 0,5 * 0,5)}{(0,05^2 * (20.973 - 1)) + (1,96^2 * 0,5 * 0,5)}$$

$$n = \frac{20.142,47}{53,39}$$

$$n = 377,25$$

El tamaño de la muestra a encuestar es de 377,25 personas, que por efectos de cálculo lo redondearemos a 380 y así obtener mejores resultados.

2.4 DISEÑO DEL CUESTIONARIO

La información primaria se recopiló mediante la aplicación de la encuesta, la cual consta de 10 preguntas que nos permitirán obtener información necesaria para desarrollar el presente proyecto. A continuación se presenta el cuestionario que se realizó: **VER ANEXO 1**

2.5 PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

El número de encuestas realizadas en la presente investigación suman un total de 380, las cuales se aplicaron a personas residentes de la parroquia de Solanda cuya edad está entre los 20 y 59 años de edad.

Los lugares en los que se efectuaron las encuestas fueron:

Parques y Canchas deportivas.- Parque Lineal, Parque de las Cuadras, Liga deportiva José Félix Barreiro.

Gimnasios.- Gimnasio Guerra, Gimnasio Zona Sport.

Hogares de la Parroquia.- los cuales fueron elegidos de manera aleatoria.

Se escogieron estos lugares, ya que allí existen personas que gustan de hacer deporte o su vez desearían practicar algún tipo de actividad física y son objeto de estudio de esta investigación.

A continuación se detallan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas:

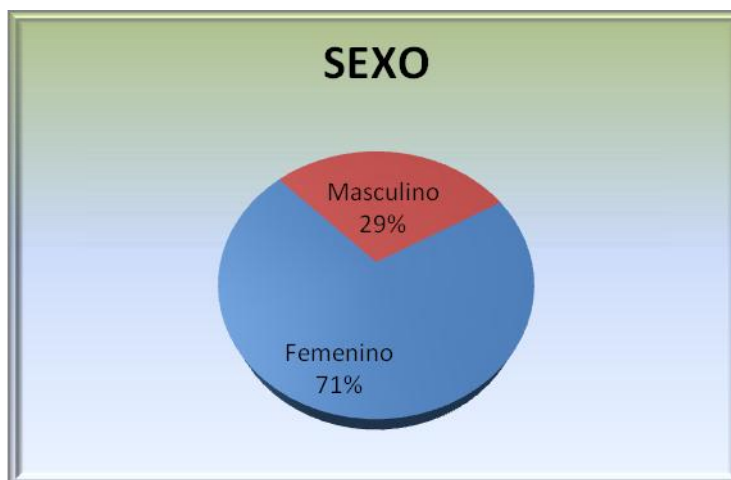
Análisis de los Resultados

Datos Generales:

**Cuadro N°2.
Sexo**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Femenino	270	71%
Masculino	110	29%
TOTAL	380	100%

**Gráfico N°1.
Sexo**



Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

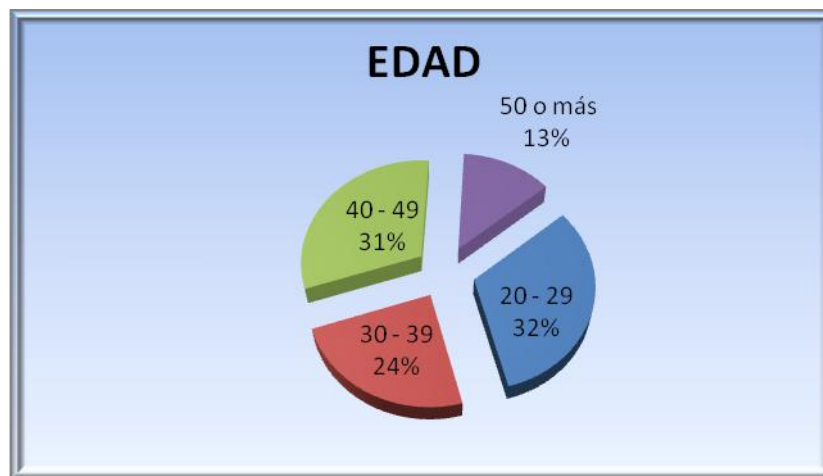
Elaborado por: La Autora

En el gráfico podemos observar que el sexo femenino predomina con un 71% frente a un 29% de sexo masculino. Esto se debe básicamente a que las encuestas en su mayoría fueron realizadas en días laborables, es por ello que en los hogares y otros lugares se encontraron más mujeres que hombres.

Cuadro N°3.
Edad

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
20 -29 años	120	32%
30-39 años	92	24%
40-49 años	118	31%
50 o más	50	13%
TOTAL	380	100%

Gráfico N°2.
Edad



Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

Elaborado por: La Autora

El grupo de edad con mayor frecuencia es el de 20 a 29 años con un 32% de presencia, seguido con el grupo de 40 a 49 años que cuenta con un 31%, así también con el 24% está el grupo de 30 a 39 años y finalmente encontramos con un 13% al grupo de 50 años en adelante.

Pregunta 1:¿Considera importante la actividad física en la vida diaria?

**Cuadro N°4.
Importancia la actividad física**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	380	100%
NO	0	0%
TOTAL	380	100%

**Gráfico N°3.
Importancia la actividad física**



Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

Elaborado por: La Autora

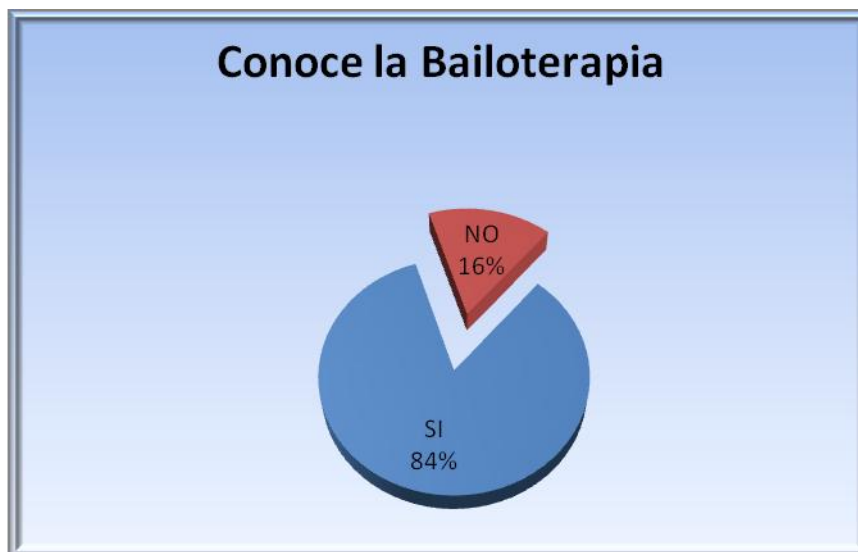
Como podemos observar existe un 100% de afirmación a esta pregunta. Nos dieron varias respuestas del por qué en esta afirmación, pero sin duda la más frecuente fue que era bueno para la salud, así como también que ayuda a mantenerse en forma y distraer la mente disminuyendo así el estrés.

Pregunta 2:¿Conoce la Bailoterapia como actividad física?

**Cuadro N°5.
Conoce la Bailoterapia**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	319	84%
NO	61	16%
TOTAL	380	100%

**Gráfico N°4.
Conoce la Bailoterapia**



Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

Elaborado por: La Autora

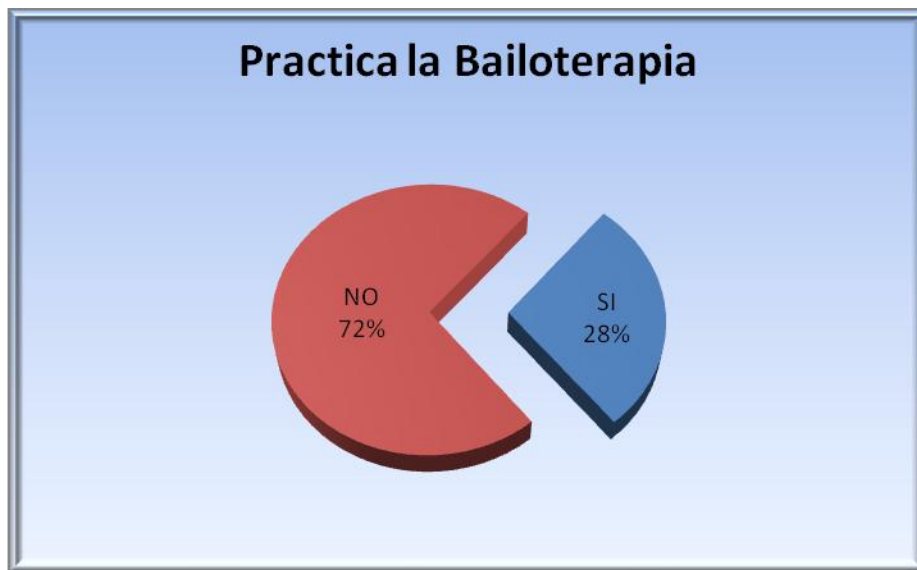
En el cuadro observamos que el 84% de las personas conocen que es la Bailoterapia, frente a un 16% que no lo conoce. Ante esto podemos ver que esta práctica ya es conocida por la gran mayoría, es decir que se apuntó a un servicio del cual ya se tiene conocimiento previo.

Pregunta 3: ¿Practica la Bailoterapia?

**Cuadro N°6.
Practica la Bailoterapia**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	106	28%
NO	274	72%
TOTAL	380	100%

**Gráfico N°5.
Practica la Bailoterapia**



Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

Elaborado por: La Autora

En el cuadro encontramos que un 28% de los encuestados conocen la Bailoterapia y la practican, frente a un 72% que no la realiza.

Pregunta 4: ¿Le gustaría practicar como actividad física La Bailoterapia?

**Cuadro N°7.
Disposición a practicar la Bailoterapia**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	82	30%
NO	192	70%
TOTAL	274	100%

**Gráfico N°6.
Disposición a practicar la Bailoterapia**



Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

Elaborado por: La Autora

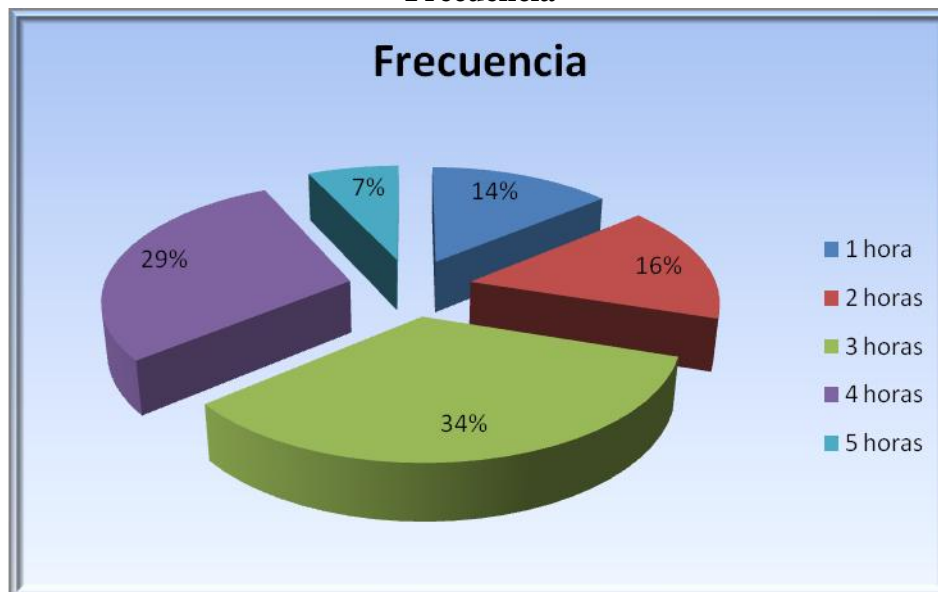
Esta pregunta estuvo dirigida a las personas que no realizan Bailoterapia que correspondía al (72% de los encuestados), y cuyo objetivo era averiguar cuántos de ellos estarían dispuestos a practicarla si encuentran un servicio que satisfaga sus necesidades.

Pregunta 5:¿Cuántas horas a la semana dedica a la Bailoterapia?

**Cuadro N°8.
Frecuencia**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
1 hora	15	14%
2 horas	17	16%
3 horas	36	34%
4 horas	31	29%
5 horas	27	7%
TOTAL	106	100%

**Gráfico N°7.
Frecuencia**



Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

Elaborado por: La Autora

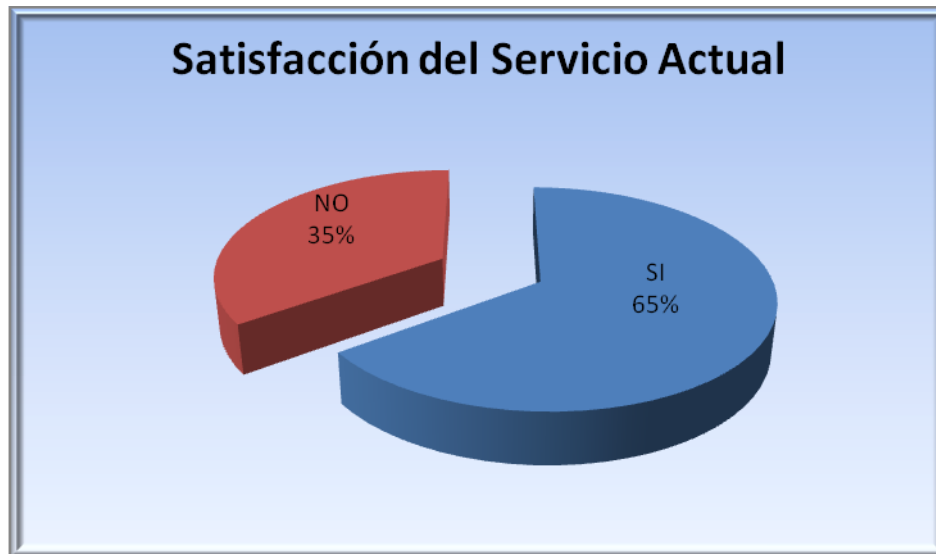
Esta pregunta estuvo dirigida al 28% de personas que practican la Bailoterapia, y tiene por objeto identificar el número de horas que las personas realizan esta actividad por semana, este dato es muy importante ya que nos permitirá calcular el promedio de horas por persona ó Consumo per-cápita.

Pregunta 6: ¿Está satisfecho con el servicio de Bailoterapia que recibe actualmente?

**Cuadro N°9.
Satisfacción del Servicio Actual**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	69	65%
NO	37	35%
TOTAL	106	100%

**Gráfico N°8.
Satisfacción del Servicio Actual**



Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

Elaborado por: La Autora

En el gráfico podemos observar que de las personas que practican actualmente Bailoterapia, el 65% se encuentra satisfecho con el servicio, frente a un 35% que no lo está.

Pregunta 7:¿Si le ofrecen un mejor servicio de Bailoterapia, estaría dispuesto a cambiar el actual?

Cuadro N°10.
Satisfechas dispuestas a cambiar el servicio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	17	25%
NO	52	75%
TOTAL	69	100%

Gráfico N°9.
Satisfechas dispuestas a cambiar el servicio



Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

Elaborado por: La Autora

Esta pregunta fue realizada a las personas que se encuentran satisfechas con el servicio de Bailoterapia que reciben en la actualidad, aquí encontramos que un 25% estaría dispuestas a cambiar por un mejor servicio, frente a un 75% que no está dispuesto a cambiarlo.

Pregunta 8. ¿Estaría dispuesto a cambiar el servicio de Bailoterapia actual por otro?

Cuadro N°11.
No Satisfechas dispuestas a cambiar el servicio

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	24	65%
NO	13	35%
TOTAL	37	100%

Gráfico N°10.
No Satisfechas dispuestas a cambiar el servicio



Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

Elaborado por: La Autora

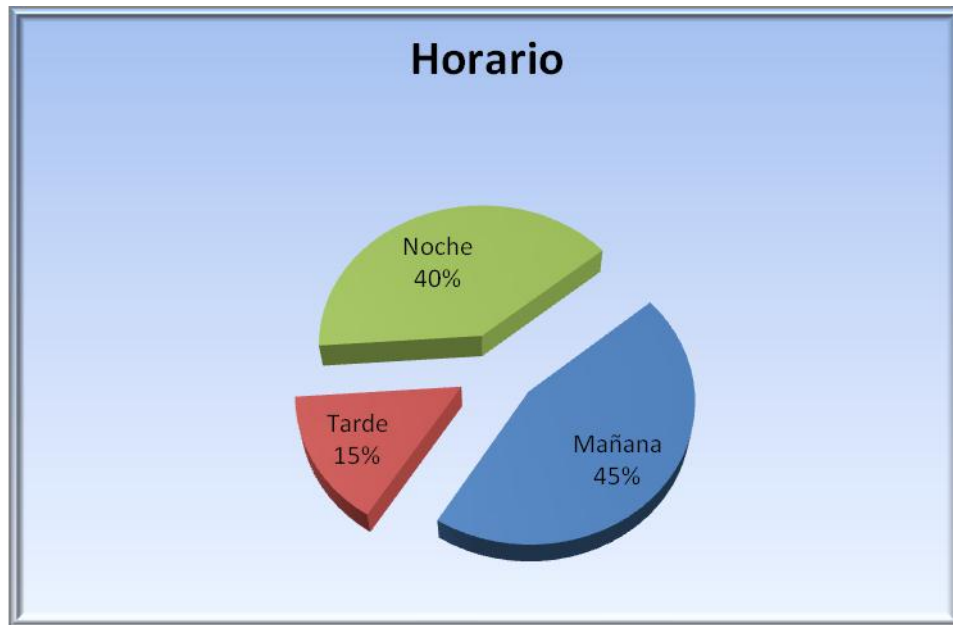
Esta pregunta consulto a las 37 personas que se encuentran insatisfechas con el servicio actual que reciben de bailoterapia de las cuales un 65% esta dispuesta a cambiar por uno mejor, frente a un 35% que no lo haria.

Pregunta 9: ¿Qué horario prefiere o preferiría para practicar la actividad física?

**Cuadro N°12.
Horario**

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	48	45%
Tarde	16	15%
Noche	42	40%
TOTAL	106	100%

**Gráfico N°9.
Horario**



Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

Elaborado por: La Autora

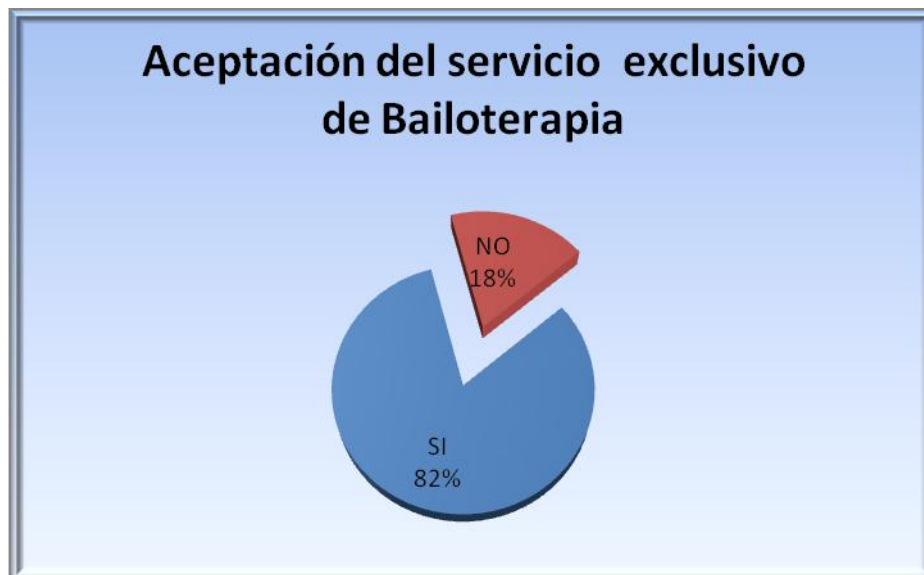
También un dato importante que reflejó este estudio es que el 45% de las personas prefiere el horario de la mañana para la práctica de ejercicios, seguido con un 40% de preferencia para el horario de la noche y un 15% para el horario de la tarde.

Pregunta 10: ¿Le gustaría encontrar un sitio donde se practique de manera exclusiva la Bailoterapia?

Cuadro N°13.
Aceptación del servicio exclusivo de Bailoterapia

Respuesta	Frecuencia	Porcentaje
SI	154	82%
NO	34	18%
TOTAL	188	100%

Gráfico N°12.
Aceptación del servicio exclusivo de Bailoterapia



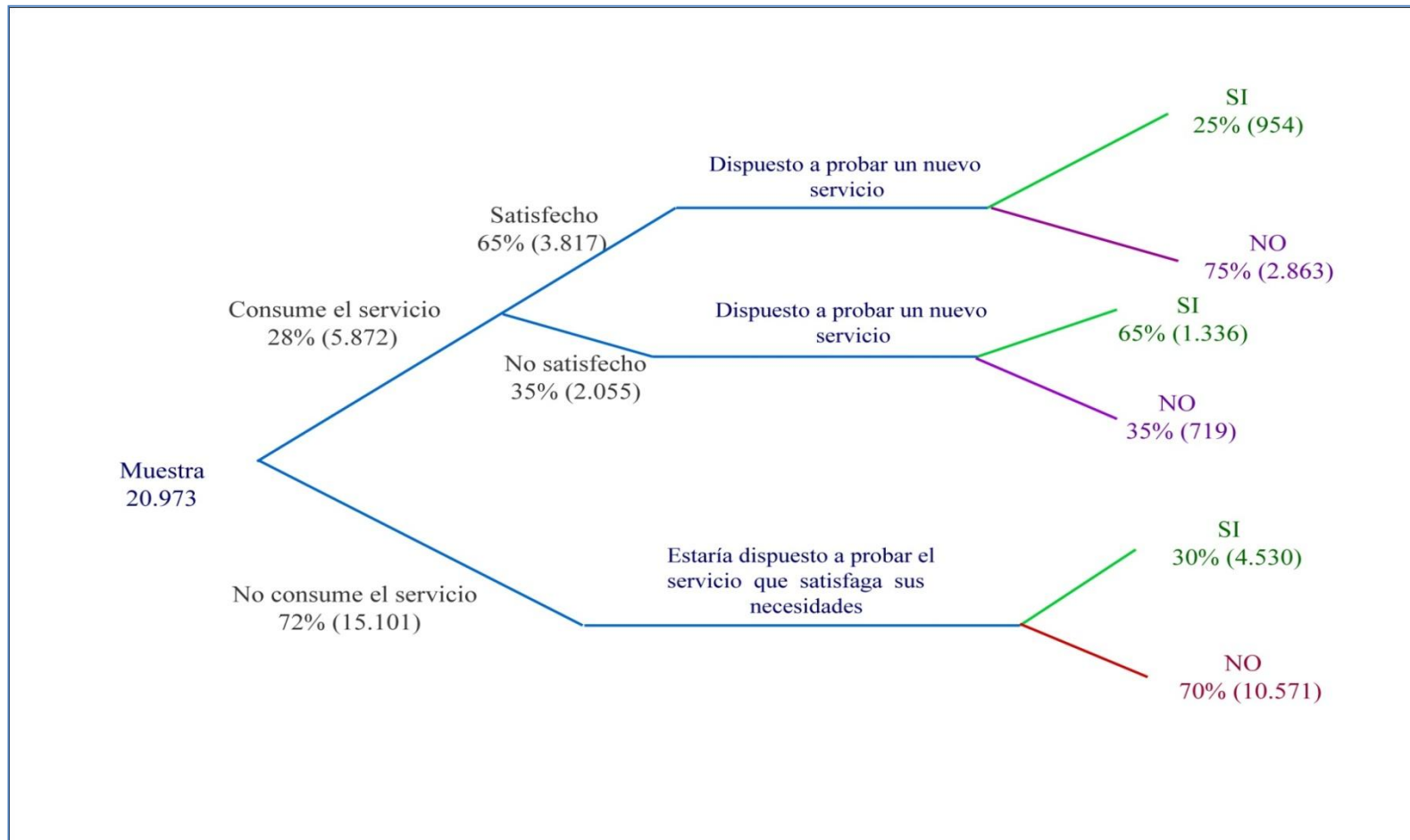
Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

Elaborado por: La Autora

Después de informar sobre la Bailoterapia a las personas que no sabían de lo que se trataba se planteó la pregunta que si desearían encontrar un lugar especializado en esta práctica, a lo cual un 82% dijo que **si** frente a un 18% que respondió que **no**, cabe destacar que esta pregunta, s fue dirigida a quienes practican la actividad y a las personas que no lo hacen pero estarían dispuesta a hacerlo, es decir nuestra demanda potencial.

2.6 DETERMINACIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

Gráfico N°13.
Mercado Objetivo / Número de Compradores Potenciales



Cuadro N°14.
Mercado Objetivo / Número de Compradores Potenciales

Compradores Potenciales Actuales		10.402
Atendidos satisfechos	3.817	
No atendidos insatisfechos	4.530	
Atendidos no satisfechos	2.055	
Compradores Atendidos (OFERTA)		3.582
Atendidos satisfechos no desean cambiarse	2.863	
Atendidos no satisfechos no desean cambiarse	719	
Mercado Objetivo Insatisfechos (N)		6.820
Atendidos satisfechos por cambiarse	954	
Atendidos no satisfechos por cambiarse	1.336	
No atendida insatisfecha	4.530	

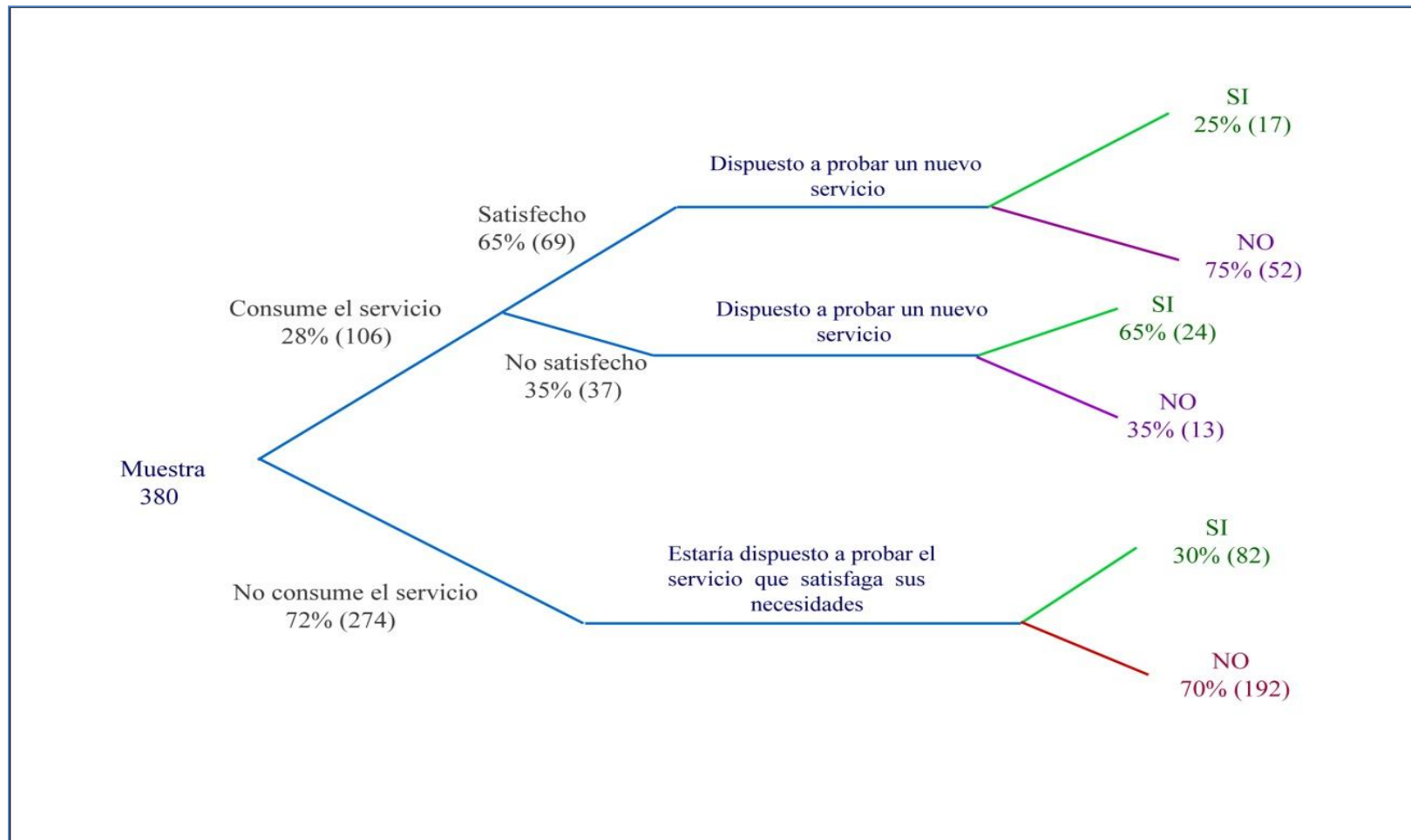
Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

Elaborado por: La Autora

El grafico y cuadro descrito anteriormente están contruidos con los datos de la población total que se obtuvo a través de INEC (20.973 personas), y de acuerdo a los porcentajes que se obtuvo en la tabulación de las encuestas, mostrando así el mercado potencial que existe para el servicio que se ofrece.

A continuación se presenta la misma información tomando en cuenta solo el número de encuestas es decir la (muestra).

Gráfico N°14.
Mercado Objetivo / Compradores insatisfechos de la muestra



Cuadro N°15.
Mercado objetivo insatisfechos de la muestra

Compradores Potenciales Actuales		188
Atendidos satisfechos	69	
No atendidos insatisfechos	82	
Atendidos no satisfechos	37	
Compradores Atendidos (OFERTA)		65
Atendidos satisfechos no desean cambiarse	52	
Atendidos no satisfechos no desean cambiarse	13	
Mercado Objetivo Insatisfechos (N)		123
Atendidos satisfechos por cambiarse	17	
Atendidos no satisfechos por cambiarse	24	
No atendida insatisfecha	82	
Total Muestra Mercado Objetivo Insatisfecho		123

Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

Elaborado por: La Autora

2.6.1 Consumo per – cápita

La tabulación de las 298 encuestas que dijeron si practicar la Bailoterapia, se presenta a continuación, en el cuadro se puede apreciar el número de horas que se requieren a la semana.

Cuadro N°16.
Consumo Per – cápita (año 2011)

Frecuencia (horas a la semana)	Frecuencia	Horas Semanales
1	15	15
2	17	34
3	36	108
4	31	124
5	7	35
TOTAL MUESTRA	106	316
	Cpc / semana 2011	2,98

Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

Elaborado por: La Autora

** Al momento de realizar las encuestas, en la pregunta de la frecuencia se pidió a las personas que nos ayudaran con el dato del año anterior, es decir que número de horas de Bailoterapia realizaron semanalmente en el año 2010, obteniendo los siguientes resultados.

**Cuadro N°17.
Consumo Per – cápita (año 2010)**

Frecuencia (horas a la semana)	Frecuencia	Horas Semanales
1	22	22
2	17	34
3	34	102
4	29	116
5	4	20
TOTAL MUESTRA	106	294

Cpc / semana 2010	2,77
--------------------------	-------------

Fuente: Encuesta realizada septiembre / 2011

Elaborado por: La Autora

2.6.2 Demanda Actual Insatisfecha

La Demanda Insatisfecha se obtiene de multiplicar el número de compradores potenciales por el consumo per-cápita, siendo así en nuestro caso tenemos lo siguiente:

$$Demanda\ Insatisfecha\ (DI) = N * Cpc$$

Antes de realizar el cálculo estimaremos el valor de N, en el cuadro N° 13, el mercado de compradores insatisfechos es de 6.820 personas, tomando en cuenta que un número adecuado para realizara la bailoterapia es de 35 personas por hora, esto según datos obtenidos en entrevistas que se presentan más adelante, tenemos lo siguiente.

$$N = 6.820 / 35$$

$$N = 195 \text{ grupos de personas}$$

Entonces:

$$(DI) = 195 * 3$$

$$(DI) = 585 \text{ horas a la semana}$$

2.6.3 Demanda Histórica Insatisfecha

Para poder construir nuestra demanda histórica insatisfecha, necesitamos los datos del consumo del año anterior que son: 3 horas semanales, para N (compradores potenciales) se estimó en base a la tasa de crecimiento en el uso del tiempo en la actividad física que es el 4,68%¹⁴.

Dado los datos tenemos lo siguiente:

¹⁴ Datos de INEC, estudio del uso del tiempo 2011

Cuadro N°18
Demanda Histórica

AÑOS	DEMANDA INSATISFECHA N° Servicios/Semana
2007	482
	((5.906 * 0,9531)/35) * 3
2008	506
	((6.196 * 0,9531)/35) * 3
2009	531
	((6.501 * 0,9531)/35) * 3
2010	557
	((6.820 * 0,9531)/35) * 3
2011	585
	(6.820 /35) * 3

Elaborado por: La Autora

2.6.4 Proyección de la Demanda Insatisfecha

Para obtener los datos de la demanda insatisfecha de los próximos 5 años se utilizará la regresión lineal, mediante el método de mínimos cuadrados cuya función es:

$$Y = a + b x$$

Para determinar los valores de a y b se utilizarán las siguientes fórmulas:

$$1 \quad \sum y = n a + b \sum x$$

$$2 \quad \sum xy = a \sum x + b \sum x^2$$

Para aplicar las fórmulas tenemos los siguientes datos:

Cuadro N°19
Datos Históricos

AÑOS	AÑOS	DEMANDA		
	X	Y	XY	X ²
2007	1	482	482	1
2008	2	506	1.012	4
2009	3	531	1.593	9
2010	4	557	2.229	16
2011	5	585	2.923	25
Σ	15	2.662	8.240	55

Elaborado por: La Autora

Cálculos:

$$1 \quad 2.662 = 5a + 15b \quad (-3)$$

$$2 \quad 8.240 = 15a + 55b$$

$$1 \quad -7.985 = -15a - 45b$$

$$2 \quad 8.240 = 15a + 55b$$

$$255 = 10b$$

$$b = \frac{255}{10}$$

$$b = 25,5$$

Reemplazo **b** en la primera ecuación:

$$1 \quad 2.662 = 5a + 15(25,5)$$

$$2,662 = 5a + 382,5$$

$$2.279,5 = 5a$$

$$a = \frac{2.279,5}{5}$$

$$a = 455,9$$

Cuadro N°20
Función de Proyección o Ajuste

$Y = a + b x$
$Y = 455,9 + 25,5 x$

Elaborado por: La Autora

Una vez obtenida la función de ajuste, se procede a realizara la proyección de los siguientes 5 años, información que se refleja en el siguientes cuadro.

Cuadro N°21
Proyección de la Demanda Insatisfecha

AÑOS	AÑOS X	DEMANDA PROYECTADA Y'
2012	6	609
2013	7	634
2014	8	660
2015	9	685
2016	10	711

Elaborado por: La Autora

2.6.5 Coeficiente de Determinación R^2

Cuadro N°22
Datos Coeficiente de Determinación R^2

AÑOS	DEMANDA					
X	Y	$(Y-\bar{y})$	$(Y-\bar{y})^2$	Y'	$(Y'-\bar{y})$	$(Y'-\bar{y})^2$
1	482	-50	2.485	481	-51	2.607
2	506	-26	682	507	-26	652
3	531	-1	2	532	0	-
4	557	25	620	558	26	652
5	585	52	2.735	583	51	2.607
15	2.662	0	6.523	2.662	0	6.518

Elaborado por: La Autora

Para el cálculo del coeficiente utilizaremos la siguiente fórmula:

$$R^2 = \frac{\sum(Y' - \bar{y})^2}{\sum(Y - \bar{y})^2}$$

Donde:

$$Y' = \frac{\sum Y}{n}$$

$$Y' = \frac{2.662}{5}$$

$$Y' = 532,4$$

Obtenido el dato de y media, procedemos a aplicar la fórmula del coeficiente:

$$\text{Coeficiente de Determinación } R^2 = \frac{6.518}{6.523}$$

$$R^2 = 0.9988$$

$$\text{Coeficiente de Correlación } R = \sqrt{0.999}$$

$$R = 0.999$$

Con este resultado podemos corroborar el alto nivel de correlación que existe entre las variables x e y, dando un margen de error mínimo.

2.7 OFERTA

En esta parte de la investigación se hablará de los lugares que ofrecen Bailoterapia dentro de las opciones de ejercicios, ya que se tiene el conocimiento que no existe un establecimiento debido y legalmente conformado que se especialice en este servicio.

Por lo descrito anteriormente no existen estadísticas adecuadas ni actualizadas del número de establecimientos que ofrezcan el servicio de bailoterapia, por ello se ha utilizado tanto la técnica de la observación directa y la entrevista para evaluar la oferta.

2.7.1 OBSERVACIÓN DIRECTA

Debido a la poca información acerca de centros que ofrezcan bailoterapia se recurrió a la Observación Directa. Para el desarrollo adecuado de esta técnica se realizó un recorrido por la Parroquia de Solanda para contabilizar el número de lugares que ofrecen el servicio, los resultados que se obtuvieron fueron los siguientes:

- ✓ No existe ningún sitio especializado en Bailoterapia, pero si se encontraron 8 gimnasios que imparte esporádicamente este servicio y 3 lugares en el parque lineal donde se ofrece la bailoterapia junto con aeróbicos.
- ✓ En los gimnasios, la bailoterapia se ofrece 2 a 3 días a la semana una hora cada día, y en el parque lineal se ofrece media hora diaria en la mañana.
- ✓ No todos los instructores que imparten bailoterapia en los gimnasios y sitios del parque lineal son profesionales debidamente instruidos en esa área, sino en muchos casos son instructores de aeróbicos.
- ✓ Las pistas donde se practica la bailoterapia en los gimnasios no son las adecuadas, ya que la mayoría son de baldosa u otro material resbaloso que podría causar accidentes.

2.7.2 ENTREVISTA

Esta técnica está destinada a obtener datos importantes acerca de la acogida que ha tenido la bailoterapia en los establecimientos que se ofrece esporádicamente; por ello la entrevista se realizará al propietario de un gimnasio donde se ofrece este servicio, y aun instructor del parque lineal donde se lleva a cabo esta práctica; ya que siendo ellos entendidos en la materia su información nos será de gran ayuda en esta investigación.

VER ANEXO 2 Y 3.

2.7.2.1 Presentación de las Entrevistas

Entrevista para el propietario del Gimnasio

Nombre del Entrevistado: Sr. Roberto Fuentes

Cargo que posee: Propietario del American Gym

1) ¿Hace cuánto tiempo tiene el Gimnasio?

Hace 11 años.

2) ¿Hace cuánto tiempo ofrece bailoterapia en su establecimiento?

Cerca de 1 año.

3) ¿Ha tenido acogida la bailoterapia por parte de sus clientes?

Si muy buena acogida.

4) ¿Ha incrementado el número de clientes en su establecimiento a partir de que ofrece la bailoterapia?

Sí, hay gente que viene exclusivamente a esas clases.

5) ¿Cuántas horas de bailoterapia ofrece su establecimiento por semana?

Se ofrecen 3 horas a la semana.

6) ¿Ha pensado en aumentar el número de horas de bailoterapia?

Sí, pero por el momento el instructor de bailoterapia no tiene disponibilidad en su horario.

7) ¿Cuál es el número promedio de alumnos que tiene en cada hora de bailoterapia?

Como unas 40 personas.

8) ¿De qué género es la mayor parte de sus clientes que practican la bailoterapia?

Femenino

9) ¿Los instructores que imparten la bailoterapia son profesionales en esa área o son instructores de aerobics?

Si, solo cuento con un instructor que es un profesional en esa área.

10) ¿Qué valor cobra a sus alumnos por la hora de bailoterapia?

Cuando vienen exclusivamente a la hora de bailoterapia el valor es \$1,50-

11) ¿Cree usted que un establecimiento especializado en bailoterapia tendría buena acogida?

Si, se puede decir que es deporte de moda y pienso que un negocio especializado en esa práctica tendría una gran aceptación por parte del público, porque incluso muchos médicos recomiendan practicar específicamente bailoterapia.

Entrevista para el Instructor del Parque Lineal

Nombre del Entrevistado: Sra. Alejandra Betancourt

Cargo que posee: Instructora de uno de los sitios del parque lineal

1) ¿Es usted instructora de aeróbicos o bailoterapia?

Básicamente soy instructora de aeróbicos, pero actualmente me encuentro siguiendo un curso de baile.

2) ¿Cuánto tiempo lleva realizando esta actividad?

Un poco más de 2 años.

3) ¿Desde cuándo da clases en este lugar?

En este sitio del parque voy a cumplir un mes, pero anteriormente ofrecía mi servicio un poco más abajo pero en este mismo parque y lo venía haciendo hace más de 1 año.

4) ¿Cuántas horas de bailoterapia ofrece por semana?

Una hora diaria, es decir 7 horas a la semana, bueno en realidad mi clase consiste en media hora de aeróbicos y media hora de bailoterapia.

5) ¿Ha pensado en aumentar el número de horas de bailoterapia?

Sí, pero para ello me tengo que preparar un poco más, tanto en el baile como en mi estado físico, ya que impartir más de 1 hora y peor aún si es seguida es bastante sacrificado.

6) ¿Cuál es el número promedio de alumnos que tiene en cada hora?

Suelo tener mínimo 35 personas.

7) ¿De qué género es la mayor parte de sus clientes?

Femenino, aunque últimamente se han ido integrando más caballeros.

8) ¿Qué valor cobra a sus clientes?

\$1.00 la hora de clase

9) ¿Cree usted que un establecimiento especializado en bailoterapia tendría buena acogida?

Por supuesto, y más aún si se cuenta con profesionales ya que ellos incentivan mucho, además ayuda a cuidar de la salud y es una forma divertida que las personas encuentran para quitarse el estrés.

2.7.2.2 Análisis de las Entrevistas

Definitivamente el poder hablar con personas entendidas en el tema, permite tener una visión general del giro del negocio que se desea implementar, ellos comentan que en la actualidad la bailoterapia se ha convertido en una práctica muy popular e incluso recomendada por los médicos, motivo por el cual una clase promedio está compuesta de 35 a 40 personas que en su mayoría son de género femenino aunque últimamente muchos hombres están incursionando en esta práctica.

Al revisar la última pregunta de las entrevistas pudimos notar que los dos expertos coinciden en que un negocio especializado en la bailoterapia tendrá mucho éxito, debido a que es una práctica innovadora en lo que respecta al cuidado de la salud.

2.7.3 Cobertura de la demanda insatisfecha

Una vez analizada la oferta, en el siguiente cuadro se detallan el número de horas que se brindarán a la semana en el establecimiento.

Cuadro N°23
Horas que se ofrecerán

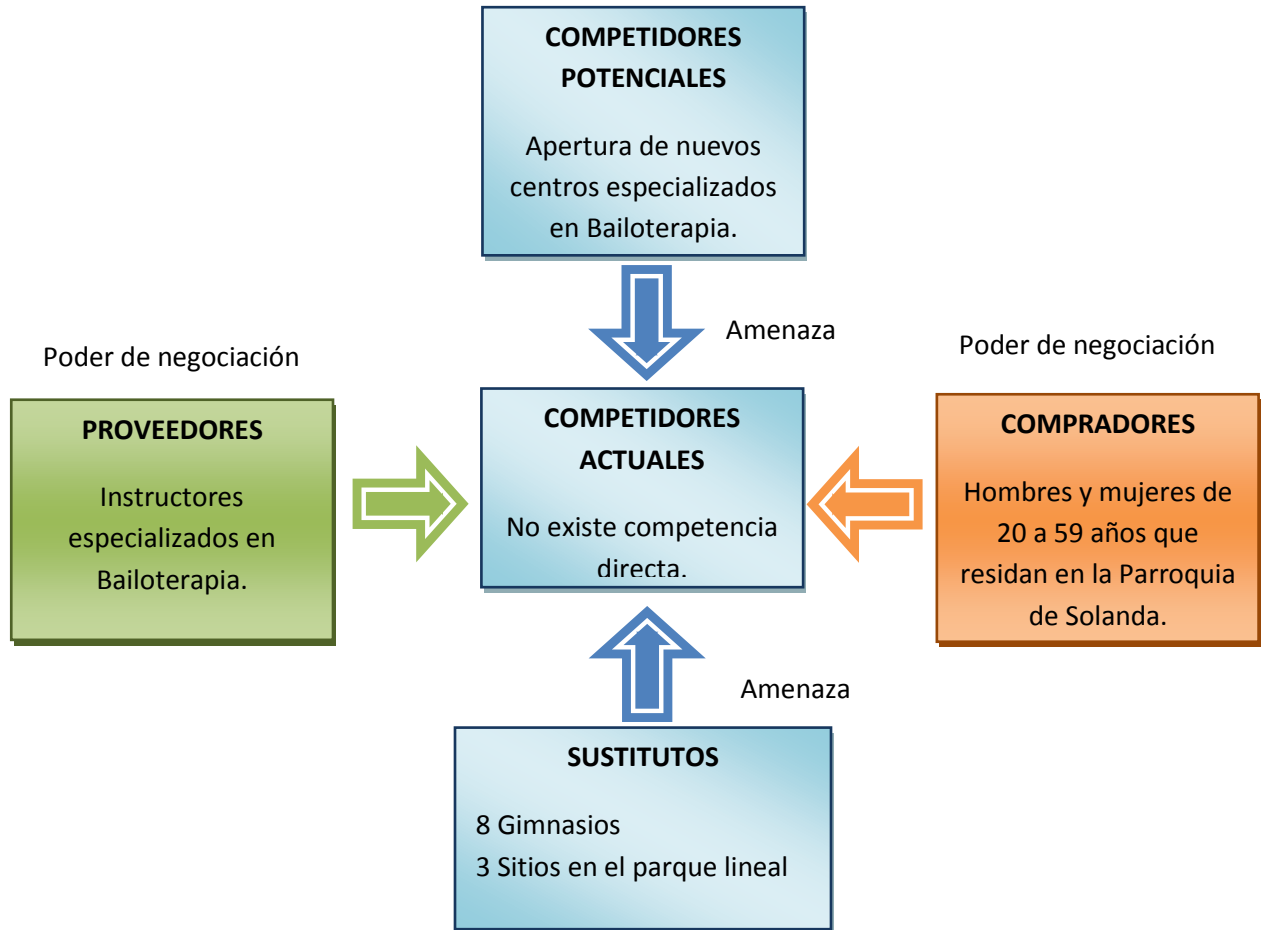
Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	TOTAL
Nº Horas	6	6	6	6	6	2	2	34

Elaborado por: La Autora

Como lo indica el cuadro anterior el número de horas que se ofrecerán es de 34 horas a la semana, con lo cual se pretende cubrir el 5,82% del total de la demanda insatisfecha.

2.8 FUERZA COMPETITIVAS

**Gráfico N°15.
Análisis de Porter**



Fuente: <http://jorgecardona28650gta.blogspot.com/2010/11/flujo-grama.html>

Elaborado por: La Autora

Competidores Actuales

En la actualidad no existe ningún sitio donde se imparta de manera exclusiva la práctica de la bailoterapia, por lo cual el proyecto abrirá las puertas a un nuevo mercado siendo los pioneros en ofrecer este servicio de manera exclusiva. En cierto aspecto se tendrá mayor accesibilidad al mercado meta ya que no existe competencia posicionada en la mente del consumidor.

Competidores Potenciales

Tomando en cuenta que esta empresa será la primera en ofrecer el servicio especializado en bailoterapia, y con ello se abrirá un nuevo mercado. Los competidores potenciales serán aquellas empresas que inicien próximamente y ofrezcan en sus instalaciones el servicio exclusivo de bailoterapia. Aquí se debe tomar en cuenta que no existe ninguna barrera que impida la entrada de posibles competidores, por ello uno de los objetivos primordiales será posicionarse rápidamente en la mente del consumidor y buscar la mayor fidelidad posible.

Sustitutos

Existen algunos lugares especialmente gimnasios donde se ofrecen de una manera esporádica clases de bailoterapia, a continuación se muestra un cuadro con los nombres de los gimnasios que existen en la parroquia:

**Cuadro N°24.
Lista de Gimnasios**

Nombre del Establecimiento
Gimnasio Zona Sport HR
Gimnasio Guerra
Gimnasio Body Sport
American Gym
Gimnasio Fitness
Huesitos Gym
Gimnasio Siluets
Gimnasio Mark's Power

Fuente: Observación

Elaborado por: La Autora

Estos establecimientos ofrecen de 2 ó 3 horas por semana la práctica de la bailoterapia, ya que su fuerte son los aeróbicos y pesas.

Además de los mencionados anteriormente existen 3 sitios específicos en el parque lineal donde se ofrecen clases de aeróbicos y baile en las mañanas.

Al igual que los competidores potenciales, en los sustitutos no existen barreras de entrada que limiten el ingreso de nuevos competidores.

Compradores

Dentro de este punto el poder de los clientes no es muy alto, ya que este proyecto ofrece un servicio exclusivo y nuevo para ellos, es decir la empresa solo impartirá clases de bailoterapia, siendo así ellos no tienen muchas opciones como para imponer sus condiciones.

Proveedores

Los principales proveedores serán los Instructores de Bailoterapia, personas que cuenten con una amplia experiencia y formación en esta práctica. En este caso el poder de negociación de los proveedores no es tan alto, ya que existe una oferta moderada de profesionales, que aunque no cuenten con un título (ya que en nuestro país no existe una escuela formal donde se instruya para ser profesores de bailoterapia), si cuentan con amplia trayectoria en el área; además que no hay agrupaciones que monopolicen el servicio.

2.9 ANÁLISIS DEL MERCADO META

Como sabemos para el desarrollo de un buen plan de marketing es importante identificar el mercado donde se desea competir, para de esta manera determinar la estrategia adecuada y lograr una presencia considerable en el mercado. Dado que los compradores son numerosos, están muy dispersos o son muy variados en cuanto a gustos, preferencias, necesidades y costumbres de compra, debemos elegir un segmento de

mercado que nos genere un volumen de ventas (servicio) suficiente y a un precio adecuado, el cual proporcione ingresos que justifiquen la inversión requerida.

Para esto tenemos dos niveles de segmentación de mercado:

- **Macro-segmentación:** diferencia los productos-mercados

- **Micro-segmentación:** identifica segmento de consumidores dentro de los productos-mercados.

2.9.1 MACRO-SEGMENTACIÓN

La macro-segmentación permite identificar el mercado objetivo al que está dirigido el servicio. Para poder precisar el mercado de referencia en macrosegmentos, intervienen tres dimensiones, las cuales son:

Funciones o necesidades

Esto responde a la pregunta ¿Qué necesidades satisfacer?

Se desea ser un centro especializado en bailoterapia ofreciendo así una alternativa divertida y diferente para ayudar a mantener una buena salud, brindando un servicio de alta calidad donde se vivan momentos de relax y esparcimiento.

Compradores

Aquí se responde a la pregunta ¿A quién satisfacer?

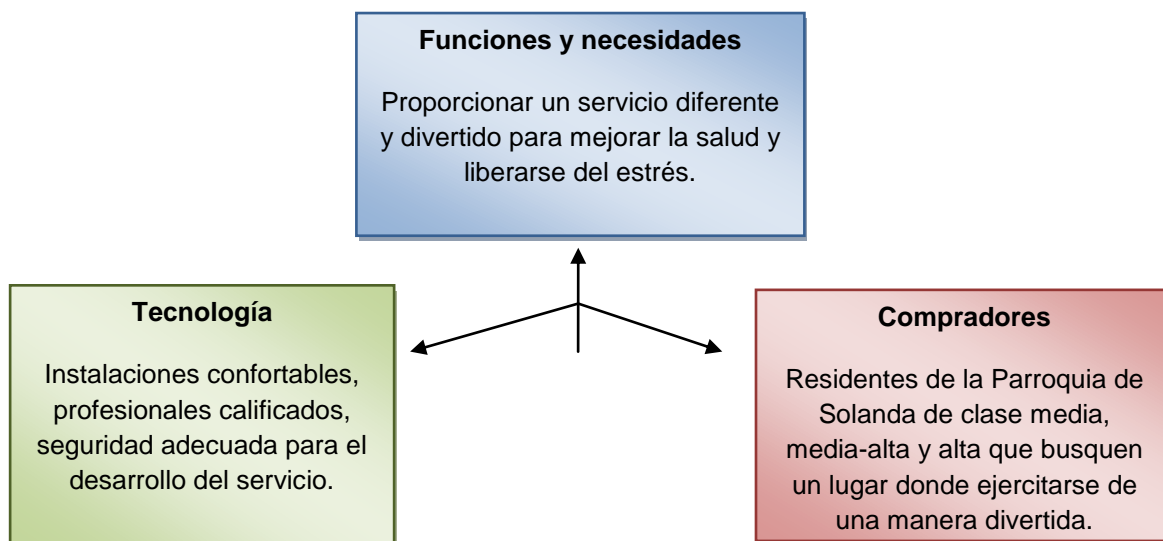
El servicio está dirigido a hombres y mujeres que residan en la parroquia de Solanda que posean un nivel socio-económico medio, medio-alto y alto, que busquen un lugar para ejercitarse de una manera divertida y así poder mejorar su salud.

Tecnología

Finalmente ésta responde a la pregunta ¿Cómo satisfacer estas necesidades?

La empresa obtendrá la satisfacción de sus clientes mediante la prestación de servicios de alta calidad con profesionales debidamente calificados, en instalaciones confortables y adecuadas con alta tecnología que ayude al buen desarrollo del servicio de bailoterapia y además con la debida seguridad que hoy en día las personas requieren.

**Gráfico N°16.
Macro-segmentación**



Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

2.9.2 MICRO-SEGMENTACIÓN

La micro-segmentación tiene como objetivo identificar plenamente el perfil del consumidor dentro de los mercados identificados en la etapa del análisis de la Macro-segmentación.

Las variables que se ha considerado en la segmentación son:

Características Demográficas

- ✓ **Sexo:** Femenino y Masculino
- ✓ **Edad:** Entre los 20 y 59 años, debido a que este grupo de personas buscan mejorar su salud o verse bien mediante el ejercicio físico.
- ✓ **Nivel Socioeconómico:** Medio, medio-alto y alto.

Características Geográficas

- ✓ **Variables Geográfica:** Provincia - Pichincha / Cantón – Quito / Parroquia - Solanda.

Características Pictográficas

- ✓ **Estilos de Vida:** Personas que trabajan, estudian, practican deportes, disfrutan de la actividad física y hacen del ejercicio parte de su rutina.
- ✓ **Valores:** Seguridad, emoción, diversión, relajamiento, satisfacción personal, entretenimiento.
- ✓ **Personalidad:** Personas activas, alegres, deportistas que cuidan de su salud y de su cuerpo.

Características Contractuales

- ✓ **Ocasiones de Consumo:** Por lo menos 3 veces por semana.
- ✓ **Beneficios Pretendidos:** Diversión, mejora de la salud, comodidad, satisfacción, precios módicos, seguridad, limpieza, entre otros.
- ✓ **Actitud del Servicio:** Existe una gran aceptación de nuestro servicio como un lugar de relajación, recreación y mejora de la salud física y mental.

2.9.3 DESCRIPCIÓN DEL MERCADO OBJETIVO

El mercado objetivo es: hombres y mujeres que residan en la Parroquia de Solanda, cuya edad oscila entre los 20 y 59 años de edad, de un nivel socio-económico de medio y medio-alto, que trabajen, estudien y sean personas activas que busquen cuidar su salud física y mental mediante la práctica de un deporte divertido

2.10 MARKETING MIX

Por ser un servicio, no se va a utilizar las 4P del marketing, sino se va manejar desde el punto de vista del consumidor o 4C del marketing, por ello tenemos los siguientes puntos:

2.10.1 Consumidor

El proyecto ofrece el servicio exclusivo de bailoterapia para hombres y mujeres entre los 20 y 59 años de edad que vivan en la Parroquia de Solanda. Este servicio se brindará desde la 6am hasta aproximadamente las 9pm, inicialmente se ofrecerán 3 horas en la mañana y 3 horas en la tarde y noche.

Adicionalmente se colocará varios dispensadores de agua para que las personas puedan servirse el líquido de manera gratuita y según su necesidad.

2.10.2 Costo

El costo que deberá asumir el cliente por el servicio de bailoterapia, será fijado tomando en cuenta los precios de la competencia, básicamente los sustitutos de nuestro servicio, los cuales son: de \$20 la mensualidad ó \$1 la hora de baile, de esta manera tendremos un costo competitivo para que así la gente nos prefiera.

Analizando este punto para el consumidor es un costo que debe asumir que a lo largo le resultará en una inversión ya que está cuidando su salud y mejorando su estilo de vida, y para nosotros representa el precio por el cual se presta el servicio.

2.10.3 Conveniencia

Este punto está dado por la cercanía a los domicilios, ya que el establecimiento se ubicará dentro de una zona en su mayor parte residencial donde actualmente no existe ningún gimnasio que brinde el servicio de bailoterapia, esto es en el barrio de Santa Rita, calle tendales S26-247 y Moromoro.

Además el establecimiento brindará al cliente horarios flexibles y extendidos de acuerdo a su necesidad o preferencia.

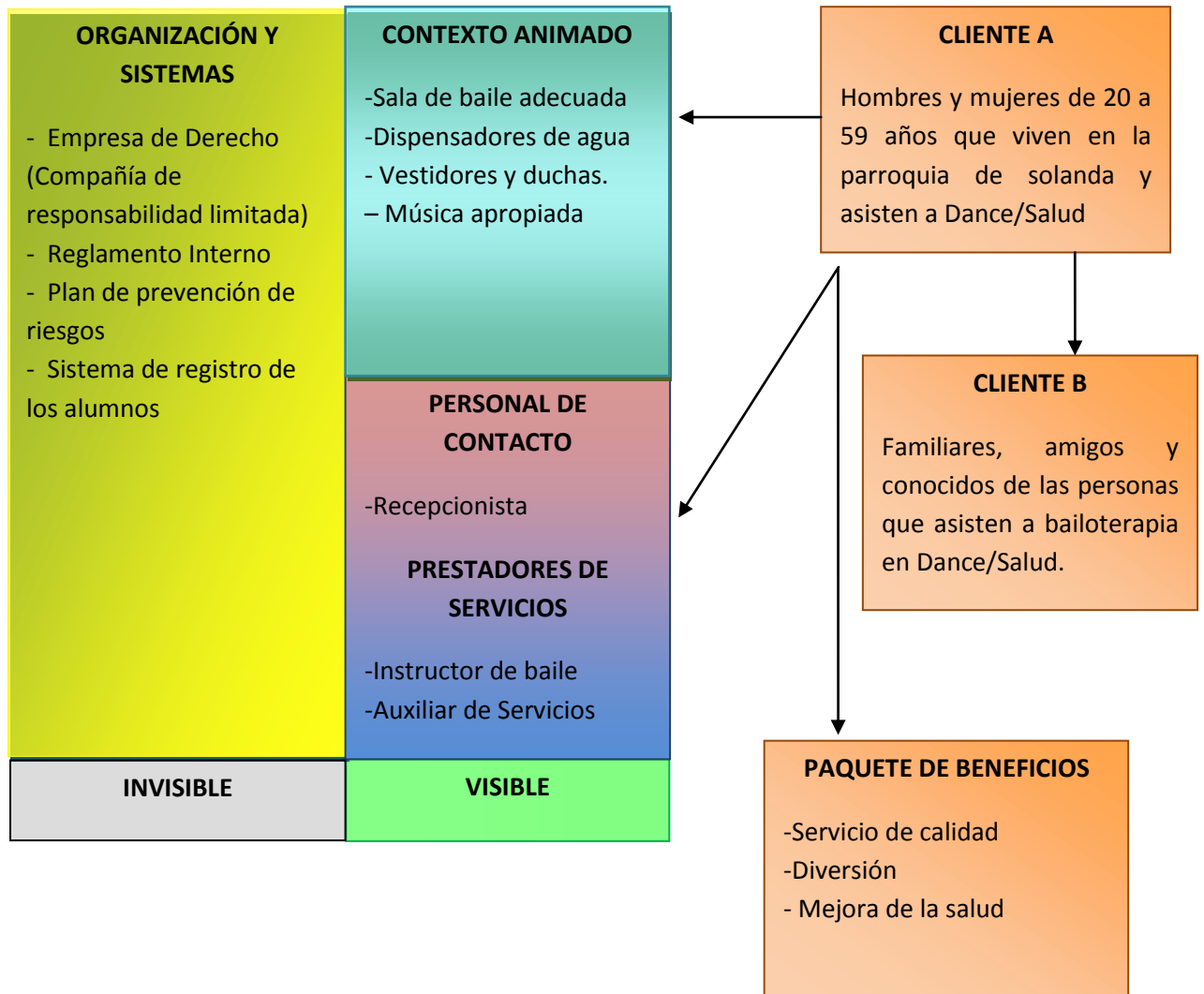
2.10.4 Comunicación

Básicamente se aplicará el Buzz marketing, o también llamado boca a boca, esta estrategia será llevada a cabo de la siguiente manera:

En todos los barrios un punto de información son las personas de tiendas, bazares, restaurantes u otro tipo de negocio, es por este motivo que se realizará una invitación directa a clases gratuitas de bailoterapia a los propietarios o trabajadores de los negocios que se ubican en este sector. De esta manera ellos podrán constatar el excelente servicio que ofrece el establecimiento y así recomendarlo a las personas que visiten sus negocios.

La manera en que se llegará a los clientes se verá reflejada en el modelo de servucción, el cual se presenta a continuación:

**Gráfico N°17.
Modelo de Servucción**



Fuente: <http://byslibertadores.blogspot.com/2009/05/modelo-molecular-y-servuccion.html>
28/Octubre/2011

Elaborado por: La Autora

Organización y Sistemas

Dentro de esto tenemos los siguientes:

- **Compañía de Responsabilidad Limitada.-** *Dance / Salud* se constituirá legalmente bajo esta denominación, siguiendo con todos los procedimientos para ello.
- **Reglamento Interno:** en el cual se encuentran establecidas las políticas, valores y procedimientos que deben llevarse a cabo para la correcta prestación del servicio y por ende la satisfacción del cliente.
- **Plan de prevención de riesgos:** En él se deben describir todas las seguridades con las cuales cuenta el establecimiento para los diferentes procedimientos, así como las medidas de higiene.
- **Sistema de registro de los alumnos:** hoja electrónica sencilla que ayudará a mantener un control adecuado sobre la base de datos de los alumnos.

Contexto Animado

- **Sala de baile:** este espacio estará debidamente adecuado para la práctica de la bailoterapia, ya que se colocará un piso flotante apropiado que ayude al buen desplazamiento, así como también evite el impacto en el pie y cause daño en los ligamentos.

Además se colocará espejos a todos los lados de la pista, de tal manera que las personas puedan verse a cada instante, ya que esto permite el buen desarrollo del deporte, puesto que el reflejarse ayuda a los alumnos a perfeccionar sus movimientos.

Adicionalmente se instalarán juegos de luces para recrear una pista de baile de discoteca y de esta manera salir de la rutina.

- **Dispensadores de agua:** estos serán colocados estratégicamente en tres sitios para que la gente pueda solicitar el agua al auxiliar de servicios o su vez acercarse personalmente a servirse de manera gratuita el líquido.
- **Vestidores y duchas:** existirá un espacio para hombres y otro para mujeres, estos lugares estarán debidamente adecuados con los accesorios necesarios como son: Sanitarios, lavabos, duchas, toallas, jabones, etc. para que las personas puedan llevar a cabo de la manera más cómoda su aseo personal luego de la práctica de bailoterapia.
- **Música apropiada:** se contará con toda clase de música para la práctica de la bailoterapia, ya que en estas clases se utiliza desde merengue hasta nacional, pasando por salsa, reggaetón y otros ritmos.

Personal de Contacto

- **Recepcionista:** será la persona encargada de dar la bienvenida a los clientes, así como de brindar toda la información acerca del servicio y mostrar las instalaciones.

Esta persona será la primera imagen de la empresa, por lo cual sus principales características serán la amabilidad y el respeto, siempre mostrando una sonrisa y lista a aclarar cualquier inquietud.

Prestadores del Servicio

- **Instructor de Baile:** es el prestador del servicio principal que ofrece el establecimiento e imagen de la calidad, ya que de acuerdo a su desenvolvimiento las personas podrán calificar la prestación e ir afianzando el concepto de fidelidad en sus mentes ya que un cliente satisfecho siempre regresa.

Siendo esta persona parte fundamental del servicio, sus características principales serán la cordialidad, la paciencia, el don de ayudar y sobre todo el respeto, hacia hombres y mujeres tratando que esa línea nunca se rompa para evitar caer en acosos por parte de los instructores o cosas más allá de lo profesional.

- **Auxiliar de servicios:** será el encargado de la limpieza u otras necesidades que tenga el cliente, él ofrecerá la ayuda necesaria para que las personas se sientan a gusto en el establecimiento.

Esta persona deberá ser totalmente cordial, alegre, ayudar a los clientes con cualquier inconveniente que se presente, por ello debe ser una persona ágil y paciente.

Cliente A

- **Hombres y mujeres de 20 a 59 años que residan en la parroquia solanda:** y acudan a Dance/Salud para la práctica de la bailoterapia, estas personas básicamente buscan un bienestar físico y mental a través de la práctica de ejercicio y que mejor aún si es de una manera divertida e innovadora.

Cliente B

- **Familiares y amigos:** esta clase de clientes son aquellos individuos que escuchan hablar acerca del servicio de bailoterapia que reciben sus familiares amigos o conocidos en Dance/Salud.

Paquete de Beneficios

- **Servicio de calidad:** esto se lo realiza a través de instructores (prestadores del servicio), debidamente calificados que cuentan con experiencia pudiendo así transmitir sus conocimientos de una manera adecuada.

- **Diversión:** a través de una práctica innovadora como lo es la bailoterapia, ya que en ella se canta, se baila y se interactúa con otras personas.
- **Mejora de la Salud:** este es el principal objetivo que se desea lograr, como se sabe, el ejercicio físico ayuda y mejora la salud física de las personas y los ejercicios de relajación o entretenimiento ayudan a la salud mental. Con la bailoterapia se contribuye a mejorar tanto la salud física como la mental, ya que esta práctica involucra ejercicio físico y diversión al mismo tiempo.

2.10.4.1 Estrategias

Además del Buzz marketing, entre las estrategias que se utilizarán para llegar al cliente están:

- Colocación de afiches en lugares estratégicos, como lo son los locales comerciales de la Parroquia de Solanda, donde se detalle el servicio, los horarios, beneficios y toda la información necesaria de nuestro establecimiento; dando así a conocer también nuestra imagen corporativa como son: nombre, logo y slogan.
- Eventualmente se realizarán promociones en cuanto a las horas de baile como por ejemplo, por la compra de la tarjeta mensual, se otorgarán dos horas gratis.
- Posteriormente se organizarán maratones, donde se entregarán membrecías y premios.
- También se realizará la colocación de un anuncio por mes en un periódico de la ciudad.

Cabe mencionar que no se utilizarán flyers, ya que nuestro afán no es ensuciar la ciudad con papeles, ya que somos conscientes que la gente presta muy poca atención a este tipo de anuncios y los desecha rápidamente.

2.11 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Los datos recolectados a través de las encuestas, entrevistas y observación directa arrojaron información sumamente valiosa para el desarrollo del presente proyecto como es:

- ❖ Aunque eventualmente en varios gimnasios y lugares del parque lineal se ofrezcan horas de bailoterapia no encontramos ningún lugar especializado que ofrezca de manera permanente y exclusiva este servicio, por ello encontramos una gran oportunidad de ingresaren este mercado.
- ❖ El mercado meta de nuestro servicios de bailoterapia se encuentra ubicado entre los 20 y 59 años de edad, ya que estas personas gustan de practicar algún tipo de actividad física para mantener una buena salud física y mental.
- ❖ Otro dato importante es que aunque la presencia de mujeres prevalezca, los hombres encuestados también mostraron interés por la bailoterapia, es por ello que este sitio será mixto. Además este dato se corroboró con las entrevistas realizadas al propietario del American Gym e instructora del parque lineal.
- ❖ Dado que el horario de preferencia para la práctica de ejercicio es en la mañana se tratará de abrir el mayor número de horas en ese horario, sin dejar a un lado los otros dos horarios e incentivar a las personas a realizar la práctica de la bailoterapia en horas de la tarde y noche.
- ❖ Además, dado el alto interés de las personas por la práctica diaria de ejercicio se brindara un horario de atención normal de lunes a viernes, pero también se ofrecerán horas de bailoterapia los días sábado y domingo, así se trata de satisfacer por completo a nuestros clientes y prestar la facilidad a las personas que no puedan acudir al establecimiento entre semana.

- ❖ El costo que nuestros clientes deberán asumir es similar al de los sustitutos que es de \$20.00 la mensualidad o \$1,00 por la hora de bailoterapia.

- ❖ Encontramos que existe 585 horas insatisfechas a la semana, nosotros cubriremos un 5,86% de esa demanda, ya que en el establecimiento se ofrecerán 34 horas a la semana.

CAPÍTULO III:

ESTUDIO DE TÉCNICO

3.1 LOCALIZACIÓN

Para este proyecto se ha elegido el sur de Quito, ya que es un sector en constante expansión y con un alto movimiento económico.

3.1.1 MACROLOCALIZACIÓN

El proyecto se ubicará en la Ciudad de Quito, ya que al igual que en muchas ciudades del país la práctica del deporte se ha convertido en parte de la rutina de muchas personas ya sea por cuidar su salud o mejorar su aspecto físico.

Cuadro N°25.

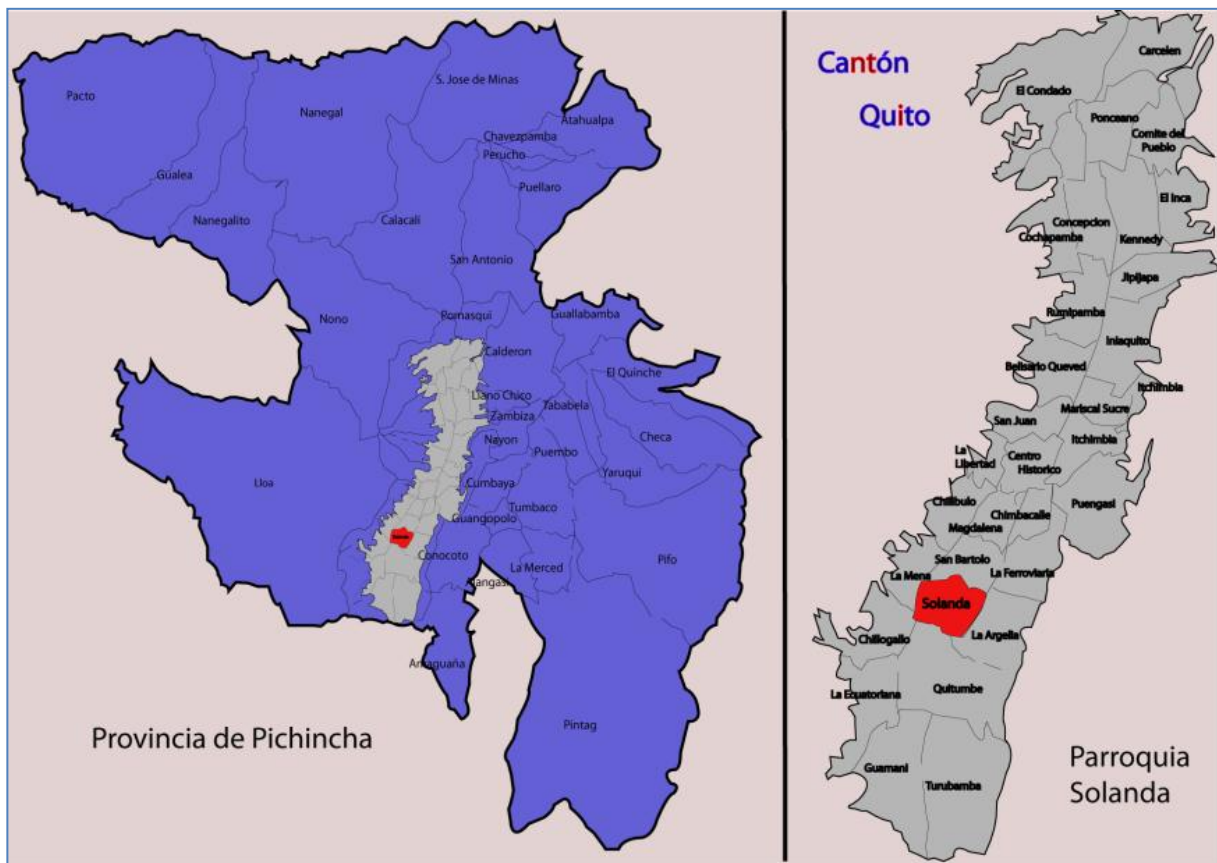
Macrolocalización

Factor	Localización
País	Ecuador
Provincia	Pichincha
Cantón	Quito
Zona	Urbana
Sector	Sur
Parroquia	Solanda

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**Gráfico N°18.
Macrolocalización**



Fuente: Secretaria de Territorio, Hábitat y Vivienda

Elaborado por: La Autora

3.1.2 MICROLOCALIZACIÓN

Dentro de la Parroquia de Solanda se ha elegido tres alternativas para la ubicación de las instalaciones de la empresa, las cuales son:

- Alternativa 1 : Barrio La Isla
- Alternativa 2 : Barrio Santa Rita
- Alternativa 3 : Barrio Solanda sector 4

Opciones que se muestran en el siguiente mapa:

Gráfico N°19.
Opciones para la Microlocalización



Fuente: Secretaria de Territorio, Hábitat y Vivienda

Elaborado por: La Autora

Para la elección del lugar se ha tomado en cuenta algunos factores que nos permitirán evaluar a cada sitio y así puntuarlos y elegir la mejor opción de ubicación.

En el siguiente cuadro se describen los factores que se tomarán en cuenta, así como también la puntuación que cada sitio ha obtenido:

**Cuadro N°26.
Método de Calificación por Puntos**

Factores Relevantes	Ponderación	Alternativa 1		Alternativa 2		Alternativa 3	
		Calif.	Calificación Ponderada	Calif.	Calificación Ponderada	Calif.	Calificación Ponderada
Accesibilidad	0,22	8	1,76	10	2,20	5	1,10
Disponibilidad de Infraestructura	0,28	8	2,24	9	2,52	7	1,96
Distancia Servicios Sustitutos	0,20	7	1,40	10	2,00	5	1,00
Seguridad	0,20	8	1,60	9	1,80	6	1,20
Servicios Básicos	0,10	9	1,80	9	1,80	9	1,80
SUMA	1.00		8,80		10,32		7,06

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Como podemos apreciar la alternativa 2 que corresponde al Barrio Santa Rita obtuvo la mayor calificación ponderada (10,32), por lo cual esta ha sido la opción elegida para ubicar nuestras instalaciones.

Cabe añadir que este es el único sector de la parroquia que no cuenta con un gimnasio, es por ello que ha obtenido la mayor puntuación en lo que se refiere al factor de la distancia de servicios sustitutos, ya que nuestro afán es ubicarnos en un lugar que no se encuentre saturado.

La ubicación exacta de la empresa se muestra a continuación:

**Cuadro N°27.
Microlocalización**

Factor	Localización
Parroquia	Solanda
Barrio	Santa Rita
Calle	Tendales
N°	S26-247
Intersección	Moromoro

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Gráfico N°20.

Microlocalización



Fuente: Secretaria de Territorio, Hábitat y Vivienda

Elaborado por: La Autora

3.2 INGENIERÍA DEL PROYECTO

En el diseño y estructura física de proyecto se han tomado en cuenta varios factores que son:

3.2.1 Infraestructura

Se contará con una instalación que tiene un área total de 148,32 M2 de construcción, los cuales están distribuidos en 3 espacios que son:

- Pista de Baile
- Recepción y espera
- Vestidores y Bodega

Gráfico N°21.
Distribución de la Planta



Elaborado por: La Autora

La empresa no cuenta con instalaciones propias por lo que se arrendará el local. Estas instalaciones cuentan con todo lo necesario para la prestación del servicio como son: baños y duchas, espacio adecuado para la pista de baile y recepción, aunque cabe destacar que el piso no es adecuado para el baile, motivo por lo cual se ha pedido al propietario que se lo adecue correctamente, a lo cual hemos tenido una respuesta favorable.

3.2.2 Tamaño del Proyecto

Siendo la bailoterapia el servicio, se deberá analizar a cuántas personas se puede atender en cada hora de baile, tomando en cuenta el espacio físico de la pista.

Información que se presenta a continuación:

**Cuadro N°28.
Tamaño de Proyecto**

Descripción	Metros
Largo	10,30
Ancho	6,40
Área Total	65,92m²

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

3.2.2.1 Capacidad del Proyecto

Al tratarse de un servicio, la capacidad del proyecto constituye el número de personas a las cuales se puede atender en el establecimiento, en este caso específico en la pista de baile.

Para definir correctamente cual es la capacidad con la que cuenta este proyecto se ha realizado el siguiente cálculo:

Cuadro N°29.
Capacidad que se tiene en cada hora de baile

Descripción	Metros
Área Total	65,92m2
Espacio que ocupa cada persona	1,00m2
Número Máximo de Personas por hora	65

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Tomando en cuenta el espacio físico del establecimiento, el número máximo de personas por hora de bailoterapia será de 73, considerando un espacio lo suficientemente cómodo que cada persona ocupará para el buen desarrollo de esta práctica.

Así también el número mínimo de alumnos será 35, este dato es de acuerdo a los resultados de las entrevistas aplicadas y a la observación que se realizó.

Considerando las cantidades antes expuestas acerca del número mínimo y máximo de personas por hora de bailoterapia se presentan, los siguientes cuadros de ocupación del servicio:

Cuadro N°30.
Capacidad Máxima y Mínima

Capacidad	N° personas	Horas al día	Total	Horas al día	Total	Horas al día	Total
Máxima	65	6	390	8	520	10	650
Mínima	35	6	210	8	280	10	360

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Como podemos observar la ocupación mínima del servicio tomando en cuenta el número mínimo de horas y el mínimo de alumnos es de 210 personas al día, no así tomando en consideración los máximos de las dos variables, nuestra ocupación de servicio será de 650 personas al día.

3.2.3 TECNOLOGÍA

Como se describió en la infraestructura, el establecimiento contará con 3 áreas, a continuación se presenta los requerimientos de equipos, accesorios y materiales que son necesarios para el funcionamiento de cada uno de ellas:

Cuadro N°31.
Requerimiento para la Sala de Baile

Artículo	Cantidad
Parlantes	3
Consola	1
Laptop	1
Micrófonos	2
Espejos (m)	20
Luces	1
Basurero	2

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N°32.
Requerimiento para el Área de Recepción y Espera

Artículo	Cantidad
Estación de Trabajo	1
Sillas	3
Computadora	1
Impresora	1
Archivador	1
Teléfono	1
Mesa pequeña de centro	2
Sillones de 2 personas	2
Sillón individual	2
Dispensador de agua	3
Basurero pequeño	2

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N°33.
Requerimiento para el Área de Vestidores y Bodegas

Artículo	Cantidad
Casilleros de madera	30
Estanterías para bodega	1

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N°34.
Suministros de Oficina

Artículo	Cantidad
Resmas de papel bond	1
Tinta para impresora	1
Carné	200
Perforadora	1
Engrampadora	1
Esferos	2

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N°35
Suministros de Limpieza

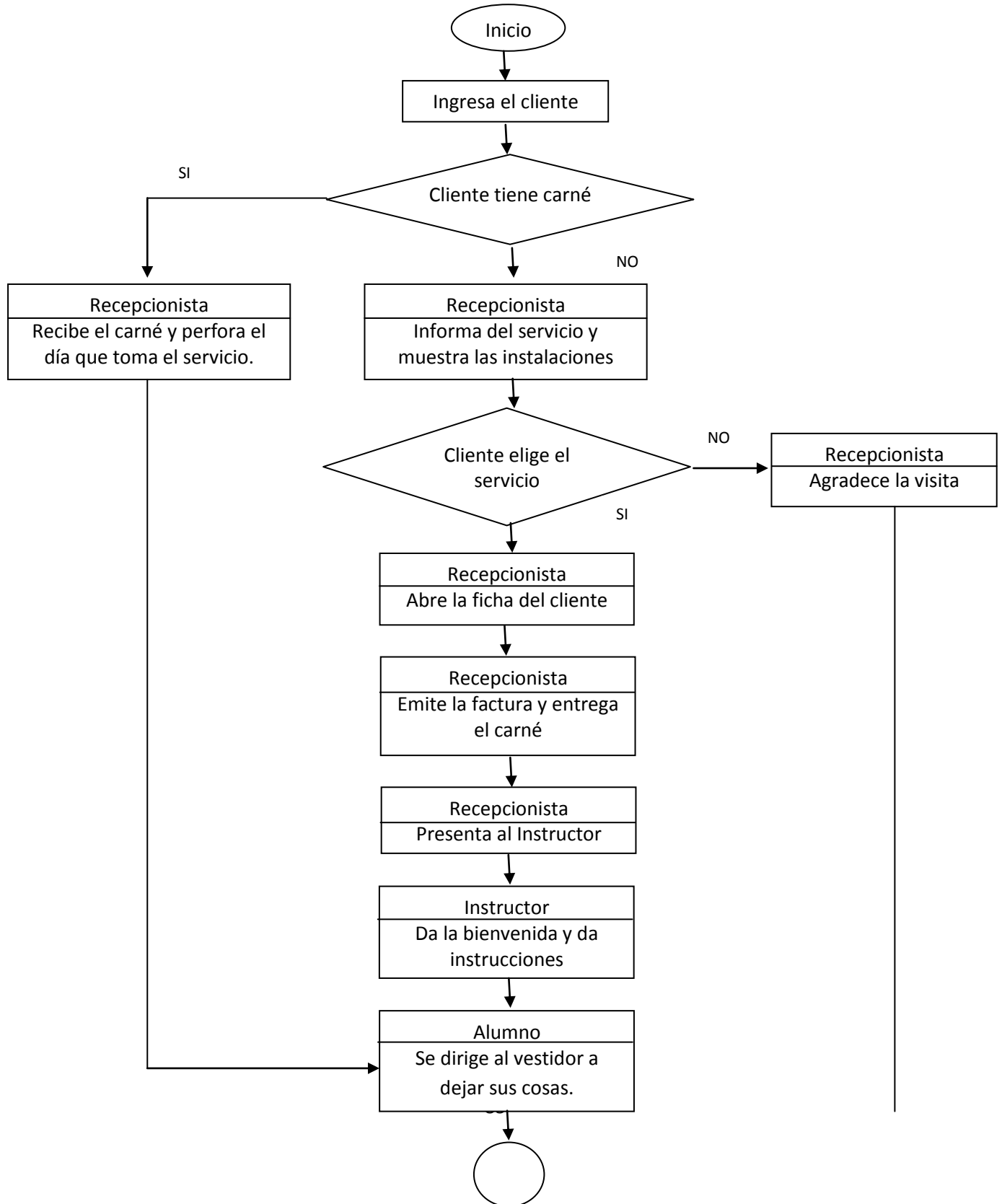
Artículo	Cantidad
Jabón liquido	4
Toallas	2
Escobas	2
Trapeador	1
Desinfectante	2
Fundas para basura	18
Papel higiénico	18
Paños	3
Aromatizantes	3

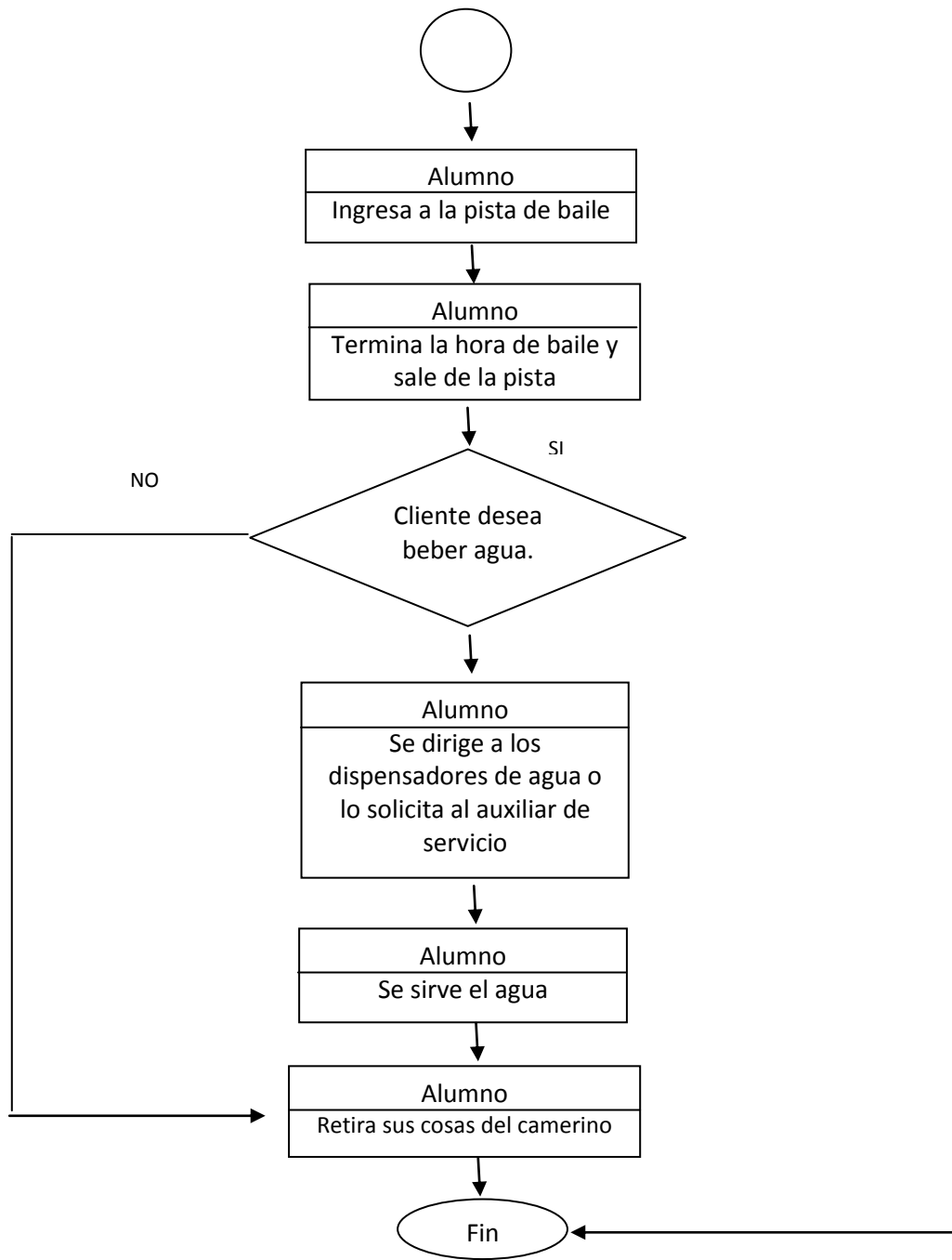
Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

3.2.4 PROCESO DEL SERVICIO

Gráfico N°22.
Flujograma de Prestación del Servicio





Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

CAPÍTULO IV

ESTUDIO ADMINISTRATIVO - LEGAL

4.1 NOMBRE DE LA EMPRESA

El nombre del establecimiento es: *Dance /Salud*

El nombre viene de la combinación de las 2 cosas más importantes que se ofrecerán como lo es el baile y el bienestar de la salud tanto física como mental.

4.2 LOGOTIPO

El logo que se ha diseñado se muestra a continuación:

**Gráfico N°23.
Logo de la Empresa**



Elaborado por: La Autora

En el logo se muestra a un hombre y una mujer bailando de una manera divertida, totalmente relajada junto a notas musicales muy coloridas y llamativas cuyos colores como el verde y el azul representan la salud y bienestar. Es eso precisamente lo que se quiere dar a conocer a las personas, que en este establecimiento ofrece una manera divertida de cuidar y mejorar la salud.

4.3 SLOGAN

Siguiendo con la línea de diversión y salud nuestro slogan es el siguiente:

"Tu salud en movimiento"

Trata de expresar y sugerir que la salud y el bienestar de las personas se pueden cuidar mediante una manera divertida como es el baile, el mismo que nos hará estar en constante movimiento a ritmo de salsa, merengue, entre otros.

4.2 PROCESO ADMINISTRATIVO

4.2.1 Misión

Brindar un servicio exclusivo y especializado en la práctica de bailoterapia, en instalaciones debidamente adecuadas y con personal calificado, siempre en busca de la satisfacción total de nuestros clientes, para hacer de la práctica de este deporte una experiencia agradable y reconfortable que ayude a mejorar la salud física y mental.

4.2.2 Visión 2015

Ser reconocida como la empresa pionera en la práctica exclusiva de la bailoterapia, lo cual nos facilite la apertura de nuevos locales en otros puntos de la Ciudad de Quito.

4.2.3 OBJETIVOS

- Brindar de manera exclusiva un servicio divertido e innovador como lo es la bailoterapia.
- Ofrecer un servicio de calidad con profesionales debidamente calificados y capacitados.
- Contar con instalaciones debidamente adecuadas para la práctica de esta nueva tendencia deportiva.
- Ayudar a la mejora de la salud física y mental de las personas que acuden al establecimiento.
- Ofrecer horarios flexibles, de tal manera que las personas puedan acudir tranquilamente al establecimiento y sin prisa.
- Ofrecer precios cómodos al alcance de todas las personas que deseen realizar esta práctica.

4.2.4 Valores

La empresa en su afán de brindar el mejor servicio y tener la mayor preferencia en cuanto a lugares de acondicionamiento físico, buscará en cada talento humano encontrar los siguientes valores:

- **RESPECTO.-** tener la mayor consideración no solo hacia los clientes sino también a los compañeros de labores y a uno mismo, esa es la mejor manera de llevar adelante buenas relaciones interpersonales.

- **RESPONSABILIDAD.-** ser consciente que cada actividad que se realice es importante y tiene su consecuencia, por ello se debe actuar de la mejor manera, siendo cautos y precavidos.
- **HONESTIDAD.-** llevando la consigna que la verdad es el único camino al éxito, solo siendo sinceros se genera confianza que es lo que se necesita para alcanzar grandes objetivos.

4.2.5 Políticas

Los principales lineamientos que guiarán la empresa se detallan a continuación:

- Los colaboradores deberán mostrar total puntualidad en los horarios de entrada y salida del trabajo.
- El pago del servicio será únicamente en efectivo.
- De acuerdo a las funciones que realicen los trabajadores deberán vestir adecuadamente para realizar sus funciones.
- Las relaciones que se mantenga con los clientes no deberá ir más allá de lo profesional.
- Cada persona es responsable del equipo, muebles y suministros que se encuentren en su zona de trabajo.

4.2.6 Organigrama Estructural

**Gráfico N°24.
Organigrama Estructural**



Elaborado por: La Autora

4.2.7 Organigrama Funcional

Cuadro N°36.

ADMINISTRADOR

Nombre del Puesto	Administrador
Objetivo del Puesto	Planificar, dirigir y controlar las actividades y funciones que se realicen dentro de la empresa por cada uno de sus integrantes, a través de la aplicación de estrategias adecuadas, siempre apegados al reglamento interno.
Funciones y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Representar legalmente al establecimiento ante los clientes, proveedores y diferentes entidades. ✓ Seleccionar, contratar y capacitar al personal. ✓ Elaborar un plan de trabajo para cada mes, el cual se llevará a cabo en la empresa. ✓ Controlar que todo el personal realice las actividades que le corresponden. ✓ Motivar de una manera adecuada al recurso humano seleccionado. ✓ Autorizar pagos. ✓ Se encargará directamente del pago al personal.
Perfil del Cargo	Edad: 24 a 28 años Género: Indistinto Profesión: Ing. en Administración o afines Experiencia: un año en cargos similares (no indispensable) Disponibilidad: tiempo completo
Competencias	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Liderazgo ✓ Cumplimiento de metas ✓ Habilidad para negociar ✓ Capacidad de motivar

Elaborado por: La Autora

Cuadro N°37

RECEPCIONISTA

Nombre del Puesto	Recepcionista
Objetivo del Puesto	Brindar la mejor imagen al cliente, dando la cordial y más amistosa bienvenida, así como la resolución de todas las dudas.
Funciones y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none">✓ Recibir a los clientes✓ Mostrar las instalaciones y brindar la información completa del servicio✓ Abrir las fichas de los clientes✓ Conocer de manera íntegra el reglamento en cuanto al giro del negocio y aplicarlo de una manera adecuada✓ Recibir los pagos y elaborar las facturas✓ Realizar los pagos que se dieran por el giro natural del negocio✓ Presentar un arqueo de caja de manera diaria.✓ Presentar un informe mensual del estado de los equipos y accesorios que se encuentran en el área de recepción.
Perfil del Cargo	Edad: 20 a 26 años Género: Indistinto Profesión: Bachiller o estudiante universitario (a distancia) Experiencia: mínimo un año en cargos similares Disponibilidad: tiempo completo Cualidades: excelente presencia, gentil y paciente, responsable, honrado y puntual.
Competencias	<ul style="list-style-type: none">✓ Excelente atención a clientes✓ Saber escuchar las peticiones y dudas del cliente✓ Resolver problemas de manera eficaz
Jefe Inmediato	Administrador

Elaborado por: La Autora

Cuadro N°38.

Instructor de Bailoterapia (2)

Nombre del Puesto	Instructor de Bailoterapia
Objetivo del Puesto	Impartir la práctica de la bailoterapia de una manera adecuada a las (os) alumnas (os).
Funciones y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none">✓ Dar la bienvenida al alumno (a) e impartir las instrucciones correspondientes para la práctica de este deporte.✓ Al inicio de cada hora de clase verificar que la pista de baile está correctamente preparada, piso y espejos limpios.✓ Manejar adecuadamente el equipo de música.✓ Presentar un informe mensual del estado de los equipos y accesorios que se encuentran en el área de la pista de baile
Perfil del Cargo	Edad: 20 a 35 años Género: Indistinto Profesión: especializado en bailoterapia Experiencia: comprobable, mínimo 6 meses Disponibilidad: medio tiempo Cualidades: alegre, extrovertido, paciente, responsable, honrado y puntual.
Competencias	✓ Dinámico y muy activo en su enseñanza.
Jefe Inmediato	Administrador

Elaborado por: La Autora

Cuadro N°39.

Auxiliar de Servicios

Nombre del Puesto	Auxiliar de Servicios
Objetivo del Puesto	Brindar la ayuda necesaria al cliente en el servicio que respecta a limpieza u otras necesidades que tengan las personas.
Funciones y Responsabilidades	<ul style="list-style-type: none">✓ Atender a los clientes de manera cordial en cualquier actividad que este lo requiera, como traer agua, entre otras.✓ Realizar la limpieza de las diferentes áreas del establecimiento.✓ Presentar un informe mensual del estado de los equipos y accesorios que se encuentran bajo su responsabilidad.
Perfil del Cargo	Edad: 20 a 30 años Género: Indistinto Profesión: bachiller Experiencia: no indispensable Disponibilidad: tiempo completo Cualidades: ágil, ordenado, paciente, responsable, honrado y puntual.
Competencias	<ul style="list-style-type: none">✓ Resolver problemas.
Jefe Inmediato	Administrador y Recepcionista

Elaborado por: La Autora

4.3 TIPO DE EMPRESA

La constitución legal de la empresa se lo realizará bajo la denominación de Compañía de Responsabilidad Limitada, para ello se deben realizar lo siguiente:

➤ **Aprobación del nombre o razón social de la empresa.**- esto se lo realiza en la Superintendencia de Compañías en 5 minutos, *Dance / Salud* es un nombre que no existe, por ello queda debidamente aprobado como **Dance/ Salud Cía. Ltda.**

➤ **Apertura de la cuenta de integración de capital.**- si el aporte es numerario, se lo realiza en cualquier banco de la ciudad. En el caso de **Dance/ Salud Cía. Ltda.**, se abrirá una cuenta corriente en el Banco del Pichincha con \$500,00.

➤ **Elevar a escritura pública la minuta de constitución de la empresa.**- este trámite se lo realiza en cualquier notaria, la minuta de la Compañía se muestra a el **ANEXO 4**

CAPÍTULO V:

ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

5.1 INVERSIÓN TOTAL

La inversión total que se requiere para el funcionamiento del negocio es de **\$13,630.85** los cuales que están divididos en dos grupos, que se muestran en el siguiente cuadro:

Cuadro N° 40.
Inversión Total

Descripción		Valor
Activos Fijos		5.508,50
Capital de Trabajo		8.122,35
Fondos requeridos para puesta en marcha	6.722,35	
Gastos de Constitución	1.400,00	
TOTAL		13.630,85

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.1.1 INVERSIÓN FIJA

La inversión fija está dividida en:

- ✓ Equipo de computación
- ✓ Maquinaria y Equipo
- ✓ Muebles y enseres

Rubros que se detallan a continuación:

**Cuadro N°41.
Equipo de Computación**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V/UNIT	TOTAL
1	Computador	600,00	600,00
1	Impresora	85,00	85,00
1	Laptop	800,00	800,00
TOTAL			1.485,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 42.
Maquinaria y Equipo**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V/UNIT	TOTAL
3	Parlantes	180,00	540,00
2	Micrófono	10,00	20,00
1	Consola	500,00	500,00
1	Luces	30,00	30,00
1	Teléfono	48,50	48,50
TOTAL			1.138,50

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N° 43.
Muebles y Enseres**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V/UNIT	TOTAL
1	Estación de trabajo	280,00	280,00
3	Sillas	55,00	165,00
1	Archivador	130,00	130,00
2	Mesa pequeña	65,00	130,00
2	Sillones de 2 personas	180,00	360,00
3	Sillones individuales	90,00	270,00
30	Casilleros	12,00	360,00
1	Estantería	50,00	50,00
20	Espejo	19,00	380,00
3	Dispensadores	20,00	60,00
4	Paneles para vestidor	160,00	640,00
4	Basureros	15,00	60,00
TOTAL			2.885,00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.1.2CAPITAL DE TRABAJO

5.1.2.1Fondos Requeridos para puesta en marcha

En esta lista se encuentran todos aquellos desembolsos que serán necesarios durante los dos primeros meses para el giro adecuado del negocio, hemos tomado en consideración todos aquellos requerimientos de materiales y servicios indispensables para que la actividad del establecimientos se lleve a cabo sin ningún inconveniente.

Cuadro N°44.
Fondos Requeridos para puesta en marcha

DESCRIPCIÓN	COSTO MES	Bimensual
Arriendo	400,00	800,00
Sueldos Administrativos	1.205,31	2.410,61
Sueldos Operacionales	1.388,68	2.777,36
Servicios básicos	105,00	210,00
Servicios telecomunicaciones	35,00	70,00
Suministros de oficina	30,50	61,00
Suministros de limpieza	47,29	94,58
Publicidad	69,40	138,80
Agua para dispensador	30,00	60,00
Imprevistos	50,00	50,00
TOTAL	\$ 3.361,17	\$ 6.722,35

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

El desglose de los diferentes rubros que conforman el capital de trabajo se lo realizará en el presupuesto de gastos, de acuerdo al grupo que cada uno corresponda.

5.1.2.2Gastos de Constitución

Actualmente en la NIIF, aquellos gastos impalpables vitales para el funcionamiento de la empresa, ya no se consideran como activos diferidos, sino se los registra directamente como gastos, sin embargo al empresa dentro de la inversión inicial los considera como rubro más, gastos que se muestran en la siguiente tabla, son estos rubros los que se necesitaran para que el negocio pueda llevarse a cabo:

**Cuadro N°45.
Gastos de Constitución**

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	V/UNIT	TOTAL
1	Gastos de constitución y legalización	895.00	895.00
1	Gastos pre operativos	300.00	300.00
1	Gastos de patentes	205.00	205.00
TOTAL			1,400.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

** Los gastos pre operativos son los preliminares al funcionamiento del negocio, dentro de estos se incluyen charlas y capacitación que se impartirán al recurso humano para el buen desarrollo de cada actividad.

5.2 FINANCIAMIENTO

Como se señaló anteriormente la inversión total que se requiere para la instalación del negocio es de **\$13,630.85** monto que será financiado en su totalidad por capital propio como se muestra a continuación:

**Cuadro N°46.
Financiamiento**

<i>Financiamiento Propio</i>	
Descripción	Valor
Socio A	5,000.00
Socio B	5,000.00
Socio C	3,630.85
TOTAL	13.630,85

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.3 PRESUPUESTO DE GASTOS

En esta parte del trabajo los gastos se clasificarán básicamente en 4 grupos:

- Gastos Operacionales
- Gastos Administrativos
- Gastos de Venta
- Depreciaciones

** Debemos acotar que debido a que el financiamiento se lo hará con capital propio, esta empresa no incurrirá en Gastos Financieros.

5.3.1 GASTOS OPERACIONALES

Dentro de este grupo tenemos básicamente los sueldos tanto del instructor quien es el que imparte directamente el servicio, como del auxiliar, persona que también interactúa directamente con el cliente, satisfaciendo sus requerimientos.

**Cuadro N°47.
Sueldos Operacionales**

Cargo	N°	Sueldo Mes
Instructor	2	1,012.54
Auxiliar de servicios	1	376.14
TOTAL		1,388.68

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

** Los respectivos roles de pago se muestran a continuación:

Cuadro N°48.
ROLES DE PAGO PERSONAL OPERACIONAL

DANCE /SALUD CIA. LTDA.
Presupuesto de Rol de Pagos
Año 1

Cargo	N°	Sueldo	Aporte al IESS	13 Sueldo	14 Sueldo	Fondos de reserva	Total mes	Total año
Instructor 1	1	400,00	48,60	33,33	24,33	-	506,27	6.075,20
Instructor 2	1	400,00	48,60	33,33	24,33	-	506,27	6.075,20
Aux. Servicios	1	292,00	35,48	24,33	24,33	-	376,14	4.513,74
						TOTAL	1.388,68	16.664,14

Año 2

Cargo	N°	Sueldo	Aporte al IESS	13 Sueldo	14 Sueldo	Fondos de reserva	Total mes	Total año
Instructor 1	1	421,60	51,22	35,13	24,33	35,12	567,41	6.808,92
Instructor 2	1	421,60	51,22	35,13	24,33	35,12	567,41	6.808,92
Aux. Servicios	1	307,77	37,39	25,65	24,33	25,64	420,78	5.049,35
						TOTAL	1.555,60	18.667,20

NOTA.- A partir del año 2 el sueldo se incrementa un 5.41% debido a la inflación., así también desde el segundo año en adelante se incrementa el cálculo de los Fondos de Reserva.

5.3.2 GASTOS ADMINISTRATIVOS

Dentro de los gastos necesarios para que el negocio funcione están:

Cuadro N° 49.
Sueldos Administrativos

Cargo	N°	Sueldo Mes
Administrador	1	795.43
Recepcionista	1	409.88
TOTAL		1,205.31

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

** Los respectivos roles de pago se muestran a continuación:

Cuadro N°50.
ROLES DE PAGO PERSONAL ADMINISTRATIVO

DANCE /SALUD CIA. LTDA.
Presupuesto de Rol de Pagos
Año 1

Cargo	N°	Sueldo	Aporte al IESS	13 Sueldo	14 Sueldo	Fondos de reserva	Total mes	Total año
Administrador	1	640,00	77,76	53,33	24,33	-	795,43	9.545,12
Recepcionista	1	320,00	38,88	26,67	24,33	-	409,88	4.918,56
						TOTAL	1.205,31	14.463,68

Año 2

Cargo	N°	Sueldo	Aporte al IESS	13 Sueldo	14 Sueldo	Fondos de reserva	Total mes	Total año
Administrador	1	674,56	81,96	56,21	24,33	56,19	893,26	10.719,08
Recepcionista	1	337,28	40,98	28,11	24,33	28,10	458,79	5.505,54
						TOTAL	1.352,05	16.224,62

NOTA.- A partir del año 2, el sueldo se incrementa un 5.41% debido a la inflación., así también desde el segundo año en adelante se incrementa el cálculo de los Fondos de Reserva.

Cuadro N°51.
Arriendo

Descripción	Valor
Arriendo mensual	400.00
TOTAL	400.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N°52.
Servicios Básicos

Cargo	Valor Mes
Agua	60.00
Luz	45.00
TOTAL	105.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Cuadro N°53.
Servicios de Telecomunicaciones

Cargo	Valor Mes
Teléfono e internet	35.00
TOTAL	35.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

** Cabe recordar que dentro del rubro gastos administrativos, mensualmente se destinarán \$50,00 como imprevistos.

**Cuadro N°54.
Suministros de Oficina**

Artículo	Cantidad	Valor Unit.	Valor Mes
Resmas papel bond	1	4.00	4.00
Tintas para impresora	1	20.00	20.00
Carné de cartulina	200	0.03	6.00
Esteros	2	0.25	0.50
TOTAL			30.50

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N°55.
Suministros de Limpieza**

Artículo	Cantidad	Valor Unit.	Valor Mes
Jabón líquido	4	2.80	11.20
Toallas	2	5.00	10.00
Escobas	2	4.00	8.00
Trapeador	1	3.50	3.50
Desinfectante	2	2.60	5.20
Fundas para basura	18	0.13	2.34
Papel higiénico	18	0.20	3.60
Paños	3	0.50	1.50
Aromatizantes	3	0.65	1.95
TOTAL			47.29

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

**Cuadro N°56.
Agua para Dispensadores**

Descripción	# Reposiciones al mes	Valor Por Reposición
Agua embotellada	12	2.5
TOTAL AL MES		30.00

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.3.3 GASTOS DE VENTA

Los únicos rubros a considerar como gastos de venta, son aquellos que se generen por concepto de publicidad como se detalla a continuación:

**Cuadro N°57.
Publicidad**

Descripción	Cantidad	Valor Unit.	Valor Mes
Anuncio periódico	1 al mes	25.00	25.00
Afiches	12	0.80	9.60
*Tarjetas de presentación	48	0.10	4.80
*Hojas membretadas	24	0.15	3.60
Material POP	48	0.55	26.40
TOTAL			69.40

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

* Los costos que se toman en cuenta para las hojas membretadas **ANEXO 5** y las tarjetas de presentación **ANEXO 6**, corresponden a las impresiones de cada hoja, ya que se cuenta con un diseño propio.

5.3.4 DEPRECIACIONES

A continuación se presentan las tablas de depreciaciones y amortizaciones tanto de nuestros activos fijos como diferido, respectivamente:

**Cuadro N°58.
Depreciaciones**

Descripción	Valor	Vida Útil	Porcentaje	Valor Anual
Equipo de Computación	1,485.00	3 años	33.33%	494.95
Maquinaria y Equipo	1,138.50	10 años	10.00%	113.85
Muebles y Enseres	2,885.00	10 años	10.00%	288.50
TOTAL				897.30

Año	Equipo Computación	Maquinaria y Equipo	Muebles y Enseres	TOTAL
1	494.95	113,85	288.50	897.30
2	494.95	113,85	288.50	897.30
3	494.95	113,85	288.50	897.30
4	0.00	113,85	288.50	402.35
5	0.00	113,85	288.50	402.35

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.4 PRESUPUESTO DE INGRESOS

El ingreso de la empresa está dado por el número de personas que asistirá a cada de hora de baile y el valor que se pagará por el servicio. Al realizar el estudio de mercado se obtuvo un dato muy importante y este es: que la mayor parte de personas asistirán de manera diaria a practicar la bailoterapia. Con estos datos y los de la entrevista que se hizo al dueño del gimnasio e instructor del parque se tiene lo siguiente:

- Hemos tomado como referencia que en cada hora de baile asistirán un mínimo de 35 personas, las cuales pagarán \$ 20 por cada mes, pidiendo así asistir de manera diaria (28 a 30 horas mensuales), y las personas que decidan ir eventualmente pagarán \$1 la hora.
- El número de personas se incrementará en un 10% cada año, cabe recalcar que el número de personas que se toma en cuenta es el número mínimo que asisten a

cada hora de bailoterapia tanto en el gimnasio como en el parque, así también el costo que se asigna es similar a los lugares donde se ofrece esta práctica de manera esporádica.

La estructura de ingresos se ve reflejada en el siguiente cuadro:

**Cuadro N°59.
Presupuesto de Ingresos**

Número de alumnos/hora						
Año	Nº personas	Nº horas	Total personas	Costo por mes	Total mes	Total año
AÑO 1	35	6	210	\$ 20.00	4,200.00	50,400.00
AÑO2	39	6	231	\$ 20.00	4,620.00	55,440.00
AÑO 3	42	6	254	\$ 20.00	5,082.00	60,984.00
AÑO 4	47	6	280	\$ 20.00	5,590.20	67,082.40
AÑO 5	51	6	307	\$ 20.00	6,149.22	73,790.64

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.5 ESTADOS FINANCIEROS

5.5.1 ESTADO DE RESULTADOS

Para la elaboración del Estado de Resultados se ha tomado en cuenta una inflación del 5, 41% ¹⁵ para la proyección de los gastos, es así que tenemos lo siguiente:

¹⁵ Página Web BANCO CENTRAL, Inflación a diciembre del 2011

Cuadro N°60.
Estado de Resultados Proyectado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Servicios	50.400,00	55.440,00	60.984,00	67.082,40	73.790,64
Otros Ingresos	1.400,00	-	-	-	-
(-) Gastos de Operación	(16.664,14)	(18.667,20)	(19.600,56)	(20.580,59)	(21.609,62)
(=) Utilidad Bruta	35.135,86	36.772,80	41.383,44	46.501,81	52.181,02
(-) Gastos de Administración	(22.837,16)	(25.082,21)	(26.436,65)	(27.864,22)	(29.368,89)
(-) Gastos de Venta	(832,80)	(877,77)	(925,17)	(975,13)	(1.027,79)
(-) Gastos de Constitución	(1.400,00)	-	-	-	-
(-) Depreciaciones	(897,30)	(897,30)	(897,30)	(402,35)	(402,35)
(=) Utilidad antes de Reparto	10.568,60	9.915,52	13.124,32	17.260,10	21.381,99
(-) 15% Participación Trabajadores	(1.585,29)	(1.487,33)	(1.968,65)	(2.589,02)	(3.207,30)
(=) Utilidad antes de Impuestos	8.983,31	8.428,19	11.155,67	14.671,09	18.174,69
(-) 24% Impuesto a la Renta	(2.156,00)	(2.022,77)	(2.677,36)	(3.521,06)	(4.361,93)
(=) Utilidad Neta	\$ 6.827,32	\$ 6.405,43	\$ 8.478,31	\$ 11.150,03	\$ 13.812,77

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.5.2 ESTADO DE FLUJO DEL EFECTIVO

Las entradas y salidas de dinero que generará el negocio, así como su saldo al final de cada año se presentan a continuación:

Cuadro N61.
Estado de Flujo del Efectivo Proyectado

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos por Servicios		50.400,00	55.440,00	60.984,00	67.082,40	73.790,64
Otros Ingresos		1.400,00	-	-	-	-
(-) Gastos de Operación		(16.664,14)	(18.667,20)	(19.600,56)	(20.580,59)	(21.609,62)
(=) Utilidad Bruta		35.135,86	36.772,80	41.383,44	46.501,81	52.181,02
(-) Gastos de Administración		(22.837,16)	(25.082,21)	(26.436,65)	(27.864,22)	(29.368,89)
(-) Gastos de Venta		(832,80)	(877,77)	(925,17)	(975,13)	(1.027,79)
(-) Gastos de Constitución		(1.400,00)	-	-	-	-
(-) Depreciaciones		(897,30)	(897,30)	(897,30)	(402,35)	(402,35)
(=) Utilidad antes de Reparto		10.568,60	9.915,52	13.124,32	17.260,10	21.381,99
(-) 15% Participación Trabajadores		(1.585,29)	(1.487,33)	(1.968,65)	(2.589,02)	(3.207,30)
(=) Utilidad antes de Impuestos		8.983,31	8.428,19	11.155,67	14.671,09	18.174,69
(-) 24% Impuesto a la Renta		(2.156,00)	(2.022,77)	(2.677,36)	(3.521,06)	(4.361,93)
(=) Utilidad Neta		\$ 6.827,32	\$ 6.405,43	\$ 8.478,31	\$ 11.150,03	\$ 13.812,77
(+) Depreciaciones		897,30	897,30	897,30	402,35	402,35
(-) Dividendos 40%		(2.730,93)	(2.562,17)	(3.391,32)	(4.460,01)	(5.525,11)
(-) Inversión Propia	-13.630,85	-	-	-	-	8.734,25
Flujo de Caja	-13.630,85	4.993,69	4.740,56	5.984,29	7.092,37	17.424,26

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.5.3 BALANCE GENERAL

**Cuadro N°62.
Balance General Projectado**

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO					
ACTIVO CORRIENTE					
Bancos	11.465,90	15.806,51	23.755,87	33.380,99	53.329,49
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	11.465,90	15.806,51	23.755,87	33.380,99	53.329,49
ACTIVO FIJO					
Equipo computación	1.485,00	1.485,00	1.485,00	0,15	0,15
(-) Deprec. Acum. equipo computación	(494,95)	(989,90)	(1.484,85)	-	-
Equipo electrónico	1.090,00	1.090,00	1.090,00	1.090,00	1.090,00
(-) Deprec. Acum. equipo electrónico	(109,00)	(218,00)	(327,00)	(436,00)	(545,00)
Equipo oficina	48,50	48,50	48,50	48,50	48,50
(-) Deprec. Acum. equipo oficina	(4,85)	(9,70)	(14,55)	(19,40)	(24,25)
Muebles y enseres	2.885,00	2.885,00	2.885,00	2.885,00	2.885,00
(-) Deprec. Acum. muebles y enseres	(288,50)	(577,00)	(865,50)	(1.154,00)	(1.442,50)
TOTAL ACTIVO FIJO	4.611,20	3.713,90	2.816,60	2.414,25	2.011,90
TOTAL ACTIVO	\$ 16.077,10	\$ 19.520,41	\$ 26.572,47	\$ 35.795,24	\$ 55.341,39
PASIVO					
15% Trabajadores por pagar	1.585,29	1.487,33	1.968,65	2.589,02	3.207,30
24% Impuestos por pagar	2.156,00	2.022,77	2.677,36	3.521,06	4.361,93
40% dividendos por pagar	2.730,93	2.562,17	3.391,32	4.460,01	5.525,11
TOTAL PASIVO	6.472,21	6.072,26	8.037,33	10.570,09	13.094,33
PATRIMONIO					
Capital	5.508,50	5.508,50	5.508,50	5.508,50	14.242,75
UTILIDAD DEL EJERCICIO	3.755,02	3.522,98	4.663,07	6.132,51	7.597,02
UTILIDAD ACUMULADA	-	3.755,02	7.278,01	11.941,08	18.073,59
Reserva Legal 5%	341,37	661,64	1.085,55	1.643,05	2.333,69
TOTAL PATRIMONIO	9.604,89	13.448,15	18.535,13	25.225,15	42.247,06
PASIVO + PATRIMONIO	\$ 16.077,10	\$ 19.520,41	\$ 26.572,47	\$ 35.795,24	\$ 55.341,39

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

5.6 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Para el cálculo del VAN, se ha utilizado una tasa de descuento del 17,85%, la cual se obtuvo bajo el siguiente criterio y variables:

**Cuadro N°63.
Cálculo de TMAR**

Tasa Pasiva	4.53%
Inflación	5.41%
Riesgo País	7.20%
RENDIMIENTO ESPERADO	17.85%

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

Obtenida la tasa de descuento, procedemos a aplicar la fórmula:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{FN}{(1+i)^t} - I$$

Dónde:

FN = Flujo neto de caja

I = inversión

i = tasa de descuento

Para el cálculo del VAN, necesitamos el valor de la inversión inicial y los flujos de caja proyectados se tendrán en los 5 años, datos que se muestran a continuación:

Cuadro N°64.
Inversión Inicial y Flujos de Caja

Inversión inicial	-13.630,85
año 1	4.993,69
año 2	4.740,56
año 3	5.984,29
año 4	7.092,37
año 5	17.424,26

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

$$VAN = \frac{FNaño1}{(1+i)^1} + \frac{FNaño2}{(1+i)^2} + \frac{FNaño3}{(1+i)^3} + \frac{FNaño4}{(1+i)^4} + \frac{FNaño5}{(1+i)^5} - I$$

$$VAN = \frac{4,993.69}{(1 + 0.1785)^1} + \frac{4,740.56}{(1 + 0.1785)^2} + \frac{5,984.29}{(1 + 0.1785)^3} + \frac{7,092.37}{(1 + 0.1785)^4} + \frac{17,424.26}{(1 + 0.1785)^5} - 13,630.85$$

$$VAN = 4,237.33 + 3,413.27 + 3,656.15 + 3,676.82 + 7,664.90 - 13,630.85$$

$$VAN = 9,017.61$$

Al aplicar la fórmula el resultado que se obtiene es 9,017.61; siendo este un valor positivo y tomando el concepto del VAN, podemos decir que el proyecto es totalmente viable.

5.7 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

La tasa interna de retorno es aquella en la cual el VAN es igual a 0, para poder calcularlo se aplica la siguiente fórmula:

$$TIR \rightarrow \sum_{t=1}^n \frac{FN}{(1+r)^t} - I_0 = 0$$

$$0 = \frac{FN_{\text{año1}}}{(1+i)^1} + \frac{FN_{\text{año2}}}{(1+i)^2} + \frac{FN_{\text{año3}}}{(1+i)^3} + \frac{FN_{\text{año4}}}{(1+i)^4} + \frac{FN_{\text{año5}}}{(1+i)^5} - I$$

Una vez realizado el cálculo pertinente en Excel, obtenemos un el siguiente dato:

$$\mathbf{TIR = 38.66\%}$$

Siendo esta tasa superior a la del rendimiento esperado, se ratifica que este proyecto es viable.

5.8 PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN (PRI)

Tomando como base los flujos de efectivo arrojados anteriormente se ha calculado el tiempo de recuperación de la inversión.

**Cuadro N°65.
Inversión y Flujos de Caja**

Inversión inicial	-13.630,85
año 1	4.993,69
año 2	4.740,56
año 3	5.984,29
año 4	7.092,37
año 5	17.424,26

Fuente: Investigación Directa

Elaborado por: La Autora

El tiempo en que la inversión se recuperará es de: 2 años 6 meses.

5.9 PUNTO DE EQUILIBRIO

Para calcular el punto de equilibrio del número de servicios utilizaremos la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{CF}{(Pu - CVu)}$$

Dónde:

Pu=Precio de venta unitario

CF=Costo Fijo

CV =Costo Variable

CVu =Costo variable unitario

Cuadro N° 66.
Punto de Equilibrio

DESCRIPCIÓN	VALOR
Costo fijo	20,760.98
Costo variable	20,470.42
Costo total	41,231.40
Ingresos	50,400.00
Clientes	2,520.00
Precio de venta unitario	20.00
Costo variable unitario	8.12
Punto de equilibrio \$	34,960.00
Punto equilibrio clientes	1,748

Fuente: Investigación Directa

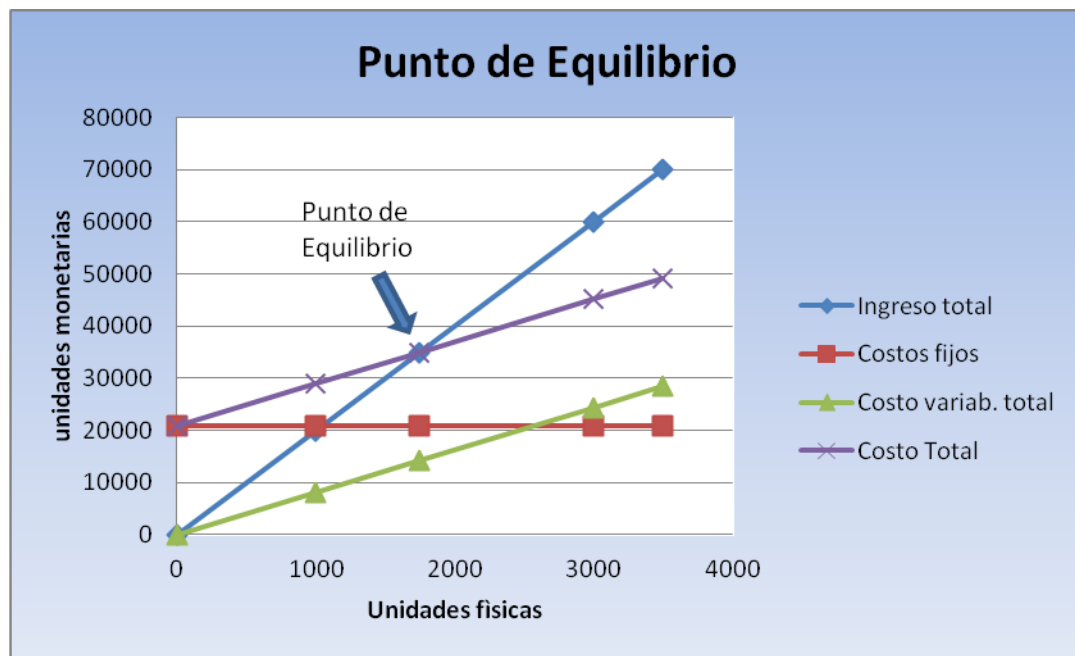
Elaborado por: La Autora

$$PE = \frac{20,760.98}{(20.00 - 8.12)}$$

$$PE = 1.748, \text{ clientes al año}$$

Como vemos se necesitan 1.748 clientes al año, es en ese número donde los egresos igualarán a los ingresos. Este número representan 146 clientes al mes ó 24 personas en cada hora de baile, como podemos ver nosotros estamos sobre el punto de equilibrio, ya que el número mínimo de personas por hora es de 35.

**Gráfico N°25.
Punto de Equilibrio**



Elaborado por: La Autora

** Cabe recordar que el punto de equilibrio se encuentra en la intersección entre la línea del **Ingreso Total y Costo Total**, dando los siguientes datos:

$$\text{Unidades Físicas} = 1,748.00$$

$$\text{Unidades Monetarias} = \$ 34,960.00$$

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Una vez finalizado el Estudio de Factibilidad para la Creación de una Empresa Especializada en la Práctica de la Bailoterapia en el sector sur del DM de Quito, se pudieron apreciar las siguientes conclusiones:

- En el estudio de mercado se pudo constatar que existe un segmento de mercado interesado en utilizar el servicio, nuestra oferta cubrirá un 5,86% de la demanda insatisfecha con horarios de atención que serán de lunes a viernes con 3 horas en la mañana y 3 horas en la tarde-noche, y sábados y domingos con 2 horas en la mañana.
- Así también se estableció como lugar para localización del negocio el Sector de Santa Rita, debido a que es el único sector que no cuenta con un gimnasio que es lo más cercano al servicio que se ofrece, motivo por el cual todas las personas del sector y cercanas a él se encuentran desatendidas en cuanto al servicio, además de sus otras características tales como, accesibilidad y disponibilidad de infraestructura.
- En la imagen corporativa se plasmó todo lo que se quería dar a conocer de la empresa y lo que ofrece, es por ello que tanto en el nombre como en el slogan y logotipo resaltan la salud, el baile y la diversión.
- En cuanto a la evaluación del proyecto, se obtuvo resultados favorables que constataron la viabilidad del mismo, en los cuales se obtuvo un VAN positivo, así como un TIR mayor al rendimiento esperado por los accionistas.

RECOMENDACIONES

- Realizar un estudio de mercado lo más allegado a la realidad posible, con un margen de error bajo y una probabilidad de 50/50, arrojará como resultado una muestra un poco grande, la cual será más fiable y se podrá desarrollar el proyecto de una mejor manera.
- Tomar todas las consideraciones y características necesarias para la ubicación de las instalaciones es clave, ya que mucho dependerá de esto el buen giro del negocio, así también tomar en cuenta todas las necesidades en cuanto a insumos y tecnología que requiera la empresa y elaborar detalladamente el proceso del servicio que se brindará.
- Es muy importante que la imagen corporativa refleje lo que la empresa ofrece, se debe transmitir el mensaje de la manera más clara posible para que las personas aprecien las características y se convierta en clientes.
- En la parte financiera es muy importante tomar en consideración todos los factores que intervengan en el giro del negocio, realizar un presupuesto de ingresos lo más apegado a la realidad, así como considerar todos los gastos en los que incurrirá la empresa, es muy necesario para obtener resultados fiables con los cuales se puedan tomar decisiones acertadas.

BIBLIOGRAFÍA

Libros

GABRIEL BACA URBINA, Fundamentos de Ingeniería Económica, México, Editorial McGraw Hill, 4ta. Edición. 2007

SAPAG Chain, Nassir. Preparación y Evaluación de Proyectos. McGraw Hill Interamericana, cuarta edición, México, 2003.

Sitios Web

<http://www.definicionabc.com/general/baile.php>

<http://spanish.peopledaily.com.cn/92121/6605891.html>

<http://www.monografias.com/trabajos14/estres/estres.shtml>

<http://www.mailxmail.com/curso-proyectos-inversion/ingenieria-proyecto>

<http://www.crecenegocios.com/los-objetivos-de-una-empresa/>

<http://blogs.monografias.com/arturoclery/2009/08/18/las-companias-en-el-ecuador/>

<http://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios-parte-6-el-estudio-de-la-inversion-y-financiamiento/>

<http://www.monografias.com/trabajos29/flujos-efectivo/flujos-efectivo.shtml>

<http://jorgecardona28650gta.blogspot.com/2010/11/flujo-grama.html>

<http://byslibertadores.blogspot.com/2009/05/modelo-molecular-y-servuccion.html>

<http://www.bce.fin.ec/>

Instituciones

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

Secretaría de Territorio, Hábitat y Vivienda

Superintendencia de Compañías

ANEXO 1

ENCUESTA

DATOS GENERALES

Sexo: F M

Edad: 20 - 29 30 -39 40 -49 50 o más

Buenos días, estoy realizando una encuesta para evaluar la FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA ESPECIALIZADA EN LA PRÁCTICA DE LA BAILOTERAPIA EN EL SECTOR SUR DE QUITO". Le agradeceré lee el recuadro y me brinde un minuto de su tiempo para dar respuesta a las preguntas que se encuentran a continuación.

1.- ¿Considera importante la actividad física en la vida diaria?

SI NO

¿Por qué? _____

2.- ¿Conoce acerca de la Bailoterapia como actividad física?

SI NO

Si su respuesta es **SI** continúe con la pregunta 3

Si su respuesta es **NO** lee el enunciado y pase a la pregunta 4

La Bailoterapia.- es una mezcla de aerobics y pasos de baile, sobre todo latinoamericanos como la salsa, el merengue, el chachachá, el mambo, etc. Se practica generalmente en grupos, allí se canta y se hace ejercicio en medio de un ambiente musical que permite desconectarse de los problemas y las preocupaciones cotidianas.

3.- ¿Practica la Bailoterapia?

SI NO

Si su respuesta es **SI** continúe con la pregunta 5

Si su respuesta es **NO** pase a la pregunta 4

4.- ¿Le gustaría practicar como actividad física La Bailoterapia?

SI NO

*Si su respuesta es **SI** por favor responda la pregunta 10
Si su respuesta es **NO** se dará por terminada la encuesta.*

5.- ¿Cuántas horas a la semana dedica a la Bailoterapia?

1 hora 2 horas 3 horas 4 horas 5 horas

Continúe con la siguiente pregunta.

6.- ¿Está satisfecho con el servicio de Bailoterapia que recibe actualmente?

SI NO

*Si su respuesta es **SI** continúe con la pregunta 7
Si su respuesta es **NO** pase a la pregunta 8*

7.- ¿Si le ofrecen un mejor servicio de Bailoterapia, estaría dispuesto a cambiar el actual?

SI NO

Continúe con la pregunta 9 y 10

8.- ¿Estaría dispuesto a cambiar el servicio de Bailoterapia actual por otro?

SI NO

Continúe con la pregunta 9 y 10

9.- ¿Qué horario prefiere o preferiría para practicar la actividad física?

Mañana (6am-11am) Tarde (2pm -5pm) Noche (6pm-9pm)

10.- ¿Le gustaría encontrar un sitio donde se practique de manera exclusiva la Bailoterapia?

SI NO

¡Mil gracias por su atención!

ANEXO 2 - FORMATO DE LA ENTREVISTA

Entrevista para el propietario del Gimnasio

Nombre del Entrevistado:

Cargo que posee:

- 1) ¿Hace cuánto tiempo tiene el Gimnasio?
- 2) ¿Hace cuánto tiempo ofrece bailoterapia en su establecimiento?
- 3) ¿Ha tenido acogida la bailoterapia por parte de sus clientes?
- 4) ¿Ha incrementado el número de clientes en su establecimiento a partir de que ofrece la bailoterapia?
- 5) ¿Cuántas horas de bailoterapia ofrece su establecimiento por semana?
- 6) ¿Ha pensado en aumentar el número de horas de bailoterapia?
- 7) ¿Cuál es el número promedio de alumnos que tiene en cada hora de bailoterapia?
- 8) ¿De qué género es la mayor parte de sus clientes que practican la bailoterapia?
- 9) ¿Los instructores que imparten la bailoterapia son profesionales en esa área o son instructores de aeróbicos?
- 10) ¿Cree usted que un establecimiento especializado en bailoterapia tendría buena acogida?

ANEXO 3 - FORMATO DE LA ENTREVISTA

Entrevista para el Instructor del Parque Lineal

Nombre del Entrevistado:

Cargo que posee:

- 1) ¿Es usted instructor de aerobics o bailoterapia?
- 2) ¿Cuánto tiempo lleva realizando esta actividad?
- 3) ¿Desde cuándo da clases en este lugar?
- 4) ¿Cuántas horas de bailoterapia ofrece por semana?
- 5) ¿Ha pensado en aumentar el número de horas de bailoterapia?
- 6) ¿Cuál es el número promedio de alumnos que tiene en cada hora?
- 7) ¿De qué género es la mayor parte de sus clientes?
- 8) ¿Qué valor cobra a sus clientes?
- 9) ¿Cree usted que un establecimiento especializado en bailoterapia tendría buena acogida?

ANEXO 4

MINUTA DEL ACTA DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

SEÑOR NOTARIO:

En el registro de escrituras públicas a su cargo, dígnese incorporar una en la que conste la CONSTITUCIÓN DE UNA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA, de conformidad con las siguientes cláusulas:

CLÁUSULA PRIMERA: COMPARECIENTES.- Comparecen al otorgamiento del presente contrato de constitución de Compañía de Responsabilidad Limitada, el Ing. Freddy Mauricio Anchaluiza Limaico, casado, el Ing. Diego Fernando Anchaluiza Limaico, casado, la señorita Gabriela Isabel Anchaluiza Limaico, soltero; todos por sus propios y personales derechos. Los comparecientes son de nacionalidades ecuatorianas, domiciliadas y residentes en el Distrito Metropolitano de Quito, mayores de edad, legalmente capaces y hábiles para contratar y obligarse.

CLÁUSULA SEGUNDA: CONSTITUCIÓN.- Los comparecientes manifiestan que es su voluntad fundar mediante el presente instrumento, la compañía que se denominará *Dance & Salud* CÍA. LTDA.- En consecuencia con la voluntad hecha libremente, y con pleno conocimiento de los efectos llamados a producir, los comparecientes fundan y constituyen esta compañía mediante el presente acto de constitución y declaran que vinculan la manifestación de voluntad expresada en todas y cada una de las cláusulas de este contrato.

CLÁUSULA TERCERA: ESTATUTOS DE LA COMPAÑÍA *Dance & Salud* CÍA. LTDA.- La compañía que se constituye mediante la presente escritura pública, se registrará por las leyes ecuatorianas y los siguientes estatutos:

CAPÍTULO PRIMERO: NATURALEZA, DENOMINACIÓN, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL, PLAZO Y DURACIÓN, DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.-

ARTÍCULO PRIMERO: NATURALEZA Y DENOMINACIÓN.- *Dance & Salud* CIA. LTDA. Es una compañía de nacionalidad ecuatoriana que se registrará por las leyes ecuatorianas y por las disposiciones contenidas en los presentes estatutos en los que se le denominará simplemente como LA COMPAÑÍA.

ARTÍCULO SEGUNDO: DOMICILIO.- La compañía tendrá su domicilio principal en el Distrito Metropolitano de Quito, provincia de Pichincha, República del Ecuador, pudiendo establecer Agencias o Sucursales en uno o varios lugares del Ecuador o fuera de él, previa resolución de la Junta General de los Socios adoptada con sujeción a la ley y a los presentes estatutos.

ARTÍCULO TERCERO: OBJETO SOCIAL.- El objeto social de la compañía es: prestación de servicios en la práctica de la Bailoterapia para personas de todas las edades - Para el cumplimiento de este objeto la compañía podrá importar y/o exportar, adquirir, conservar, y enajenar toda clase de bienes muebles o inmuebles necesarios para su fin principal; girar, aceptar, negociar, cancelar y descontar toda clase de documentos civiles y comerciales.- Podrá ejercer la representación de personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras que tengan similar objeto social.- Podrá asumir contratos de franquicias, pudiendo con este propósito celebrar toda clase de actos o contratos permitidos por las leyes para el adecuado cumplimiento de sus fines.- Podrá ser socio o accionista de compañías nacionales o extranjeras, constituidas o por constituirse y que sean afines a su objeto social.- La compañía no podrá dedicarse al arrendamiento mercantil (Leasing Financiero) de conformidad con el Art. 27 de la Ley de Regulación Económica y Control del Gasto Público en concordancia con la Regulación 489-88 de la Junta Monetaria, publicada en el Registro Oficial número ochocientos ochenta y dos del 29 de febrero de 1.988.-

ARTÍCULO CUARTO: PLAZO Y DURACIÓN.- El plazo por el cual se forma la compañía es de CINCUENTA AÑOS, a contarse desde la fecha de inscripción en el registro Mercantil de las escrituras de constitución de la misma; vencido este plazo, la compañía se extinguirá de pleno derecho, a menos que los socios reunidos en Junta General Ordinaria o Extraordinaria, en forma expresa y antes de su expiración decidieren prorrogarla de conformidad con lo previsto en estos estatutos.

ARTÍCULO QUINTO: DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.- En lo referente a la disolución y liquidación de la compañía se estarán a lo dispuesto en el artículo 361 de la Ley de Compañías Codificada, publicada en el Registro Oficial número trescientos doce del 5 de noviembre de 1.999.

CAPÍTULO SEGUNDO: CAPITAL DE LA COMPAÑÍA.

ARTÍCULO SEXTO: CAPITAL SOCIAL.- El capital social de la compañía, es de SEISCIENTOS DÓLARES DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, dividido en SEISCIENTAS PARTICIPACIONES de un dólar de los Estados Unidos de América, cada una.

ARTÍCULO SÉPTIMO: REFERENCIAS LEGALES. En todo lo relativo al aumento o disminución del capital, capitalización y demás asuntos que hagan relación con el capital, se estará a lo dispuesto por la ley.

CAPÍTULO TERCERO: DE LAS PARTICIPACIONES.

ARTÍCULO OCTAVO: DE LA NATURALEZA DE LAS PARTICIPACIONES, SU TRANSMISIÓN Y CESIÓN.- Las participaciones son iguales, acumulativas e indivisibles, pueden ser transmisibles por herencia o transferirse mediante acto entre vivos, en beneficio de otro u otros socios de la compañía o de terceros si se obtuviere el

consentimiento unánime del capital social expresado en la Junta General. La cesión se la hará por escritura pública y cumpliendo con las disposiciones de la ley.

ARTÍCULO NOVENO: CERTIFICADOS DE APORTACIÓN.- La compañía entregará a cada socio un certificado de aportación, en el que constará necesariamente su carácter de no negociable y el número de participaciones que por su aporte le correspondan. Dichos certificados serán firmados por el Presidente y el Gerente General de la Compañía.

CAPÍTULO CUARTO: DE LOS ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN.

ARTÍCULO DÉCIMO: GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN.- La compañía estará gobernada por la Junta General de Socios, órgano supremo de la compañía y administrada por el Gerente General de la Compañía y el Presidente de la misma.

ARTÍCULO DÉCIMO PRIMERO: JUNTA GENERAL DE SOCIOS.- La Junta General de Socios, es el órgano supremo de la compañía y se compone de los socios o de sus representantes o de sus mandatarios reunidos con el quórum y las condiciones que la ley, los reglamentos de la Superintendencia de Compañías y estos estatutos exigen.

ARTÍCULO DÉCIMO SEGUNDO: ATRIBUCIONES Y DEBERES DE LA JUNTA GENERAL.- Son atribuciones y deberes de la Junta General de socios, las siguientes: a) Ejercer las facultades y cumplir con las obligaciones que la ley y los presentes estatutos señalan como de su competencia privativa; b) Interpretar en forma obligatoria para todos los socios y órganos de administración, las normas consagradas en estos estatutos; c) Elegir y remover al Presidente y Gerente General y fijar sus remuneraciones; d) Aprobar las cuentas y los balances que presente el Gerente General; e) Resolver acerca de la forma de reparto de utilidades; f) Consentir en la cesión de las partes sociales y en la admisión de nuevos socios, g) Decidir acerca del aumento o disminución del capital social y la prórroga del contrato social; h) Resolver acerca de la disolución anticipada de la compañía; i) Decidir sobre la enajenación o constitución de gravámenes de los bienes

muebles o inmuebles de la compañía; j) Acordar la exclusión de uno o más socios de acuerdo con las causales establecidas por la ley; k) Autorizar la concesión de garantías por cualquiera que sea su monto; l) Disponer que se entablen las acciones correspondientes en contra de los administradores; m) En general dirigir la marcha de los negocios sociales, ejercer las funciones que le competen como entidad directiva suprema de la compañía y todas aquellas funciones que la ley y estos estatutos no atribuyan expresamente a otro organismo.

ARTÍCULO DÉCIMO TERCERO: JUNTA GENERAL ORDINARIA Y EXTRAORDINARIA.- El Presidente y/o Gerente General de la Compañía, convocarán a la Junta General Ordinaria de Socios una vez al año, dentro de los tres primeros meses posteriores a la finalización del ejercicio económico de la compañía, para tratar sin perjuicio de otros asuntos, los siguientes: a) El balance anual y el informe que presente el Gerente General; b) La formación del fondo de reserva; c) La distribución de utilidades; y, d) Cualquier otro asunto puntualizado en la convocatoria. Las Juntas Generales Extraordinarias serán convocadas en cualquier época del año, cuando lo consideren necesario, en lo demás se estará a lo dispuesto en la Ley de Compañías.

ARTÍCULO DÉCIMO CUARTO: CONVOCATORIA.- Sin perjuicio de las atribuciones, que sobre el particular reconozca la ley al Superintendente de Compañías, las convocatorias para las reuniones de Junta General de Socios, serán hechas por el Presidente y/o Gerente de la compañía, con ocho días de anticipación por lo menos al día fijado para la reunión, mediante nota suscrita y enviada a la dirección registrada para cada uno de los socios en los libros de la compañía, la convocatoria expresará el lugar, día, fecha, hora y el objeto de la reunión, y serán nulas todas las deliberaciones y resoluciones relacionadas con asuntos no expresados en la convocatoria.

ARTÍCULO DÉCIMO QUINTO: QUÓRUM.- La Junta General de Socios, Ordinaria y Extraordinaria, se reunirá en el domicilio principal de la Compañía y deberán concurrir a ella un número de personas, que representen por lo menos más de la mitad del capital social. Si la Junta General no puede reunirse en primera convocatoria, por falta de

quórum, se procederá con una segunda convocatoria, la que se reunirá con el número de socios presentes, debiendo así expresarse en la referida convocatoria.

ARTÍCULO DÉCIMO SEXTO: MAYORÍA.- Salvo las excepciones legales y estatutarias, las decisiones de la Junta General de Socios, serán tomadas por mayoría absoluta de votos de los socios presentes, entendiéndose que el socio tiene derecho a un voto por cada participación de un dólar, los votos en blanco y las abstenciones se sumarán a la mayoría. Las resoluciones de la Junta General son obligatorias para todos los socios sin perjuicio de la acción que éstos tienen para impugnar ante la Corte Superior de Justicia, las resoluciones de la Junta General en los términos prescritos en la Ley de Compañías.

ARTÍCULO DÉCIMO SÉPTIMO: DE LA REPRESENTACIÓN.- A más de la forma de representación prevista por la ley, un socio podrá ser representado en la Junta General de Socios, por un apoderado con poder notarial general o especial o mediante carta-poder dirigida al Gerente General, con carácter especial para cada Junta General de Socios.

ARTÍCULO DÉCIMO OCTAVO: DE LAS ACTAS Y EXPEDIENTES DE LAS JUNTAS.- Luego de celebrada una Junta General, deberá extenderse un acta de deliberaciones u acuerdos que llevarán las firmas del Presidente y del Secretario de la Junta. Se formará un expediente de cada Junta, el expediente contendrá copia del acta de los documentos que justifiquen que la convocatoria ha sido hecha en la forma señalada por la ley y estos estatutos. Se incorporarán también a dichos expedientes todos aquellos documentos que hubieren sido conocidos por la Junta. Las actas de las Juntas Generales, se llevarán en hojas móviles escritas a máquina, foliadas a número seguido, escritas en el anverso y reverso y una a continuación de otra en riguroso orden cronológico, sin dejar espacios en blanco en su texto y rubricadas una por una por el Secretario.

ARTÍCULO DÉCIMO NOVENO: DEL PRESIDENTE Y SECRETARIO.- Las Juntas Generales, serán presididas por el Presidente de la Compañía o en su defecto por el socio

o representante que en cada sesión se eligiere para efecto. El Gerente General de la compañía actuará como Secretario de la Junta General y a su falta se designará y Secretario Ad-hoc.

ARTÍCULO VIGÉSIMO: DE LAS JUNTAS GENERALES UNIVERSALES.- No obstante lo dispuesto en los artículos anteriores, la Junta General se entenderá convocada y válidamente constituida en cualquier tiempo y en cualquier lugar dentro del territorio nacional para tratar cualquier asunto, siempre que esté presente la totalidad del capital social y los asistentes acepten por unanimidad la celebración de la Junta, quienes deberán suscribir la correspondiente acta bajo sanción de nulidad. Sin embargo, cualquiera de los asistentes puede oponerse a la discusión de asuntos, sobre los cuales no se considere suficientemente informado.

ARTÍCULO VIGÉSIMO PRIMERO: DEL PRESIDENTE DE LA COMPAÑÍA.- El Presidente de la Compañía será nombrado por la Junta General de Socios, de entre los socios o no, ejercerá sus funciones por el período de DOS AÑOS pudiendo ser reelegido indefinidamente. Sus funciones se prorrogarán hasta ser legalmente reemplazado.

ARTÍCULO VIGÉSIMO SEGUNDO: ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL PRESIDENTE.- Son atribuciones del Presidente de la Compañía las siguientes: a) Convocar a Junta General de Socios conforme a la Ley y a estos estatutos; b) Presidir las sesiones de Junta General; c) Suscribir conjuntamente con el Secretario las actas de la Junta General; d) Supervigilar la marcha administrativa y financiera de la compañía; e) Subrogar al Gerente General en sus funciones por falta o ausencia de éste, con todas las facultades concedidas por la Ley y estos estatutos; f) Cumplir con los deberes y ejercer las demás atribuciones que le correspondan según la Ley y los presentes estatutos.

ARTÍCULO VIGÉSIMO TERCERO: DEL GERENTE GENERAL.- Para el ejercicio de este cargo, no se requiere ser socio de la compañía, pudiendo ser reelegido indefinidamente. Será elegido por la Junta General de Socios para el período de DOS AÑOS.

ARTÍCULO VIGÉSIMO CUARTO: DE LA REPRESENTACIÓN LEGAL.- Corresponde al Gerente General de la Compañía la Representación Legal, judicial o extrajudicial de la misma.

ARTÍCULO VIGÉSIMO QUINTO: OTRAS ATRIBUCIONES Y DEBERES DEL GERENTE GENERAL.- El Gerente General tienen las más amplias atribuciones de administración y manejo de los negocios sociales con sujeción a la ley, los presentes estatutos y las instrucciones impartidas por la Junta General de Socios y el Presidente de la Compañía. En particular a más de la Representación Legal que le corresponde, tendrá los deberes y atribuciones que se mencionan a continuación: a) Realizar todos los actos de administración diaria de las actividades de la compañía; b) Someter anualmente a la Junta General Ordinaria de Socios el informe económico de la compañía; c) Formular a la Junta General de Socios las recomendaciones que considere necesarias, en cuanto a la distribución de utilidades y constitución de reservas; d) Nombrar y remover al personal de la compañía y fijar sus remuneraciones, así como sus deberes y atribuciones; e) Dirigir y supervigilar la contabilidad y servicios de la compañía, así como velar por el mantenimiento y conservación de los documentos de la compañía; f) Abrir y cerrar cuentas corrientes o de cualquier naturaleza y designar a las personas autorizadas para emitir cheques o cualquier otra orden de pago en contra de las referidas cuentas; g) Librar, aceptar y endosar letras de cambio y cualquier otro efecto de comercio; h) Cumplir y hacer cumplir las decisiones de la Junta General de Socios; i) Constituir para los efectos de la ley, apoderados o procuradores para aquellos actos que le faculte la ley y el presente estatuto; j) En general ejecutar cualquier acto o contrato sin limitación de ninguna clase; k) Llevar los libros de actas, participaciones y socios de la compañía; l) Actuar como Secretario de la Junta General de Socios; m) Ejercer y cumplir todas las atribuciones que reconocen e imponen la ley y los presentes estatutos, así como todos aquellos que sean inherentes a su función y necesarios para el cabal cumplimiento de su cometido.

CAPÍTULO QUINTO: DE LA FISCALIZACIÓN, REPARTO DE UTILIDADES, EJERCICIO ECONÓMICO Y RESERVAS LEGALES.

ARTÍCULO VIGÉSIMO SEXTO: DE LA FISCALIZACIÓN.- La fiscalización de la compañía estará a cargo de la Junta General de Socios, la cual si considera necesario podrá nombrar un comisario con su respectivo suplente para cada ejercicio económico para el mejor cumplimiento de este cometido.

ARTÍCULO VIGÉSIMO SÉPTIMO: DEL EJERCICIO ECONÓMICO.- La compañía tendrá un ejercicio económico que corresponderá a partir del primero de enero hasta el treinta y uno de diciembre de cada año.

CAPÍTULO SEXTO: DISPOSICIONES VARIAS.

ARTÍCULO TRIGÉSIMO: DE LAS NORMAS SUPLETORIAS.- Para todo aquello que no haya expresa disposición, se aplicarán las normas contenidas en la Ley de Compañías y demás leyes y reglamentos pertinentes vigentes a la fecha en que se otorga la escritura pública de constitución de la compañía, las mismas que se entenderán incorporadas a estos estatutos.

CLÁUSULA CUARTA: SUSCRIPCIÓN Y PAGO DE PARTICIPACIONES.- Los Socios fundadores suscriben íntegramente el capital social de xxxx, divididos en xxxx participaciones de un dólar de los Estados Unidos de América cada una, de conformidad con el siguiente detalle:

SOCIO	CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO
Ing. Freddy Anchaluisa	xxxx	xxxx
Ing. Diego Anchaluisa	xxxx	xxxx
Srta. Gabriela Anchaluisa	xxxx	xxxx

TOTAL	xxxx	xxxx

De la manera antes indicada queda suscrita la totalidad de las participaciones en que se divide el capital social de la compañía, las mismas que los suscriptores las pagan de la siguiente manera: En numerario y mediante depósito a la "CUENTA DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL", todos los socios fundadores pagan cada uno de ellos el CIEN POR CIENTO del capital que respectivamente han suscrito según consta del certificado bancario de depósito que se acompaña como documento habilitante.

DISPOSICIÓN TRANSITORIA PRIMERA: Nombrarse como GERENTE GENERAL de la compañía la Srta. Gabriela Anchaluisa y como PRESIDENTE de la misma al Ing. Diego Anchaluisa

DISPOSICIÓN TRANSITORIA SEGUNDA: Cualesquiera de los socios fundadores, así como el Doctor Oswaldo Santos Burbano de Lara quedan facultados para que a nombre de la compañía realicen ante la Superintendencia de Compañías y demás autoridades competentes, todos aquellos trámites que sean necesarios para el establecimiento legal de esta compañía hasta la inscripción en el Registro Mercantil del cantón, e inclusive obtención del Registro Único de Contribuyentes inclusive en el Servicio de Rentas Internas.

CLÁUSULA QUINTA: ACEPTACIÓN.- Los otorgantes aceptan el total contenido de las cláusulas y estatutos que anteceden y autorizan a usted señor Notario, agregar las demás de estilo necesarias para la perfecta validez de este contrato.

Atentamente,

Dr. Oswaldo Santos Burbano de Lara
Abogado - Mat.

ANEXO 5
HOJA MEMBRETADA

DANCE & SALUD



Ta Salud en Movimiento !!

dancesalud@hotmail.com

TEL: 2 621-673
083127392

Cda. Santa Rita Calle Tendales S26-247
y Moromoro

ANEXO 6

TARJETA DE PRESENTACIÓN



DANCE & SALUD

GABRIELA ANCHALUISA
PROPIETARIA

TELF : 2 621-673
083127392

dancesalud@hotmail.com

Tu Salud en Movimiento !!

SANTA RITA



a ritmo de :

- salsa
- merengue
- cumbia
- regueton y mucho más

Cdla. Santa Rita Calle Tendales S26-247
y Moromoro