

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO PARA NIÑOS EN EL
MUNICIPIO DE BUCARAMANGA**

MARIA ROSALBA NUÑEZ DE RODRIGUEZ

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2009**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO PARA NIÑOS EN EL
MUNICIPIO DE BUCARAMANGA**

MARIA ROSALBA NUÑEZ DE RODRIGUEZ

**Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de
Profesional en Gestión Empresarial**

Director:

Ing. JAIME ENRIQUE SARMIENTO SUÁREZ

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2009**

DEDICATORIA

El esfuerzo y dedicación necesaria para culminar satisfactoriamente este proyecto, lo debo especialmente a Dios el creador y Todo Poderoso que nos ayuda a ser posible que nuestros sueños se conviertan en realidad, a mi esposo Hernando por su comprensión y apoyo incondicional, a mis adorados hijos Luis Fernando, Martha Yaneth y Carlos Andrés por brindarme el apoyo y ánimo necesario para seguir adelante, por ser tolerantes, con este sueño de ser profesional; a todos y cada una de las personas que de una u otra forma me brindaron su ayuda y colaboración.

Rosalba

AGRADECIMIENTOS

El presente estudio es el resultado de una extensa labor colectiva, y fue posible en primer lugar a la enseñanza recibida de todos los docentes durante la carrera de Gestión Empresarial, la colaboración y orientación del director del proyecto Ingeniero Jaime Enrique Sarmiento Suarez, quien infundió siempre honestidad y responsabilidad en cada paso de la investigación, con el fin de encontrar bases de información sólidas para la creación de una nueva empresa, que contribuya al desarrollo económico y social de la región.

Gracias.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	23
1. GENERALIDADES	24
1.1 ANTECEDENTES	24
1.2 DIAGNOSTICO DEL SECTOR	28
1.3 CONTEXTO GEOGRÁFICO	35
1.4 ASPECTOS LEGALES	37
2. ESTUDIO DE MERCADOS	39
2.1 OBJETIVOS	39
2.1.1 General	39
2.1.2 Específicos	39
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	40
2.2.1 Definición y Usos Específicos del Servicio	41
2.2.2 Servicios Sustitutos	42
2.2.3 Servicios Complementarios.	43
2.2.4 Atributos Diferenciadores del Servicio con Respecto a la Competencia	43
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	44
2.3.1 Mercado Potencial	44
2.3.2 Mercado Objetivo	44
2.3.3 La Demanda	44
2.3.4 Investigación de Mercados.	45
2.3.4.1 Planteamiento del Problema	45
2.3.4.2 Planeamiento del Problema	45
2.3.4.3 Necesidades de información	47
2.3.4.4 Ficha Técnica	48
2.3.4.5 Tabulación, presentación y análisis de resultados	49

2.3.5	Estimación de la Demanda	64
2.3.6	Evolución Histórica de la Demanda	65
2.3.7	Proyección de la Demanda	66
2.4	LA OFERTA	67
2.4.1	Necesidades de Información	68
2.4.2	Ficha Técnica Oferta	69
2.4.3	Tabulación y Presentación de Resultados de la Oferta	70
2.4.4	Análisis de la Situación Actual de la Competencia	81
2.4.5	Proyección de la Oferta	83
2.5	RELACIÓN ENTRE LA DEMANDA Y LA OFERTA	83
2.6	CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	84
2.6.1	Estructura de los Canales Actuales	84
2.6.2	Ventajas y Desventajas de los Canales	85
2.6.3	Elección Del Canal De Comercialización	86
2.7	PRECIO	87
2.7.1	Análisis de Precios	87
2.7.2	Estrategia de Fijación de Precios	89
2.8	PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN	89
2.8.1	Objetivos	89
2.8.2	Logotipo	90
2.8.3	Lema	90
2.8.4	Análisis de Medios	91
2.8.5	Selección de Medios	91
2.8.6	Estrategias Publicitarias	92
2.8.7	Presupuesto de Publicidad	92
2.8.7.1	Presupuesto de Lanzamiento	92
2.8.7.2	Presupuesto de Operación	94
2.9	CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	94
3.	ESTUDIO TÉCNICO	96
3.1	TAMAÑO DEL PROYECTO	96

3.1.1	Descripción del Tamaño del Proyecto	96
3.1.2	Factores que determinan el Tamaño del Proyecto	96
3.1.3	Capacidad del Proyecto	98
3.1.3.1	Capacidad Diseñada.	98
3.1.3.2	Capacidad Instalada	99
3.1.3.3	Capacidad Utilizada y Proyectada	100
3.2	LOCALIZACIÓN	101
3.2.1	Macrolocalización	101
3.2.2	Microlocalización	102
3.3	INGENIERÍA DEL PROYECTO	107
3.3.1	Ficha Técnica Del Servicio	107
3.3.2	Descripción Técnica del Servicio	108
3.3.3	Diagrama de Operación, Proceso y Procedimiento del Servicio	112
	Diagrama de Operaciones del Servicio	113
3.3.4	Control de Calidad	114
3.3.5	Recursos	116
3.3.5.1	Recursos Humanos	116
3.3.5.2	Recursos Físicos	118
3.3.5.3	Recursos de Insumos	122
3.3.6	Estudio de Proveedores	123
3.3.7	Distribución de la Planta	124
3.3.8	Logística de Distribución	125
3.4	CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO	126
4.	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	128
4.1	FORMA DE CONSTITUCIÓN	128
4.2	CONSTITUCIÓN LEGAL	128
4.3	CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	132
4.3.1	Visión	132
4.3.2	Misión	132
4.3.3	Objetivos	132

4.3.4	Principios y valores corporativos.	133
4.3.5	Políticas	134
4.3.5.1	De Personal	134
4.3.5.2	De Compras	137
4.4	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	137
4.4.1	Estructura Organizacional	138
4.4.2	Descripción y Perfil de Cargos	138
4.4.3	Asignación Salarial	149
5.	ESTUDIO FINANCIERO	151
5.1	INVERSIONES	151
5.1.1	Activos Fijos	151
5.1.1.1	Terreno	151
5.1.1.2	Construcción y Adecuación	152
5.1.1.3	Maquinaria y Equipo	153
5.1.1.4	Muebles y Enseres	154
5.1.1.5	Equipo de Oficina	155
5.1.1.6	Herramientas	155
5.1.1.7	Total de Inversión fija	156
5.1.2	Inversión Diferida	156
5.1.3	Inversión de Capital de Trabajo	156
5.1.3.1	Costo de Producción	157
5.1.3.1.1	Mano de Obra Directa	157
5.1.3.2	Gastos de Administración y Ventas	161
5.1.3.3	Gastos Financieros	162
5.1.3.4	Total Capital de Trabajo	164
5.1.4	Inversión Total	164
5.1.5	Fuentes de Financiación	164
5.2	COSTOS	165
5.2.1	Costos Fijos	165
5.2.2	Costos Variables	166

5.2.3	Costos Totales Unitarios	166
5.2.4	Precio de Venta	166
5.3	PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	167
5.3.1	Egresos proyectados	167
5.3.2	Ingresos Proyectados	168
5.4	PUNTO DE EQUILIBRIO	168
5.5	FLUJO DE CAJA PROYECTADO	169
5.6	ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	170
5.7	BALANCE GENERAL	171
6.	EVALUACIÓN DEL PROYECTO	173
6.1	IMPACTO SOCIAL	173
6.2	IMPACTO AMBIENTAL	175
6.3	EVALUACIÓN FINANCIERA	176
6.3.1	Valor Presente Neto VPN	176
6.3.2	Tasa Interna de Retorno TIR	177
6.3.3	Periodo de Recuperación	177
6.3.4	Análisis de las razones financieras	177
	CONCLUSIONES	180
	RECOMENDACIONES	183
	BIBLIOGRAFÍA	184
	ANEXOS	186

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Hogares con niños en edades entre los 4 – 15 años	49
Cuadro 2. Número de niños por residencia según estrato socioeconómico	50
Cuadro 3. Medios de esparcimiento más utilizados por los niños	51
Cuadro 4. Medios de Entretenimiento	52
Cuadro 5. Calificación del estado físico de los niños	53
Cuadro 6. Conocimiento de gimnasio para niños y jóvenes	54
Cuadro 7. Contribución de los gimnasios para mejorar el estado físico de los niños y jóvenes	55
Cuadro 8. Como contribuyen los gimnasios para niños y jóvenes	56
Cuadro 9. Adquisición del servicio de gimnasio	57
Cuadro 10. Frecuencia en la utilización del servicio de gimnasio	58
Cuadro 11. Horario para la prestación del servicio	59
Cuadro 12. Sector para la prestación del servicio de gimnasio	60
Cuadro 13. Valor mensual para la prestación de servicio de gimnasio	61
Cuadro 14. Forma de dar a conocer el servicio de gimnasio	62
Cuadro 15. Servicios adicionales que prestaría el servicio de gimnasio	63
Cuadro16. Estimación Demanda Global de Niños que Adquieren el Servicio.	65
Cuadro 17. Población Niños de 4 a 15 Años por Estratos	67
Cuadro 18. Proyección de la Demanda a 5 años	67

Cuadro 19. Tiempo de funcionamiento	70
Cuadro 20. Horarios de atención	71
Cuadro 21. Porcentaje de prestación de servicio.	72
Cuadro 22. Cantidad de personas que toman el servicio	73
Cuadro 23. Distribución de edades de personas atendidas	74
Cuadro 24. Valor Mensualidad	75
Cuadro 25. Utilización de Medios de Comunicación	76
Cuadro 26. Medio de Comunicación más Utilizado	77
Cuadro 27. Área total del Establecimiento	78
Cuadro 28. Promociones	79
Cuadro 29. Servicios Adiciones que presta el Establecimiento	80
Cuadro 30. Situación Actual de la Competencia	81
Cuadro 31. Relación de la competencia	81
Cuadro 32. Proyecciones de la Oferta	83
Cuadro 33. Relación Demanda Oferta	84
Cuadro 34. Canales de distribución	84
Cuadro 35. Precios competencia Indirecta	87
Cuadro 36. Publicidad de Lanzamiento	93
Cuadro 37. Publicidad de Operaciones	94
Cuadro 38. Capacidad Diseñada	98
Cuadro 39. Capacidad Instalada	99
Cuadro 40. Capacidad utilizada y proyectada	100
Cuadro 41. Ponderación de los Fac	104
Cuadro 42. Determinación de la Ub	105

Cuadro 43. Matriz De Impacto: áreas de Actividad Vs. Usos Generales	106
Cuadro 44. Mano de Obra Directa	117
Cuadro 45. Mano de Obra Indirecta	117
Cuadro 46. Herramientas de Actividad Física	118
Cuadro 47. Muebles y Enseres	122
Cuadro 48. Insumos Área administrativa	123
Cuadro 49. Insumos Área Operativa	123
Cuadro 50. Proveedores	124
Cuadro 51. Distribución de la Planta	124
Cuadro 52. Estructura Salarial Personal Administrativo	149
Cuadro 53. Contratos por Prestación de Servicios	150
Cuadro 54. Adecuaciones	152
Cuadro 55. Maquinaria y Equipo	153
Cuadro 56. Muebles y Enseres	154
Cuadro 57. Equipo de Oficina	155
Cuadro 58. Herramientas y Suministros	155
Cuadro 59. Total Inversión Fija	156
Cuadro 60. Inversión Diferida	157
Cuadro 61. Costos de Prestación del Servicio	157
Cuadro 62. Mano de Obra Directa.	158
Cuadro 63. Mano de Obra Indirecta	158
Cuadro 64. Servicios Públicos	159
Cuadro 65. Insumos Área Administrativa	159

Cuadro 66. Insumos Área Operativa	159
Cuadro 67. Depreciación de Activos Fijos.	160
Cuadro 68. Total Costos Indirectos de Fabricación (CIF)	160
Cuadro 69. Costos Totales del Servicio	161
Cuadro 70. Gastos de Administración	162
Cuadro 71. Gastos Financieros	162
Cuadro 72. Capital de Trabajo	164
Cuadro 73. Inversión Total	164
Cuadro 74. Financiación del Proyecto	165
Cuadro 75. Costos Fijos	165
Cuadro 76. Costos Variables	166
Cuadro 77. Costo Total Unitario	166
Cuadro 78. Precio de Venta	167
Cuadro 79. Egresos Proyectados	167
Cuadro 80. Ingresos Proyectados	168
Cuadro 81. Flujo de Caja Proyectado	169
Cuadro 82. Estado de Resultados Proyectado	170
Cuadro 83. Balance General	171
Cuadro 84. Matriz Impacto Ambiental	175
Cuadro 85. Calculo de Valor Presente Neto	176
Cuadro 86. Calculo de Tasa Interna de Retorno	177
Cuadro 87. Periodo de Recuperació	177
Cuadro 88. Razones Financieras	177

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Hogares con niños en edades entre los 4 – 15 años	49
Figura 2. Número de niños por residencia según estrato socioeconómico	50
Figura 3. Medios de esparcimiento más utilizados por los niños	51
Figura 4. Medios de Entretenimiento	52
Figura 5. Calificación del estado físico de los niños	53
Figura 6. Conocimiento de gimnasio para niños y jóvenes	54
Figura 7. Contribución de los gimnasios para mejorar el estado físico de los niños y jóvenes	55
Figura 8. Como contribuyen los gimnasios para niños y jóvenes	56
Figura 9. Adquisición del servicio de gimnasio	57
Figura 10. Frecuencia en la utilización del servicio de gimnasio	58
Figura 11. Horario para la prestación del servicio	59
Figura 12. Sector para la prestación del servicio de gimnasio	60
Figura 13. Valor mensual para la prestación de servicio de gimnasio	61
Figura 14. Forma de dar a conocer el servicio de gimnasio	62
Figura 15. Servicios adicionales que prestaría el servicio de gimnasio	63
Figura 16. Tiempo de funcionamiento	70
Figura 17. Horarios de atención	71

Figura 18. Porcentaje de prestación de servicio.	72
Figura 19. Cantidad de personas que toman el servicio	73
Figura 20. Distribución de edades de personas atendidas	74
Figura 21. Valor Mensualidad	75
Figura 22. Utilización de Medios de Comunicación	76
Figura 23. Medio de Comunicación más Utilizado	77
Figura 24. Área total del Establecimiento	78
Figura 25. Promociones	79
Figura 26. Servicios Adicionales que presta el Establecimiento	80
Figura 27. Diagrama canal de distribución	86
Figura 28. Logotipo	90
Figura 29. Macrolocalización	101
Figura 30. Microlocalización	102
Figura 31. Flujo de Caja	176

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Encuesta Demanda	187
Anexo 2. Encuesta Oferta	190
Anexo 3. Distribución de la planta	193

GLOSARIO

Actividad física: se entiende por Actividad Física a todos los movimientos naturales y/o planificados que realiza el ser humano obteniendo como resultado un desgaste de energía.

Capacidad Aeróbica: se define como la capacidad del organismo (corazón, vasos sanguíneos y pulmones) para funcionar eficientemente y llevar actividades sostenidas con poco esfuerzo, poca fatiga, y con una recuperación rápida.

Condición Física: capacidad de realizar un trabajo diario con vigor y efectividad, retardando la aparición de fatiga y previniendo la aparición de lesiones.

Estrés: 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. También se considera la respuesta del cuerpo a condiciones externas que perturban el equilibrio emocional de la persona.

Flexibilidad: capacidad que tienen los músculos para estirarse, cuando una articulación se mueve.

Fortalecimiento Muscular: aumento de la fuerza de un músculo que posee un volumen normal o casi normal.

Gimnasio: lugar que permite realizar ejercicio en un recinto cerrado. La palabra gimnasio deriva de la palabra griega *gymnos*, que significa desnudo, y se utilizaba en la Antigua Grecia para denominar el lugar donde se educaban los jóvenes. En

estos centros se realizaba educación física, que se acostumbraba a practicar sin ropa, de la misma manera que los baños y los estudios.

Índice de Masa Corporal (IMC): es una medida de asociación entre el peso y la talla de un individuo.

Habilidad Motriz: capacidad aprendida para realizar el objetivo de una tarea que hay que ejecutar.

Obesidad: es definida como un trastorno metabólico que conduce a una excesiva acumulación de energía en forma de grasa corporal en relación con el valor esperado según el género, talla y edad.

Prevalencia: proporción de individuos de un grupo o población que presentan una característica o evento determinado en un tiempo dado.

Sedentarismo: ausencia de ejercicio físico habitual que tiende a la ausencia de movimiento.

Sobrepeso: denota un peso corporal mayor con relación al valor esperado según el género, talla y edad.

RESUMEN

TITULO:

FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO PARA NIÑOS CON EDADES DE 4 A 15 AÑOS, EN LA CIUDAD DE BUCARAMANGA.*

AUTORA:

NÚÑEZ DE RODRÍGUEZ, María Rosalba.**

PALABRAS CLAVES:

Gimnasio, Actividad Física, Habilidad Motriz, Fortalecimiento Muscular, Flexibilidad.

DESCRIPCIÓN:

El presente proyecto analiza la viabilidad para la creación de un gimnasio para niños de 4 a 15 años de edad de los estratos 4,5 y 6 del Municipio de Bucaramanga, que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de la población infantil. Esta idea constituye una oportunidad de negocio debido a algunas falencias observadas en este servicio, que pueden ser constatadas por los padres de familia en el estudio de mercados, donde se demostró la existencia de un mercado potencial y real significativo, siempre y cuando la nueva empresa prestadora de servicios de gimnasio presente una oferta del servicio con condiciones de calidad profesionalismo, horarios y precios módicos.

Desde la perspectiva del estudio técnico se ostento como una localización estratégica e intermedia el sector de real de minas, jugara un papel importante en el éxito del gimnasio, así como la combinación adecuada de las herramientas e implementos y recurso humano disponible que permita que se preste un servicio integrado que además de la actividad física, los ejercicios también pueda acceder a diagnostico medico, valoración fisioterapeuta y orientación nutricional; se aprovechara del tiempo libre que disponen los niños para garantizar que permitan el cubrimiento del tamaño del proyecto.

De igual forma el estudio financiero y la evolución del mismo se obtuvieron resultados favorables, en ellos se proyectaron los diferentes estados contables de la empresa así como el flujo de caja, obteniendo cifras positivas para las diferentes razones financieras, del mismo modo la tasa interna de retorno se calculo en un 79%, con tiempo de recuperación de 2 años y cinco meses aproximadamente, indicando como principal conclusión que la nueva empresa es recomendable y factible.

* Proyecto de Grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación A Distancia. Gestión Empresarial . Ing. Jaime Enrique Sarmiento Suárez

SUMMARY

TITLE:

REABILITY FOR THE CREATION OF A GYMNASIUM FOR CHILDREN ON AGES MEETS 4 To 15 YEARS, IN BUCARAMANGA CITY*

AUTHOR:

NÚÑEZ DE RODRIGUEZ, Maria Rosalba.**

KEY WORDS:

Gymnasium, Physical Activity, Motive Skill, Muscular Strengthening, Flexibility.

DESCRIPTION:

The present project viability analyzes for the creation of a gymnasium for children from 4 to 15 years old from the strata 4, 5 and 6 of Bucaramanga's Municipality, which contributes to the improvement of the quality of life of the infantile population. This idea constitutes an opportunity of business to some failings observed in this service, which can be stated by the family parents in the study of markets, where there was demonstrated the existence of a potential and significant market, always when the new company of services of present gymnasium an offer of the service with quality conditions professionalism, schedules and reasonable prices.

From the perspective of the technical study I show an strategic and intermediate location the sector of Real de Minas, it was playing an important papering the success of the gymnasium, as well as the suitable combination of the tools and implements and human available resource that allows that there should lend an integrated service that besides the physical activity, the exercises physical therapist and nutritional orientation could accede to medical diagnosis, valuation; taking advantage of the free time that the children arrange to guarantee that they allow the coverage of the size of the project.

Of equal form the financial study and the evolution of the same obtained favorable results, in them there were projected the different accounting forms of the company as well as the cash flow, obtaining positive numbers for the different financial reasons, in the same way the internal rate of return, I calculate in 79 %, with time of recovery of 2 years and five months approximately, indicating as principal conclusion that the company is advisable and feasible.

* Project of Degree

** Institute of Regional Projection and Education Distantly. Business management.
Ing. Jaime Enrique Sarmiento Suárez

INTRODUCCIÓN

Las características de los tiempos actuales imprimen particular relevancia en la formación de recurso humano para crear empresas en nuestro país con el fin de generar ingresos y fuentes de trabajo que permitan el bienestar de un buen núcleo de trabajo.

Como gestora empresarial busco poner en práctica los conocimientos adquiridos durante la carrera, materializando la idea de crear un gimnasio para niños de 4 a 15 años de edad en el municipio de Bucaramanga, beneficiando a las familias que tienen niños con esas edades y se encuentran físicamente inactivos.

El presente proyecto contempla ofrecer en el mercado un servicio de gimnasio que brinde al usuario calidad, profesionalismo, horarios favorables y precios cómodos; además diagnóstico médico, valoración fisioterapeuta, y orientación nutricional todo en un ambiente agradable y con las mejores condiciones para la satisfacción del cliente y lograr un posicionamiento en la ciudad.

El primer capítulo presenta las generalidades, donde se relaciona la idea con su entorno, antecedentes, diagnóstico y evolución del sector el capítulo dos el estudio de mercados, objetivos, demanda y oferta; el capítulo tres estudio técnico, se determina el tamaño del proyecto y los recursos; el capítulo cuatro,

1. GENERALIDADES

1.1 ANTECEDENTES

Desde los tiempos antiguos, más exactamente en la antigua Grecia, los habitantes desde pequeños practicaban la gimnasia no solamente como deporte también lo hacían como un conjunto de preocupaciones higiénicas y medicinales, éticas y estéticas a la vez; mirando el deporte como beneficios de la actividad física suelen estar enmarcadas dentro del discurso médico, que propende por la práctica del deporte con miras a disminuir la probabilidad de ocurrencia de patologías de origen cardiaco, respiratorio, metabólico, musculoesquelético entre otras. Si bien estos discursos son importantes, por mucho tiempo se ha desconocido, o al menos no se ha reconocido la importancia del deporte en otros contextos de la vida humana.

La palabra Gimnasio viene del verbo griego Gymnatzo, que quiere decir ejercitarse o esforzarse en una actividad y ese ha sido el significado que se ha impuesto finalmente en los gimnasios actuales. Pero la raíz de gymnatzo es “gymnos” que venía a designar a las personas sin ropa o desnudas.

El primer gimnasio fue un terreno cercado o cerrado, con varias divisiones para realizar ejercicios enfocados únicamente al fortalecimiento muscular. Pero con el desarrollo de la arquitectura paso a ser un local con elegancia, puertas, baños y paredes decoradas con pinturas.

Además de ser un sitio para ejercitar el cuerpo, también sirvió como un lugar de encuentro de los filósofos y literatos de la época. Proliferaron poco a poco por

todas las ciudades griegas, aunque entre los más conocidos en Atenas son: el Liceo, la Academia y el Cinosargo.

En la actualidad los gimnasios ofrecen una variedad de programas con diferentes fines de acuerdo a la necesidad y desempeño de cada persona, dentro de los programas se encuentran; mejoramiento de la salud, del estado físico y la parte estética.

En el mejoramiento de la salud los gimnasios brindan asesoramiento para:

- Disminuir el riesgo cardiovascular.
- Disminuir el sobrepeso.
- Disminuir el estrés.

En el mejoramiento del estado físico los gimnasios proporcionan orientaciones a los deportistas para:

- Mantener y mejorar la actividad física y la capacidad aeróbica.
- Fortalecimiento muscular.
- Mejorar la flexibilidad.

Por último en la parte estética los gimnasios ofrecen a las personas que se dedican al modelaje y la farándula, programas para mantener una figura esbelta.

Sin embargo no solo las personas adultas sufren de problemas de sobrepeso debido a los malos hábitos alimenticios y una mala calidad de vida sin dejar de lado la inactividad física que poseen, hoy en día estos problemas también se ven reflejados en los niños, quienes a su corta edad ya presentan sobrepeso y desordenes alimenticios que llevan a una deficiente calidad de vida, pensando en su futuro y sobre todo en su estado físico se han creado gimnasios diseñados especialmente para ellos.

A nivel Internacional en el estado de Maryland, cuando Tonya Manago se dio cuenta de que su hija de seis años llevaba el camino hacia el sobrepeso, decidió pasar a la acción y poner en marcha el gimnasio "Youth Visions".

En el año de 1983 en el Estado de California, Estados Unidos fue fundado por William Caplin y Yakov y Susi Sherman "My Gym", un gimnasio diseñado para mejorar las habilidades motrices infantiles, la confianza y la autoestima, al igual que su capacidad de sociabilizar y su afición por el deporte, siempre a través del juego. "My Gym" se ha convertido en una franquicia mundial en gimnasios para niños.

De igual forma en España en Aravaca, Madrid "My Gym", abrió su primera instalación. Su programa de actividades ha sido galardonado varias veces por la prensa en EE.UU. como el "Mejor Programa Infantil", sus clases han sido declaradas como las "Mejores clases de deporte para niños" en el Sur de Florida; y ha sido elegido "Mejor programa de juego y desarrollo para niños".

A nivel nacional existen gimnasios como "Kids Gym" con sedes en Bogotá y Medellín; "International Gymnastyc Center" de Bogotá, "Gimnasio Infantil Creciendo Feliz" de Medellín, "Fitness Infantil" de Cali; "Fitness For Kids And Mom" de Cúcuta y "Gimnasio Gamma" de Neiva, creados y diseñados para el mejoramiento de la salud y actividad física en los niños.

Un estudio realizado por la Universidad de Chile muestra el incremento en el número de televisores para el periodo 1996–2003 donde, Brasil, Colombia, Jamaica y Trinidad y Tobago superan los 300 televisores por mil personas. Además se muestra el aumento en el uso de computadores personales, siendo Chile y Trinidad y Tobago quienes presentan el mayor número de estos equipos con 119 y 79,5 computadores por mil personas respectivamente.¹

¹ Barría PM, Amigo H. Transición Nutricional. Una revisión del perfil latinoamericano. ALAN 2006; 56: 1-21

De igual forma Uscátegui y colaboradores en su estudio “Exceso de peso y su relación con presión arterial alta en escolares y adolescentes de Medellín, Colombia” muestran que en los dos géneros, el grupo de escolares presentó mayor prevalencia de obesidad 8.3% para los hombres escolares versus el 3.3% para los adolescentes ($p<0.0001$); en las mujeres estas diferencias fueron mayores, con valores de 8.4% para las escolares y sólo el 1.5% para las adolescentes ($p<0.0001$).

La prevalencia de obesidad en los escolares fue cercana al 8% en los dos géneros ($p=0.954$), en cambio en los adolescentes los hombres presentaron el doble de prevalencia de obesidad (3.3%) que las mujeres (1.5%) ($p=0.018$), lo que muestra la falta de actividad física tanto en escolares como en adolescentes.²

Así mismo un estudio realizado en colegios del Municipio de Floridablanca en el año 2005, participando 195 estudiantes en edades entre los 11 y 18 años se muestra que 73.3% de los adolescentes manifestó practicar algún deporte dos (2) días a la semana durante (2) horas con un periodo de descanso (sedentarismo) de cuatro (4) horas, las cuales dedicaban a ver televisión.³

Un estudio realizado por la Universidad Industrial de Santander de la Facultad de Salud, sobre dolor musculoesquelético en adolescentes prevalencia y factores asociados, se evaluaron 468 escolares de sexto a décimo primer nivel correspondiente a 30 instituciones educativas del municipio de Bucaramanga, el objetivo del estudio fue determinar la prevalencia del dolor musculoesquelético y sus factores asociados en adolescentes.

² Uscátegui RM, Pérez JA, Aristizábal JC, Camacho JA. Exceso de peso y su relación con presión arterial alta en escolares y adolescentes de Medellín, Colombia. *Archivo Latinam Nutrición* 2003; 53:4.

³ Gamboa EM, Barbosa N, Quintero DC. Prevalencia de sobrepeso y obesidad en adolescentes del municipio de Floridablanca, Colombia. *MED UNAB* 2007; 10: 5–12.

La distribución de los escolares por género correspondió a 246 femenino, y 222 masculino con una media de edad de 13.8 +/- 1.8 años. Se determinó el IMC (índice de masa corporal) encontrándose bajo peso en 17 escolares (3.6 IC 95% 1.7 – 5.5), sobrepeso en 53 (11.3% IC 95% 8.7 – 13.9) y obesidad en 24 (5.1 IC 95% 3.0 – 7.2).

Es importante proponer y evaluar intervenciones en el ámbito escolar, que fomenten estilos de vida saludables para prevenir desórdenes musculoesqueléticos, promover la actividad física y los hábitos alimenticios para que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los adolescentes.⁴

Los anteriores estudios muestran que la inactividad física es un problema de salud pública relativamente reciente, puesto que el desarrollo económico y social de las ciudades ha llevado a estilos de vida cada vez más sedentarios. De igual forma el desarrollo tecnológico, ha llevado a que los niños se vuelvan más sedentarios, aumentando la prevalencia de sobrepeso y obesidad en la población infantil.

1.2 DIAGNOSTICO DEL SECTOR

Bucaramanga capital del departamento de Santander con 1.470 km cuadrados, su temperatura promedio es de 23° grados con un total de 986.000 habitantes.

La ciudad de Bucaramanga ha venido consolidándose como un polo jalado de desarrollo en Colombia y ahora busca, posicionarse en un mercado global a través de su productividad, teniendo en cuenta el componente ambiental que es la base del pensamiento estratégico aplicado a la plantación urbana.

⁴ Camargo DM, Orozco LC, Herrera E. Dolor musculoesquelético en adolescentes. Prevalencia y factores asociados. Salud UIS 2007; 39:159-168.

Existen estrategias dirigidas a la población infantil para promover la actividad física en escuelas deportivas que prestan servicios de formación a nivel profesional. En la actualidad no se tiene conocimiento de una empresa o establecimiento que esté inscrito y preste servicios de acondicionamiento físico para niños y jóvenes.

La importancia de la actividad física durante la niñez y adolescencia ha sido el centro de atención de diversos estudios pediátricos a partir de la década pasada.

La salud física y psicológica del niño está íntimamente ligada a la realización de actividad física de manera regular. Se ha establecido su importancia en el crecimiento y desarrollo armónico, en la disminución de exposición a agentes no saludables, en el desempeño académico, y como mecanismo para instaurar hábitos de vida saludables que brinda a los niños y niñas beneficios presentes y futuros para la salud, haciendo menos probable la aparición de enfermedades e incapacidades en edades más avanzadas. De igual forma se ha determinado que los patrones de actividad adquiridos en edades tempranas, van a repercutir en los hábitos y estilos de vida en la edad adulta.

Salud y actividad física: la actividad física ocupacional y del tiempo libre, se asocian a reducciones en los síntomas de la depresión y posiblemente de la ansiedad y la tensión los niveles más altos de actividad física se han asociado a pocos o escasos síntomas de depresión sin embargo, los estudios con mejores diseños desarrollados en períodos de tiempo prolongado resultan necesarios para entender completamente la asociación entre la actividad física y la depresión.

La actividad física puede también tener otras ventajas psicológicas y sociales que afectan la salud. Por ejemplo, la participación de los individuos en un deporte o en un ejercicio físico, puede ayudar a construir una autoestima más sólida una autoimagen positiva de sí mismo una mejora de la calidad de vida entre niños y adultos, estas ventajas probablemente obedecen a una combinación de la

actividad física y los aspectos socioculturales que pueden acompañar esta actividad. De igual forma el Instituto Nacional Americano de la salud mental, indicó que el ejercicio reduce ansiedad, disminuye la depresión moderada, mejora el bienestar emocional, y aumenta la energía, un programa de seis semanas de terapia a partir de ejercicio físico disminuía dichos síntomas.

El ser físicamente activo puede también reducir las conductas auto-destructivas y antisociales en la población joven en el contexto psicológico, en la actualidad existe una gran variedad de situaciones terapéuticas que están asociadas a la práctica deportiva, si se considera la actividad física como un aliado en los procesos de intervención de patologías tan frecuentes como el estrés, la ansiedad y la depresión.

También se puede observar a la actividad física como un elemento protector para la aparición de trastornos de personalidad, estrés laboral o académico, ansiedad social, falta de habilidades sociales, disminución del impacto laboral, social y familiar del estrés postraumático. Recientemente, los epidemiólogos se han fijado en la aparición de un trastorno de alimentación, la anorexia nerviosa, que suele dejar bastantes estragos en los organismos de las personas que la padecen.

Así mismo los altos niveles de autoestima están asociados a la participación en programas de educación física, concluyendo entonces que la actividad física es un protector importante para aquellas personas que tienen un auto concepto bastante bajo. A demás puede convertirse en un aliado importante en las estrategias terapéuticas estructuradas por psicólogos, psiquiatras, fisioterapeutas y médicos.

Juan Francisco Marcos Becerro, vicepresidente de la Federación de Medicina Deportiva, explica que la razón de la mejora es la mayor producción de factor CO cerebral, provocada por la llegada al cerebro del factor de crecimiento IGF-1, que es producido por los músculos al hacer ejercicio. Estos hallazgos, ofrecen a la

actividad física un papel neuropreventivo que hasta ahora no se había tenido en cuenta en enfermedades neurodegenerativas como Alzheimer, Parkinson, Huntington o esclerosis lateral amiotrofia.⁵

El ejercicio también podría tener un papel importante en el tratamiento de personas que sufren depresión ya que esta afección se caracteriza por niveles bajos de BDNF, lo que podría significar que este factor también está relacionado con alteraciones en la afectividad. No debe olvidarse entonces que el ejercicio físico ayuda a conservar en mejores condiciones la función cognitiva y sensorial del cerebro.

Un estudio realizado por Trulson (1986) examinó a tres grupos de jóvenes de la misma edad, género y estrato socioeconómico. Un grupo participó en taekwondo, programa para incorporar prácticas de lucha y autodefensa; el segundo se ejercitó en el taekwondo tradicional, programa de entrenamiento en la reflexión y la meditación filosófica; y el tercer y último grupo practicó el balompié y el baloncesto.⁶

Después de seis meses, los muchachos que participaron en el taekwondo tradicional (el grupo 2) exhibieron agresión por debajo de lo normal, menos ansiedad, mayores habilidades sociales y mejora de la autoestima.

En otro trabajo realizado por William Ramírez y Gustavo Ramón Suárez (2003), en el que aplicaron 1.000 cuestionarios a padres de niños escolarizados en varias escuelas deportivas, se les preguntó por los motivos que tenían para matricular a

⁵ Federación Internacional De Medicina Deportiva, F.I.M.S. (1989): "La actividad física reduce los factores de riesgo para la salud" Archivos de Medicina del deporte. Vol VI, nº 21, Págs. 79-80.

⁶ Laboratorio Integrado de Ciencias Aplicadas a la Actividad Física y el Deporte -Universidad de Antioquia. Universidad de San Buenaventura- Medellín.

sus hijos, y la relación entre el deporte y la escuela.⁷ Los resultados muestran que el 85.5% de los padres matriculan a sus hijos porque el deporte mejora los procesos de socialización en los niños y el 8.5%, porque desean formar futuros atletas. A la segunda pregunta, los padres responden en su mayoría, 80.9%, que la escuela como la formación en un deporte o actividad física, tiene la misma importancia, porque consideran que ambos despiertan la responsabilidad haciéndole aprender a dividir su tiempo, trabajar en grupo e incorporar normas. Solo una pequeña parte de los padres encuestados plantean que el deporte o actividad física entorpece el rendimiento escolar.

Los autores concluyen que el deporte y la actividad física en general permiten verificar que la comunidad local considera que el deporte es un instrumento eficaz de transformación social y que existe en él un elemento importante para el desarrollo de los individuos, el niño, y el adolescente, además del aspecto de la socialización. En el mismo sentido, el autor concluye que la práctica del deporte es saludable, se utiliza como un antídoto a los vicios, a la delincuencia, y a la violencia de cualquier tipo.

Esta clase de conclusiones es ampliamente respaldada por los trabajos de Washington (2001), Gunter (2002) y Gutiérrez (1995) quienes plantean que desde la perspectiva de la socialización, el deporte puede estructurarse en diversas situaciones sociales, entre las que se encuentra la escuela.

Existe un amplio acuerdo en reconocer el elevado potencial socializador del deporte; favoreciendo el aprendizaje de los roles del individuo y de las reglas sociales, reforzar la autoestima, el auto concepto, el sentimiento de identidad y la solidaridad.

⁷William Ramírez / Stefano Vinaccia / Gustavo Ramón Suárez. Artículo actividad física y cambios funcionales en el cerebro.

Además, parece que los valores culturales, las actitudes sociales y los comportamientos individuales y colectivos aprendidos en el marco de las actividades deportivas, vuelven a encontrarse en otros campos de la vida como el trabajo y las relaciones familiares, a continuación se mencionan algunos de estos valores y actitudes:

Valores sociales: participación de todos, respeto a los demás, cooperación, relación social, amistad, pertenencia a un grupo, competitividad, trabajo en equipo, expresión de sentimientos, responsabilidad social, convivencia, lucha por la igualdad, compañerismo, justicia, preocupación por los demás, cohesión de grupo.

Valores personales: habilidad (forma física y mental), creatividad, diversión, reto personal, autodisciplina, autoconocimiento, mantenimiento o mejora de la salud, logro (éxito-triunfo), recompensas, aventura y riesgo, deportividad y juego limpio (honestidad), espíritu de sacrificio, perseverancia, autodomínio, reconocimiento y respeto (imagen social), participación lúdica, humildad, obediencia, autorrealización, autoexpresión, imparcialidad.

Rendimiento escolar: la actividad física y el rendimiento académico en varios estudios realizados por el departamento de educación que apoyan la idea de que el dedicar un tiempo sustancial a actividades físicas en las escuelas, puede traer beneficios en el rendimiento académico de los niños, e incluso sugieren que existen beneficios, de otro tipo, comparados con los niños que no practican deporte.

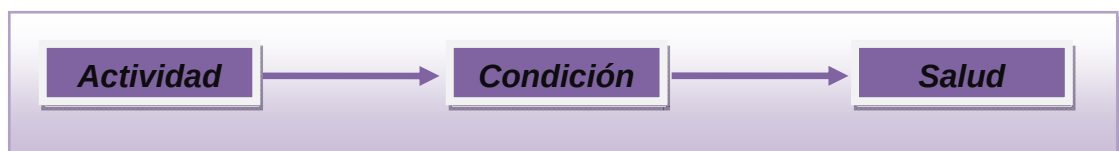
Mitchell (1994) estudió la relación entre la actividad física y la capacidad cognitiva después de asistir a dos talleres, mostrando preocupación por la poca oportunidad que tienen los niños para ser físicamente activos y de desarrollar las habilidades motoras básicas. De igual en otro estudio realizado para investigar la relación entre la capacidad rítmica y el rendimiento académico en los primeros grados, los

resultados apoyaron una relación entre los logros académicos y las habilidades motoras de mantener un ritmo constante.

Los jóvenes que practican actividad adicional a la contemplada en los programas de formación en las escuelas tienden a mostrar mejores cualidades como un mejor funcionamiento del cerebro; en términos cognitivos, niveles más altos de concentración de energía, cambios en el cuerpo que mejoran la autoestima, y un mejor comportamiento que incide sobre los procesos de aprendizaje; las cualidades del cerebro que se mejoraron se asociaron a la actividad física regular y consisten en el alto flujo de sangre que recibe el órgano, los cambios en los niveles hormonales, la asimilación de los nutrientes, y la mayor activación del mismo

Se muestra entonces que los programas de ejercicios supervisados se recomiendan desde la infancia con el objetivo de estimular el hábito hacia el deporte, una de las medidas más adecuadas para ocupar el tiempo de ocio y, paralelamente, mejorar el estado de salud, definida como el mejoramiento de la función de los sistemas orgánicos (cardiorrespiratorio, locomotor, nervioso, endocrino, entre otros) en relación con la prevención de determinadas enfermedades, algunas de ellas relacionadas con los estilos de vida sedentarios.

La salud es una finalidad alcanzable a través de la actividad física y este modelo trata de determinar la dosis de aplicación apropiada de dicha actividad física en función de algunos parámetros como la frecuencia, la intensidad, la cantidad de trabajo, el tiempo, y el tipo de actividad.⁸



⁸ Pérez Samaniego, V. Actividad física, salud y actitudes. Edetania Ediciones. Valencia. (2001)

Los beneficios del ejercicio físico a través de revisiones de efectos fisiológicos, ensayos epidemiológicos y documentación clínica han promovido numerosas iniciativas en el ámbito público y privado con el objetivo de sensibilizar a la población sobre la conveniencia de cambiar el estilo de vida hacia costumbres más saludables.

1.3 CONTEXTO GEOGRÁFICO

Bucaramanga capital del departamento de Santander. Originalmente fue un pueblo de indios congregado en 1622 por orden del oidor Juan de Villabona Zubiaurre y cuando el visitador Francisco Antonio Moreno y Escandón lo suprimió, sus vecinos fundaron en el sitio la parroquia de nuestra señora de Chiquinquirá y San Laureano del Real de Minas de Bucaramanga.

Desde 1824, al convertirse en cabecera de cantón, asedió a la categoría de Villa y en 1857 fue escogida por la Asamblea Constituyente del estado Federal de Santander como su capital temporal. Desde 1887 cuando Santander pasó a ser uno de los nuevos departamentos de la República de Colombia, Bucaramanga es su capital.

Hoy día, Bucaramanga es una de las ciudades más importantes de Colombia; es una de los centros universitarios más representativos del país, con más de 10 universidades, cuenta con un aeropuerto internacional, ubicado en el Municipio de Lebrija, una infraestructura hotelera acompañada de un sinnúmero de atractivos turísticos y una tradicional hospitalidad de su gente, que le ha creado fama internacional como la “Ciudad Bonita”.

Los principales medios de comunicación son el periódico Vanguardia Liberal y el canal de televisión TRO (Televisión Regional del Oriente). La ciudad cuenta con

un buen sistema de servicios públicos y se proyecta en este siglo como un gran centro industrial, tecnológico, económico y cultural.

Límites: Bucaramanga, capital del departamento de Santander limita por el Norte con el municipio de Rionegro; por el Oriente con los municipios de Matanza, Charta y Tona; por el Sur con el municipio de Floridablanca y por el Occidente con el municipio de Girón.

Posición Geográfica: Bucaramanga se encuentra en una terraza inclinada de la cordillera oriental a los 7° 08' de latitud norte con respecto al Meridiano de Bogotá y 73° 08' de longitud al Oeste de Greenwich.

Climatología y Superficie: el área Municipal es de 165 kilómetros cuadrados, su altura sobre el nivel del mar es de 959m y sus pisos térmicos se distribuyen en: cálido 55 kilómetros cuadrados: medio 100 kilómetros cuadrados y frío 10 kilómetros cuadrados. Su temperatura media es 23°C.

Economía: Bucaramanga es una ciudad netamente comercial; aunque existen otros renglones representativos tales como la industria del calzado, la joyería, la confección, la prestación de servicios de salud, finanzas y educación.⁹

La ciudad se perfila en el siglo XXI como una tecnopolis, dado el número de centros de investigación tecnológica en diversos tópicos, como la energía, el gas, el petróleo, la corrosión, los asfaltos, el cuero y las confecciones; un sector significativo de la economía bumanguesa es la agropecuaria, la ganadería, la avicultura y que se llevan a cabo en zonas aledañas de los departamentos de Santander y Cesar, pero sus administración y comercialización se desarrollan aquí en la ciudad.

⁹ www.bucaramanga.gov.co

1.4 ASPECTOS LEGALES

- Ley 902 De 2004 Normas urbanísticas. Las normas urbanísticas regulan el uso, la ocupación y el aprovechamiento del suelo y definen la naturaleza y las consecuencias de las actuaciones urbanísticas indispensables para la administración de estos procesos y que permiten establecer usos e intensidad de usos del suelo, así como actuaciones, tratamientos y procedimientos de parcelación, urbanización, construcción e incorporación al desarrollo de las diferentes zonas comprendidas dentro del perímetro urbano.¹⁰
- *Reforma Tributaria* Ley 863 de 2003 por el cual se establecen normas tributarias, aduaneras fiscales y de control para estimular el crecimiento económico y el saneamiento de las finanzas publicas.¹¹
- *Ley 100 de 1993* por el cual se crea el sistema de seguridad social integral y se adoptan otras disposiciones.
- *Ley 789 de 2002* por la cual se dictan Normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social.¹²
- *Ley 181 de 1995* en la cual consagra en su artículo 81 que “las academias, gimnasios y demás organizaciones comerciales en áreas y actividades deportivas de educación física y de artes marciales, serán autorizados y controlados por los entes deportivos municipales conforme al reglamento que se dicte al respecto”, que conforme al artículo 3° en sus numerales 5° y 7° de la ley 181 de 1995 uno de los objetivos del Estado para garantizar el acceso de las personas a la práctica

¹⁰ El Congreso De Colombia Rama Legislativa - Poder Público Diario Oficial No. 45.622, De 27 De Julio De Ley 902 De 2004

¹¹ Congreso de Colombia Ley 863 Diciembre 27 de 2003.

¹² Código sustantivo de trabajo

del deporte y la recreación “fomentar la creación de espacios que faciliten la actividad física, el deporte y la recreación como hábito de salud y mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar social”¹³

¹³ Congreso de Colombia Ley 181 de Enero 18 de 1995

2. ESTUDIO DE MERCADOS

El estudio de mercados es uno de los requisitos indispensables para poder darle a un proyecto su factibilidad, ya que representa uno de los factores decisorios para la ejecución de posteriores estudios, arrojando información que se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de mercados; como también para generar, perfeccionar, evaluar las acciones a ejecutar.

Este estudio comprende el análisis de las variables fundamentales de mercadeo como son: demanda, oferta, precio y comercialización de manera que proporcione la información suficiente para la toma de decisiones encaminadas a determinar si las condiciones del mercado son favorables para llevar a cabo el proyecto, así como las proyecciones de comportamientos futuros del mercado y las principales variables que intervienen en este.

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General. Realizar un estudio de mercado con el fin de precisar la oferta, la demanda, los canales de comercialización, el análisis y estrategia de precio del servicio de gimnasio para niños y jóvenes en la ciudad de Bucaramanga, y disponer de los medios publicitarios para dar a conocer la nueva unidad de servicio y las bondades y especificaciones del portafolio de líneas de productos a comercializar.

2.1.2 Específicos. Conocer e identificar el mercado potencial y específico mediante un estudio de mercados para definir hacia donde direccional el servicio de gimnasio, con programas de ejercicios y actividades físicas que contribuyan a

estimular hábitos cotidianos para una vida saludable en los niños y jóvenes, en la ciudad de Bucaramanga.

Determinar por medio de la investigación de mercados la demanda del servicio de gimnasio, mediante el análisis de las necesidades de la plaza, las debilidades y fortalezas de las empresas que actualmente prestan servicios similares y conocer el comportamiento del servicio en el mercado en la ciudad de Bucaramanga.

Definir la oferta o las cantidades, preferencias, gustos y hábitos de entretenimiento para saber que horarios, tiempo y días, también el comportamiento del cliente con respecto a los gimnasios para niños y jóvenes. Mediante un estudio de mercado en la ciudad de Bucaramanga.

Conocer a través de la investigación del estudio de mercado cual es el canal más conveniente para la prestación del servicio de acuerdo a las características del servicio de gimnasio en la ciudad de Bucaramanga.

Efectuar un estudio para conocer el precio que se está manejando en el mercado, cuanto estarían dispuestos a pagar por los servicios de gimnasio para niños y jóvenes, a través de la investigación y el estudio de mercado en la ciudad de Bucaramanga.

Realizar un análisis el cual permita determinar el tipo de publicidad adecuado, mediante fuentes primarias como la encuesta para dar a conocer la prestación del servicio de gimnasio.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

El servicio que pretende ofrecer, la empresa objeto de estudio, se puede describir de la siguiente forma. Servicios de actividad física especializada que le permita al niño o joven todas las posibilidades de entregarse a la actividad física los cuales le

servirán como complemento educativo, buscando una correcta utilización del tiempo libre por medio de la actividad física; con el fin de generar factores de promoción y prevención de la salud, además proporciona un equilibrio psicofísico y un aumento de la capacidad funcional de los diversos sistemas orgánicos, constituyendo una de las fuentes de bienestar con que dispone la sociedad y de esta forma mantener y mejorar los hábitos y salud.

2.2.1 Definición y Usos Específicos del Servicio. El servicio que se va a ofrecer está dirigido a niños en edades entre 4 a 15 años. Específicamente pretende generar espacios para que los niños estimulen sus habilidades físicas, estas actividades serán dirigidas por especialistas en cada uno de los programas de ejercicio y actividades tomando las consideraciones necesarias para su manejo, estas tienen que ver con las características físicas, fisiológicas y psicológicas de los niños en sus diferentes etapas de desarrollo. El gimnasio CHILDREN GYM, desarrollara actividades de ejercicios como:

- Gimnasia aeróbica infantil que estimulara la creatividad en sus diferentes manifestaciones igualmente la fuerza y flexibilidad son las capacidades físicas que desarrolla el niño.



- Método Pilates ayuda al desarrollo natural del cuerpo; los estiramientos y la descompresión ayuda a un crecimiento sano e integral, estimulando el cuerpo y la mente de los niños, así mismo progresan en fuerza, resistencia, flexibilidad, coordinación y equilibrio. Enseñándoles a trabajar desde jóvenes con buen control postural.



Programas de ejercicios con balones banda elástica, ejercicios de estabilización, cadera , caja torácica, cintura, escapula y enrosques cervicales; introducirán a los niños en el mundo de la salud y el deporte motivándoles a practicar otras disciplinas como la danza, gimnasia, artes marciales, y en general cualquier deporte ayudándoles en la práctica de cualquiera de ellos.



Igualmente el gimnasio contara con amplios horarios de 7:00 a.m. a 11:30 a.m. y de 2 p.m. a 9:30 p.m. de lunes a sábado, estas actividades se desarrollaran grupales de acuerdo al género y edad. Que permitan brindar la oportunidad a los niños y jóvenes acceder a los servicios de gimnasio.

2.2.2 Servicios Sustitutos. Entre los servicios sustitutos encontramos, escuelas de **Ballet, gimnasia, música, danzas** y clubes deportivos, jardines infantiles, los centros de recreación Cajasan, Comfenalco y los Recrear; hacen que los niños y jóvenes se muevan en zonas de juego al aire libre y bajo techo de igual forma comprar juguetes que brindarían mejorar el estado físico de los niños y adolescentes.

2.2.3 Servicios Complementarios. El gimnasio para niños y jóvenes adicionalmente ofrece; charlas educativas, talleres de nutrición y psicología, Fisioterapia, actividades sociales y transporte.

2.2.4 Atributos Diferenciadores del Servicio con Respecto a la Competencia.

El gimnasio para niños y jóvenes en el municipio de Bucaramanga será el primero en su género.

La actividad física se presenta como una alternativa real para una buena educación física a demás de incursionar en el campo deportivo, actividades que estas diseñadas para contribuir al desarrollo de habilidades a través del movimiento, la música, la competencia, el juego en equipo que ayuda a compartir y explorar nuevas habilidades.

Estas son utilizadas por las nuevas tendencias en el cuidado de la salud, sin embargo la mayoría de las enfermedades crónicas tienen su origen en el estilo de vida que se lleve y la alimentación. Por lo tanto la actividad física proporciona un proceso que asegura el cuidado de la salud en los niños y los jóvenes.

El principal diferenciador del servicio de gimnasio es que contará con atención personalizada de instructores y profesionales especializados en cada una de sus áreas como Médico general, donde evaluaran el estado de salud del niño, el Fisioterapeuta realiza la valoración de la capacidad aeróbica, el Nutricionista ara las recomendaciones de los cambios alimenticios; garantizando de esta manera un servicio con las expectativas del usuario y contribuyendo al desarrollo de la actividad física a un correcto funcionamiento del movimiento corporal humano y un control permanente de la frecuencia cardiaca, presión arterial y peso, dando como resultado un desarrollo de habilidades que contribuirán a un estilo de vida saludable de la población infantil.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado Potencial. Está dirigido a padres de familia que dentro de su núcleo familiar tengan niños y niñas en edades entre 4 y 15 años residentes en el área metropolitana de Bucaramanga.

2.3.2 Mercado Objetivo. El mercado objetivo son los 48.495 hogares de Bucaramanga de los estratos 4, 5, y 6; como referencia se tendrá la información de las unidades residenciales,¹⁴ ubicadas en los barrios de las comunas 6, 7, 10, 12 y 13 del municipio de Bucaramanga que tengan hijos con edades entre los 4 a 15 años.

Se optó por esta segmentación pictográfica ya que la clase social y el estilo de vida tienen gran influencia en la preferencia de las personas a la hora de adquirir por un excelente servicio de gimnasio para sus hijos.

Los estratos 1, 2 y 3 pertenecen a las comunas restantes se excluyen del mercado objetivo ya que el valor del servicio de gimnasio no está en muchos hogares los salarios no superan el salario mínimo legal vigente; por esta razón se excluyó a esta población como futuros compradores del servicio de gimnasio.

2.3.3 La Demanda. Comprende el número de servicios que los consumidores, los padres que desean que sus hijos reciban los servicios de la empresa, están dispuestos adquirir para satisfacción de la necesidad de actividad física.

¹⁴ Sistema único de información de servicios públicos al 31 de agosto de 2008

2.3.4 Investigación de Mercados

2.3.4.1. Planteamiento del Problema. La finalidad del servicio de gimnasio es establecer modelos donde se conciba la mejora de la salud gracias a las relaciones entre la práctica física y la condición física; puesto que la salud se traduce en mejorar el funcionamiento de los sistemas orgánicos (cardiorrespiratorio, musculoesquelético, nervioso, endocrino) en relación con la prevención de determinadas enfermedades, algunas de ellas relacionadas con los estilos de vida como el sedentarismo, la internet, videojuegos, televisión,

La puesta en marcha de un servicio de gimnasio para niños y jóvenes permitirá determinar, entender e interpretar correctamente los deseos de los consumidores y escuchar sugerencias frente a este nuevo servicio.

En la actualidad se ofrece una gran variedad de actividades de recreación en la ciudad de Bucaramanga, pero escasos son los que prestan el servicio exclusivo para niños con edades entre los 4 a 15 años, algunos ejemplos de estas actividades son:

Cabalgatas: los paseos en caballo son bastante populares, es posible conseguir sitios donde alquilan caballos casi en cualquier parte del área metropolitana.

Caminatas: debido a la belleza del paisaje y al gran número de sitios turísticos, es una actividad que goza de bastante popularidad entre los bumanguenses.

Las ciclo vías: se han convertido en actividades cotidianas en algunos sectores de la ciudad, es una gran oportunidad para salir a hacer ejercicio en familia ya que normalmente están acompañadas de actividades recreativas y clases de gimnasia o aeróbicos.

Parapente y cometas: son actividades de deporte y aventura relativamente nuevas, es posible tomar cursos o volar con instructores en equipos de dos personas.

Por otra parte encontramos gimnasios para adultos entre ellos se destacan:

El gimnasio Fitform: ofrece servicios para adultos, de spinning, cardiovascular, de maquinas y pesas, aeróbicos y sauna; cuenta con horarios definidos para cada una de las diferentes modalidades de sus actividades, está ubicado calle 32 # 26 - 96 esquina.

Gimnasio Golds Gymo: presta servicios de aeróbicos para personas adultas; lunes a viernes, spinning y sauna miércoles y viernes en horarios 6:15 a.m. - 11:15 a.m., 5:15 p.m. - 6:15 p.m., 8:15 p.m., sábados 10:15 a.m. - 2:00 p.m.; ofrecen precios especiales para estudiantes y promociones para personas que frecuentan el gimnasio trimestral, semestral y anualmente, la publicidad que utilizan son los volantes. Están ubicados en Calle 105 23-49 Provenza.

El Centro de Acondicionamiento Físico Body Real Torvis: ofrece servicios de acondicionamiento físico y cardiovascular, con aparatos, maquinas y pesas, aeróbicos. Para personas adultas, tienen precios cómodos y es de fácil acceso; la publicidad utilizada son los volantes, está ubicado es la Av. los búcaros 60-09 piso 4 y 5 real de minas.

Por todo lo anterior es preciso efectuar una investigación formal de mercado que permita determinar, comportamientos, hábitos, gustos, necesidades, preferencias, nivel de aceptación y actitud de compra del nuevo servicio de gimnasio para niños y jóvenes en el municipio de Bucaramanga.

2.3.4.2. Necesidades de Información

Demanda

- Identificar cuantos hogares conocen o desearían comprar los servicios de gimnasio en la ciudad de Bucaramanga.
- Conocer los aspectos relevantes que tiene en cuenta el consumidor, al momento de brindarle un servicio de acondicionamiento físico en el mercado.
- Cuantificar la cantidad de niños que utilizarían el servicio de gimnasio por mes y frecuencia de adquisición.

Oferta

- Detectar el agrado, necesidades, favoritismos y el grado de satisfacción del nuevo servicio.
- Conocer el nivel de aceptación para el nuevo servicio de gimnasio para niños y jóvenes.
- Definir la periodicidad del servicio.

Canales

- Identificar donde se encuentran los clientes potenciales del servicio de gimnasio.
- Identificar el sector de preferencia para la prestación del servicio.

Precio

- Identificar un promedio del precio de venta al público de los servicios de gimnasio en la ciudad de Bucaramanga.
- Determinar los horarios más utilizados por los consumidores.

Publicidad

- Identificar la publicidad y promoción más acertada para el nuevo servicio.

2.3.4.3. Ficha Técnica

Tipo de Investigación	Exploratoria, descriptivo porque se indaga el mercado para conocer sus gustos y preferencias respecto del servicio a prestar.
Método de investigación	Deductivo, parte de datos generales aceptados como validos para llegar a una conclusión de tipo particular.
Fuentes de información	Primarias (encuestas) información suministrada por padres de familia con niños de 4 a 15 años de edad, secundarios base de datos electrificadora de Santander.
Técnicas de Recolección de información	Encuesta, utilizada para la recolección de los datos
Instrumento	Cuestionario, estructurado
Modo de Aplicación	Dirigida
Definición de la población	Bucaramanga cuenta con 48.495.unidades familiares en el área urbana de los estratos 4, 5, y 6.
Proceso de muestreo Donde: $Z = 1.96$ $N =$ Tamaño de la población $N = 48.495$ $p =$ Probabilidad de éxito 50% 0.5 $q =$ Probabilidad de error 50% 0.5 $e =$ Error estimado 5% 0.05	Muestreo aleatorio simple, con un nivel de error del 5% y un nivel de confianza del 95%. $n = \frac{Z^2 * N * (p) * (q)}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * (p) * (q)}$ $n = \frac{(1,96)^2 * (48.495) * (0,5) * (0,5)}{(0,05)^2 * (48.495 - 1) + (1,96)^2 * (0,5) * (0,5)} = 381.$
Marco muestral	Hogares o unidades residenciales familiares de la ciudad de Bucaramanga para un total 48.495. ¹⁵ Estrato 4- $38.084 * 381/48.495 = 299 = 78\%$ Estrato 5- $3.645 * 381/48.495 = 29 = 8\%$ Estrato 6- $6.766 * 381/48.495 = 53 = 14\%$
Alcance	Ciudad de Bucaramanga.
Tiempo de aplicación	Abril 10 al 20 de 2009.

¹⁵ Sistema único de información de servicios públicos diciembre de 2008.

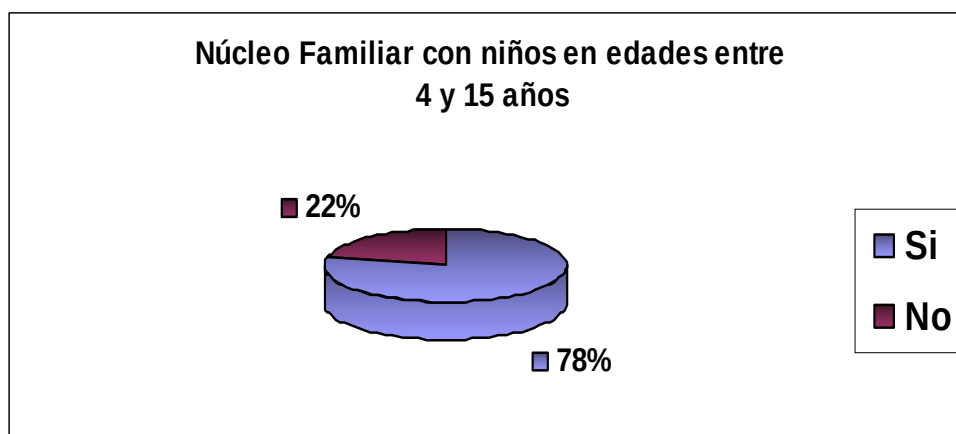
2.3.4.4. Tabulación Presentación y Análisis de Resultados, de la muestra tomada a (381 familias de los diferentes barrios de Bucaramanga pertenecientes a los estratos 4,5 y 6).

Pregunta 1 ¿En su núcleo familiar hay niños en edades entre los 4 y 15 años? Cuantos.

Cuadro 1. Hogares con niños en edades entre los 4 – 15 años

RESPUESTA	SI	NO	TOTAL
FRECUENCIA	297	84	381
%	78	22	100

Figura 1. Viviendas con niños en edades entre los 4 – 15 años.



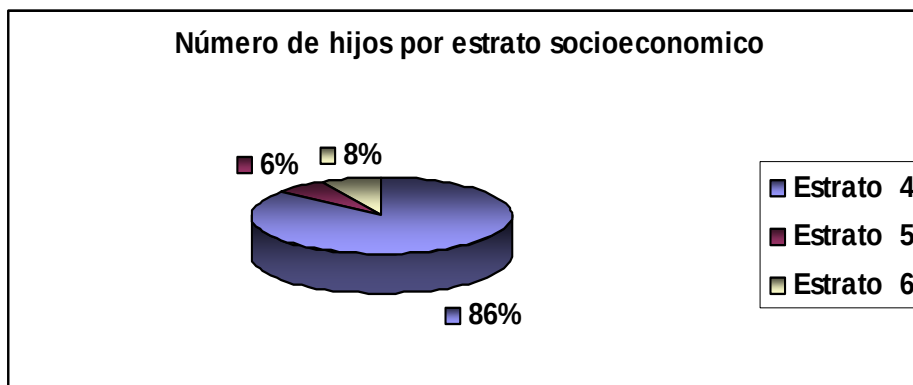
Análisis: de los 381 padres de familia encuestados el 78% manifestó tener niños en su núcleo familiar con edades de 4 a 15 años, y el 22% no tiene niños entre esas edades ; la idea de la pregunta era verificar que existía una población en los estratos 4, 5 y 6 en la ciudad de Bucaramanga.

Pregunta: 1 ¿Cuántos niños por núcleo familiar?

Cuadro 2. Número de niños por residencia según estrato socioeconómico

RESPUESTA	NÚMERO DE HIJOS	%
Estrato 4	598	85
Estrato 5	43	7
Estrato 6	53	8
Total	694	100

Figura 2. Número de hijos por estrato socioeconómico



Análisis: el total de hogares o unidades residenciales familiares de la ciudad de Bucaramanga de los estratos 4, 5 y 6 es 48.495.

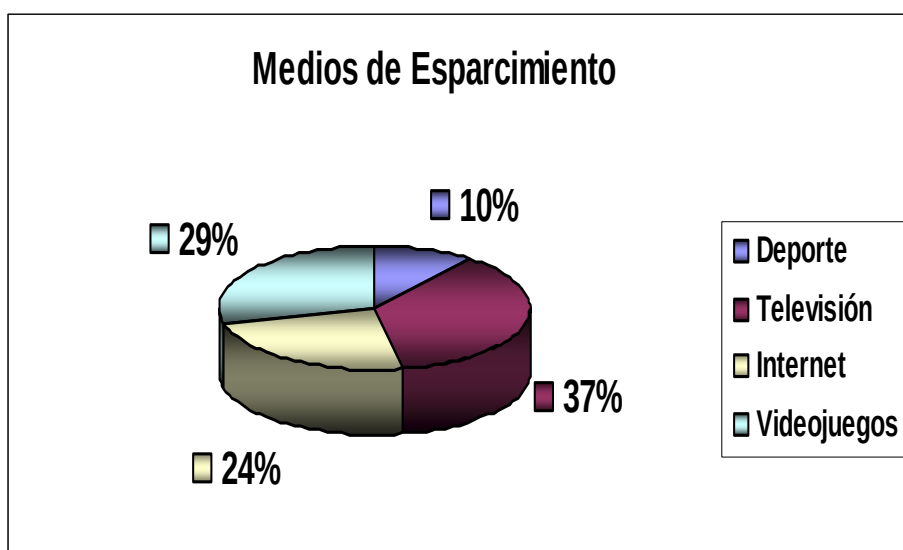
En estrato 4: 38.084 hogares con 2 hijos igual al 86%, Estrato 5: 3.645 hogares con 1 o 2 hijos igual al 7% y el Estrato 6: 6.766 hogares con 1 hijo igual al 8%, se obtuvo de una muestra de 381 hogares o unidades familiares. Lo que nos muestra que existe una población significativa para el estudio objeto de investigación.

Pregunta 2. ¿De los siguientes cual es el principal medio de esparcimiento de su hijo(s) actualmente?

Cuadro 3. Medios de esparcimiento más utilizados por los niños

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Deporte	30	10
Televisión	109	37
Internet	72	24
Videojuegos	86	29
TOTAL	297	100

Figura 3. Medios de esparcimiento más utilizados



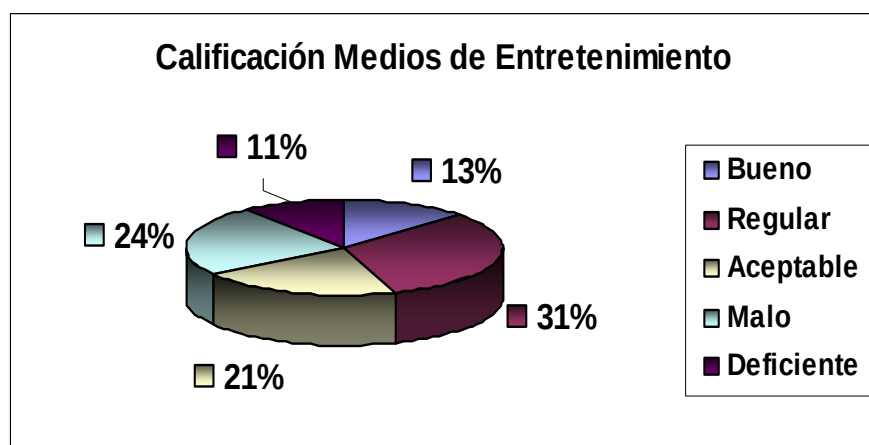
Análisis: de acuerdo a lo manifestado por los padres de familia el 90 % de los niños y jóvenes, dedican su tiempo libre a la televisión, el Internet, los videojuegos y tan solo un 10% hacen deporte; esta información es importante ya que indica evidencias que hay una población insatisfecha que carece de inactividad física y sitios de esparcimiento en la ciudad de Bucaramanga.

Pregunta 3. ¿Cómo califica los medios de entretenimiento practica su hijo(s)?

Cuadro 4. Medios de Entretenimiento

RESPUESTA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bueno	39	13
Regular	92	31
Aceptable	62	21
Malo	71	24
Deficiente	33	11
TOTAL	297	100

Figura 4. Calificación de los medios de entretenimiento



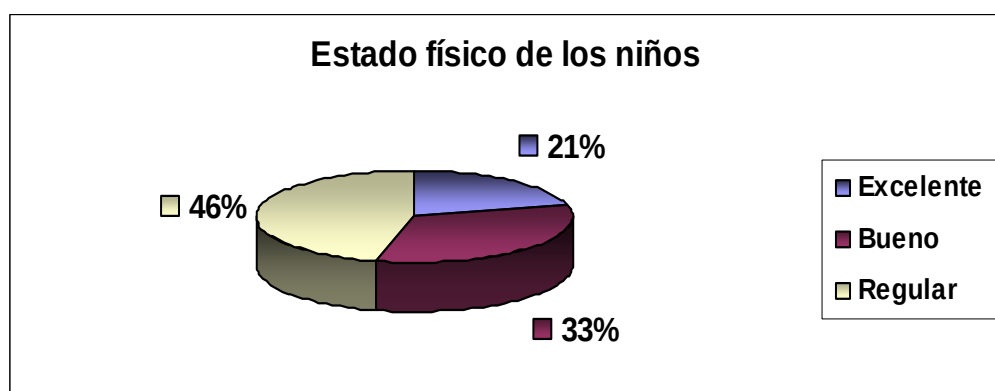
Análisis: se puede observar que de una muestra de población de 279 el 13% de los padres de familia encuestados consideran que el servicio es bueno; el 87% lo consideran regular, aceptable, malo y deficiente; como consecuencia de la inseguridad que hay en los sitios abiertos donde podrían jugar y hacer ejercicios los niños; los medios, como la televisión, el Internet, los videojuegos se convierten el compañero al que le dedica el tiempo libre. Se puede evidenciar que existe una población interesante para los objetivos de la nueva empresa prestadora de servicios de gimnasio

Pregunta 4. ¿Cómo califica el estado físico de su hijo?

Cuadro 5. Calificación del estado físico de los niños

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Excelente	63	21
Bueno	98	33
Regular	136	46
TOTAL	297	100

Figura 5. Estado físico de los niños



Análisis: De los 297 padres de familia encuestados, el 67% de ellos reconocieron que el estado físico de sus hijos es excelente y bueno, de igual forma el 33% lo calificó regular, como consecuencia de los malos hábitos adquiridos y la falta de ejercicio.

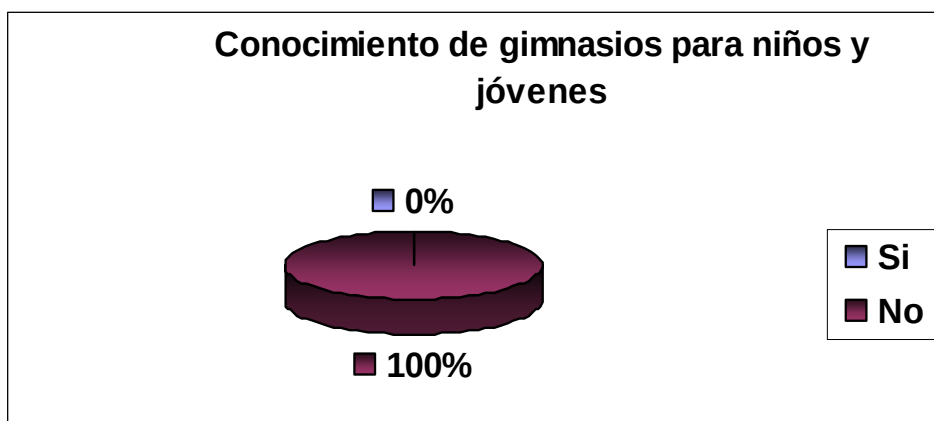
Este porcentaje de población infantil es atrayente para la prestación del servicio objeto estudio en la ciudad de Bucaramanga.

Pregunta 5. ¿Conoce o ha oído hablar de algún gimnasio para niños y jóvenes?

Cuadro 6. Conocimiento de gimnasio para niños y jóvenes

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Si	0	0
No	297	100
TOTAL	297	100

Figura 6. Conocimiento de gimnasio para niños y jóvenes



Análisis: de los 297 padres de familia encuestados el 100% afirmo, no conocer un servicio de gimnasio para niños y jóvenes en la ciudad de Bucaramanga.

Esta información es importante ya que nos indica parámetro para la prestación del servicio objeto de estudio en la ciudad de Bucaramanga.

Pregunta 6. ¿Cree usted que los gimnasios contribuyen al mejorar el bienestar físico y mental de su hijo?

Cuadro 7. Contribución de los gimnasios para mejorar el estado físico de los niños y jóvenes

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Si	297	100
No	0	0
TOTAL	297	100

Figura 7. Contribución de los gimnasios en el mejoramiento del estado físico y mental de los niños



Análisis: el 100% de los padres de familia encuestados piensan que los gimnasios contribuyen a mejorar el estado físico y mental de los niños y jóvenes; porque adquieren hábitos y disciplina que fortalecen su desarrollo.

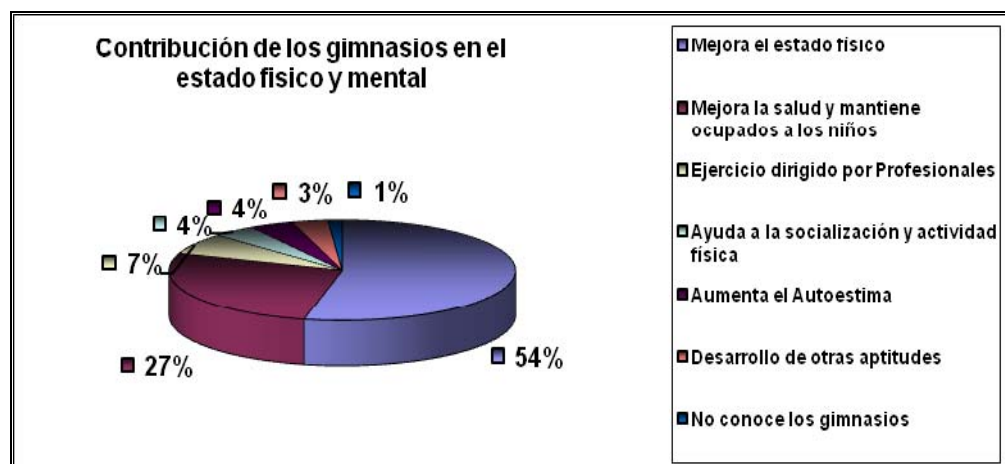
Información significativa para la puesta en práctica de la nueva empresa prestadora de servicio objeto de estudio que beneficie a la población infantil de la ciudad de Bucaramanga.

Pregunta 6. ¿Por qué?

Cuadro 8. Como contribuyen los gimnasios para niños y jóvenes

RESPUESTAS	FRECUENCIA	%
Mejora el estado físico	159	54
Mejora la salud y mantiene ocupados a los niños	80	27
Ejercicio dirigido por Profesionales	20	7
Ayuda a la socialización y actividad física	12	4
Aumenta el Autoestima	12	4
Desarrollo de otras aptitudes	10	3
No conoce los gimnasios	4	1
TOTAL	297	100

Figura 8. Como contribuyen los gimnasios para niños y jóvenes



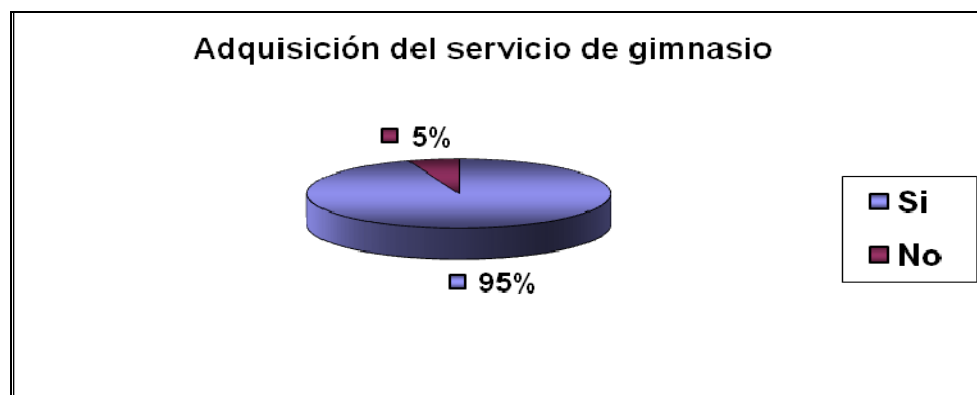
Análisis: el 54 % de los padres de familia manifestaron que el gimnasio contribuye a mejorar el estado físico de los niños y el 45 % piensan que ayuda mejorar el estado de salud, auto estima y desarrollo de otras prácticas deportivas en los niños.

Pregunta 7. ¿Estaría dispuesto (a) ha adquirir el servicio de gimnasio para su hijo?

Cuadro 9. Adquisición del servicio de gimnasio

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Si	281	95
No	16	5
TOTAL	297	100

Figura 9. Adquisición del servicio de gimnasio



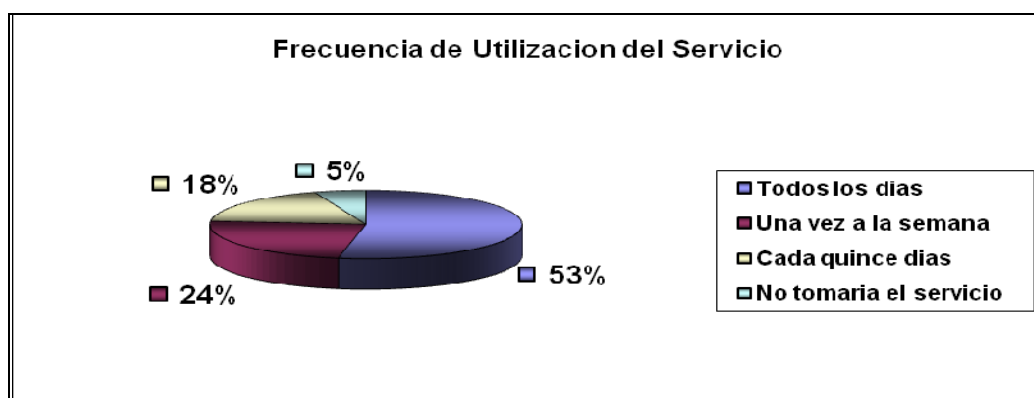
Análisis: de 297 padres de familia encuestados, el 95% manifestó intención de adquirir el servicio de gimnasio con la finalidad de mejorar la calidad de vida de los niños y jóvenes y el 5% no tomaría el servicio. Por lo cual, se evidencia la importancia de la implementación del servicio de gimnasio, que cumpla con las expectativas de los encuestados de la ciudad de Bucaramanga.

Pregunta 8. ¿Con que periodicidad estaría dispuesto (a) a utilizar este servicio de gimnasio?

Cuadro 10. Frecuencia en la utilización del servicio de gimnasio

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Todos los días	157	53
Una vez a la semana	70	24
Cada quince días	54	18
No toman el servicio	16	5
TOTAL	197	100

Figura 10. Frecuencia para utilizar el servicio de gimnasio



Análisis: de los padres de familia encuestados el 53% manifestó que utilizaría el servicio de gimnasio todos los días, de igual forma el 24% lo utilizaría una vez y 18% cada 15 días.

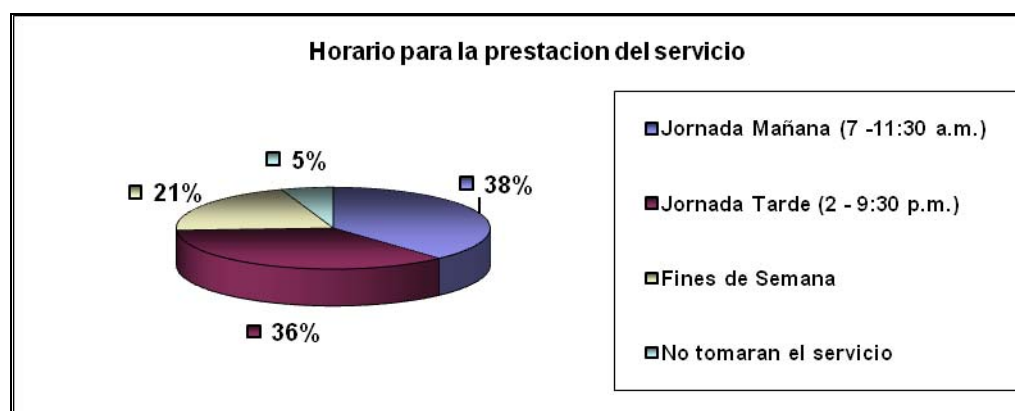
Esta información da una perspectiva de proyección para determinar los costos de funcionamiento del servicio de gimnasio en la ciudad de Bucaramanga.

Pregunta 9. ¿En qué horarios le gustaría que se prestara el servicio?

Cuadro 11. Horario para la prestación del servicio

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Jornada Mañana	113	38
Jornada Tarde	107	36
Fines de Semana	61	21
No tomaran el servicio	16	5
TOTAL	297	100

Figura 11. Horario para la prestación del servicio



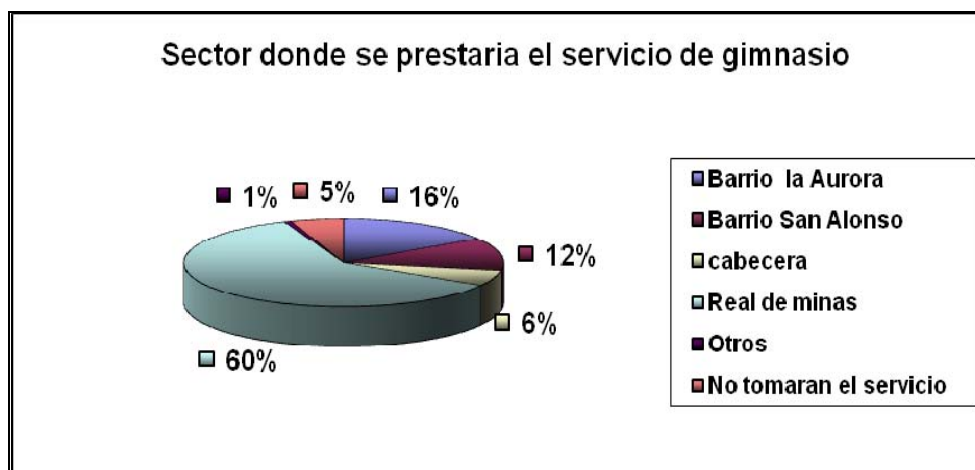
Análisis: el 38% de los padres de familia encuestados manifiestan adquirir el servicio en la mañana jornada, de la el 36% en la tarde y el 21% los fines de semana. La información adquirida en esta repuesta da una perspectiva, para establecer estrategias administrativas para la prestación el servicio de gimnasio en la ciudad de Bucaramanga.

Pregunta 10. ¿En qué sector le gustaría que se prestara el servicio?

Cuadro 12. Sector para la prestación del servicio de gimnasio

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Barrio la Aurora	47	16
Barrio San Alonso	36	12
Cabecera	17	6
Real de minas	179	60
Otros	2	1
No tomaran el servicio	16	5
TOTAL	297	100

Figura 12. Sector donde se prestaría el servicio de gimnasio



Análisis: de acuerdo a lo manifestado por los padres de familia encuestados, el 60% de ellos les gustaría que el servicio se prestara en el sector de Real de Minas el 16% en el barrio la Aurora, el 12% en San Alonso y cabecera 6%, mientras que el 1% prefiere otro sitios a los propuestos.

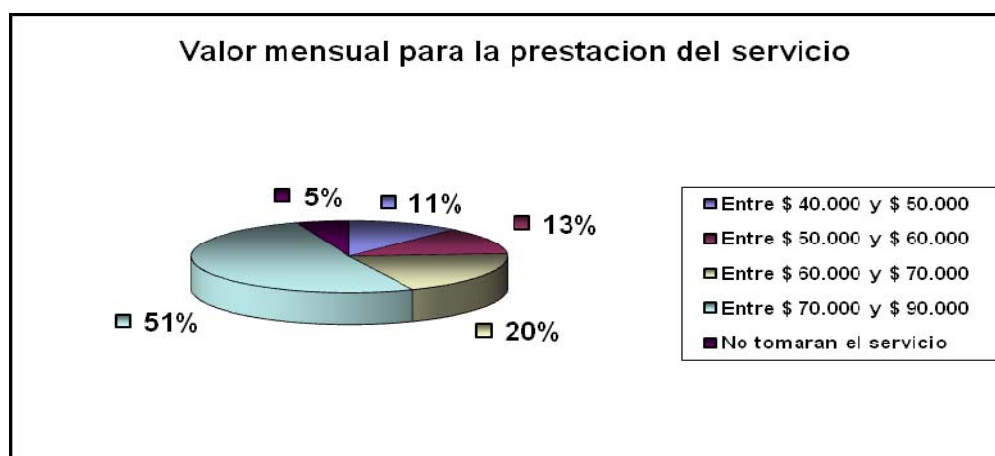
Son datos importantes para la toma de decisión de la ubicación donde podría funcionar el servicio de gimnasio en la ciudad de Bucaramanga.

Pregunta 11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio mensualmente?

Cuadro 13. Valor mensual para la prestación de servicio de gimnasio

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Entre \$ 40.000 y \$ 50.000	34	11
Entre \$ 50.000 y \$ 60.000	37	13
Entre \$ 60.000 y \$ 70.000	58	20
Entre \$ 70.000 y \$ 90.000	152	51
No tomaran el servicio	16	5
TOTAL	297	100

Figura 13. Valor mensual prestación servicio de gimnasio



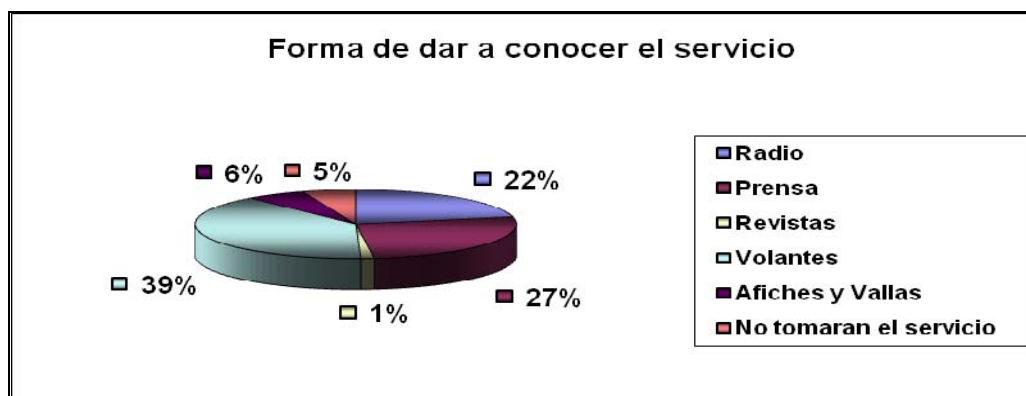
Análisis: de acuerdo a la información suministrada por los padres de familia encuestados el 51% estarían dispuestos a pagar entre \$70.000 y \$90.000 mil pesos, el 20% estaría dispuesto a pagar menos de \$70.000 mil pesos por el servicio de gimnasio. Estas cifras permiten determinar parámetros de los rangos de precios que podría manejar la nueva empresa de servicios de gimnasio en el municipio de Bucaramanga

Pregunta 12. ¿De los siguientes medios publicitarios en cual le gustaría que se diera a conocer el servicio?

Cuadro 14. Forma de dar a conocer el servicio de gimnasio

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Radio	64	22
Prensa	79	27
Revistas	4	1
Volantes	116	39
Afiches y Vallas	18	6
No tomaran el servicio	16	5
TOTAL	297	100

Figura 14. Forma de dar a conocer el servicio de gimnasio



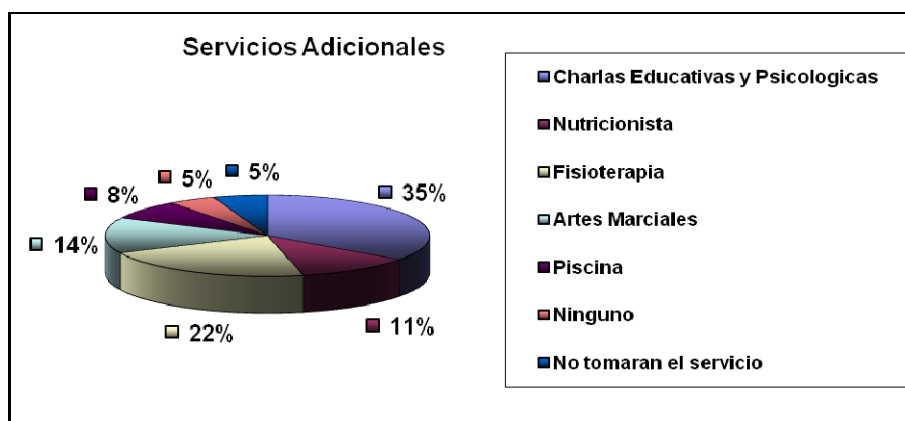
Análisis: el 39%, de los padres de familia encuestados piensan que los volantes serian una buena opción el 27% la prensa, el 22% la radio y 6% afiches vallas y 1% revistas; Esta información permite determinar el medio publicitario más adecuado para dar a conocer el servicio de gimnasio en la ciudad de Bucaramanga.

Pregunta 13. ¿Que otros servicios le gustaría que se prestaran en el gimnasio?

Cuadro 15 servicios adicionales que prestaría el servicio de gimnasio

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Charlas Educativas y Psicológicas	104	35
Nutricionista	34	11
Fisioterapia	64	22
Artes Marciales	42	14
Piscina	23	8
Ninguno	14	5
No tomaran el servicio	16	5
TOTAL	297	100

Figura 15. Servicios adicionales que prestaría el servicio de gimnasio



Análisis: de los padres de familia encuestados el 35 se inclinaron por las charlas educativas, el 22% creen que el servicio de fisioterapia y el 14% artes marciales, piscina y nutrición sería una buena opción adicional que podría prestar el gimnasio. Esta información da una perspectiva de decisión sobre los servicios adicionales que puede prestar el servicio de gimnasio en Bucaramanga.

2.3.5 Estimación de la Demanda. Del total de la población N= 48.495 familias de los estratos 4,5 y 6 del municipio de Bucaramanga se obtuvo una muestra de n = 381 familias para ser encuestadas de los cuales un 78% equivalentes a 297 familias con hijos en edades de 4 a 15 años que corresponden 37.826 del total de la población.

Según fuentes primarias esta demanda está dada por la falta de inactividad física los factores de mayor impacto están relacionados con los medios de esparcimiento, utilización del tiempo libre y el estado físico de los niños,

De acuerdo a las características anteriores y la información proporcionada por los padres de familia encuestados, el 21% califico el estado físico de sus hijos, como excelente mientras que el 79% lo calificó bueno y regular, como consecuencia de los malos hábitos adquiridos y la falta de ejercicio; de la muestra de 297 padres de familia o unidades familiares de una población de 37.826.

Si bien, no se tiene un dato exacto de la deficiencia del estado físico de los niños, se puede afirmar que el municipio de Bucaramanga presenta un porcentaje significativo de inactividad física en los niños de 4 a 15 años de edad.

De las 37.826.familia encuestadas el 100% afirman que los gimnasios contribuirían al mejoramiento del estado físico y mental de los niños y jóvenes es así que el 53% de los padres de familia encuestados, afirmo que utilizaría el servicio de gimnasio todos los días, de igual forma el 24% lo utilizaría una vez a la semana y 18% cada 15 días; el mercado en algunas épocas del año aumentaría como la época de vacaciones

Cuadro16. Estimación Demanda Global de Niños que Adquieren el Servicio

POBLACIÓN	PERIODICIDAD DE CONSUMO %	TIEMPO DE UTILIZACIÓN DEL SERVICIO	TOTAL CONSUMO AÑO
37.826	53 % Todos los días	20.048 X 365	7'317.520
	24% Una vez a la semana	9.078 X 52	472.056
	18% Cada quince días	7.187X 24	172.488
	5 % No toman el servicio.	1.513	
TOTAL	100%	37.826	7.962.064

2.3.6 Evolución Histórica de la Demanda. Estudios realizados en la ciudad de Medellín, muestran mayor prevalencia de obesidad los niños del 8.3% y 3.3% en adolescentes, en niñas del 8.4%, para las adolescentes 8%, lo que muestra la falta de actividad física tanto en escolares como en adolescentes.¹⁶

Así mismo una investigación en los colegios del municipio de Floridablanca en el año 2005, participando 195 estudiantes en edades entre los 11 y 18 años se muestra que 73.3% de los adolescentes manifestó no practicar deporte.

Por otra parte en Bucaramanga un estudio realizado por la Universidad Industrial de Santander, sobre dolor musculoesquelético en adolescentes, prevalencia y factores asociados, se evaluaron 468 escolares la distribución de los escolares por género correspondió a 246 femenino, y 222 masculino 3.6 IC 95% 1.7 – 5.5), 11.3% IC 95% 8.7 – 13.9) y obesidad en 24 (5.1 IC 95% 3.0 – 7.2). Sobrepeso en

¹⁶ Exceso de peso y su relación con presión arterial alta en escolares y adolescentes de Medellín, Colombia. Archivo Latinam Nutrición 2003; 53:4.

escolares de sexto a décimo primer nivel correspondiente a 30 instituciones educativas del municipio de Bucaramanga.¹⁷

La inactividad física es un problema de salud pública a nivel mundial, el desarrollo tecnológico económico y social de las ciudades ha llevado a estilos de vida cada vez más sedentarios en la población infantil, la saturación de videojuegos, Internet, televisión, la falta de áreas recreativas seguras han contribuido a la inactividad física.

Es importante proponer y evaluar intervenciones en el ámbito escolar, que fomenten estilos de vida saludables para prevenir desordenes músculo esqueléticos, promover la actividad física y los hábitos alimenticios que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los adolescentes

2.3.7 Proyección de la Demanda. Para proyectar la demanda futura se establecerán mediante la herramienta de los coeficientes técnicos, la cual consiste en proyectar la demanda actual de acuerdo al índice de crecimiento poblacional que para Bucaramanga es de 2%.

Cuadro 17. Población Niños de 4 a 15 Años por Estratos

RESPUESTA	Nº DE NIÑOS	%
Estrato 4	598	85
Estrato 5	43	7
Estrato 6	53	8
TOTAL	694	100

¹⁷ Camargo DM, Orozco LC, Herrera E. Dolor musculoesquelético en adolescentes. Prevalencia y factores asociados. Salud UIS 2007; 39:159-168.

¹⁷ Sistema único de información de servicios públicos 31 de agosto de 2008

Para determinar un comportamiento futuro a la demanda de los niños entre 4 y 15 años de edad, de los estratos 4, 5 y 6 se toma el índice de crecimiento¹⁸ de 2 % para Bucaramanga, para los próximos 5 años.

La población de Bucaramanga de acuerdo a información del DANE¹⁹ el crecimiento de la población es de 2% par año.

Formula de valor presente $P(1+0.02)^n = 37.826$

Cuadro 18. Proyección de la Demanda a 5 años

DEMANDA AÑO/BASE		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Población	37.826	38.582	39.354	40.141	40.944	41.763
Proyección Demanda 2%	7.962.064	8.121.305	8.283.731	8.449.406	8.618.394	8.790.762

2.4 LA OFERTA

Al realizar el presente estudio se investigo en la cámara de comercio de Bucaramanga, si existía alguna empresa constituida legalmente como gimnasio exclusivo para niños en la ciudad; se pudo evidenciar que no existe competencia directa, bajo las condiciones aquí planteadas, es decir la prestación de un servicio personalizado y dirigido por profesionales que contribuyen a mejorar la actividad física de niños y jóvenes.

¹⁸ DANE proyección de población municipal 2005 – 2009

¹⁹ DANE proyección de población municipal 2005 – 2009

2.4.1 Necesidades de Información. Dada la complejidad y el hermetismo con que los niños y jóvenes utilizan su tiempo libre y medios de esparcimiento en este caso la televisión, la Internet y los videojuegos.

Por esta razón, fue necesario acudir a información de la competencia indirecta de las empresas que prestan el servicio de gimnasio en Bucaramanga, por medio de una encuesta (ver anexo 2) donde se realizaron preguntas como:

- Tiempo de operación en la ciudad de Bucaramanga de la competencia indirecta
- Conocimiento de los servicios que presta.
- Cuantificación de la cantidad y frecuencia de venta del servicio de la competencia.
- Conocimiento de la empresa más importante del sector.
- Identificación de promociones que utiliza.
- Detectar del promedio de precio de venta al público de los servicios de gimnasio en la ciudad de Bucaramanga.
- Determinar el área y el sitio donde prestan el servicio.
- Conocer los medios publicitarios que promociona el servicio.

2.4.2 Ficha Técnica Oferta

Tipo de investigación	Exploratoria, porque se indaga el mercado para conocer las preferencias respecto del servicio a prestar.
Método de investigación	deductivo
Fuentes de información	Primarias (encuestas) secundaria empresas que prestan el servicio en Bucaramanga
Técnicas de recolección de información	El censo.
Instrumento	Cuestionarios, estructurado en las empresa que prestan servicio de gimnasio
Modo de aplicación	Por teléfono y Internet
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	Las 24 empresas que prestan servicios de gimnasio en Bucaramanga.
Proceso de muestreo	Censo, se hablo con los encargados del gimnasio
Alcance	Ciudad de Bucaramanga.
Tiempo de aplicación	Octubre 31, noviembre 1,2,3,de 2.008

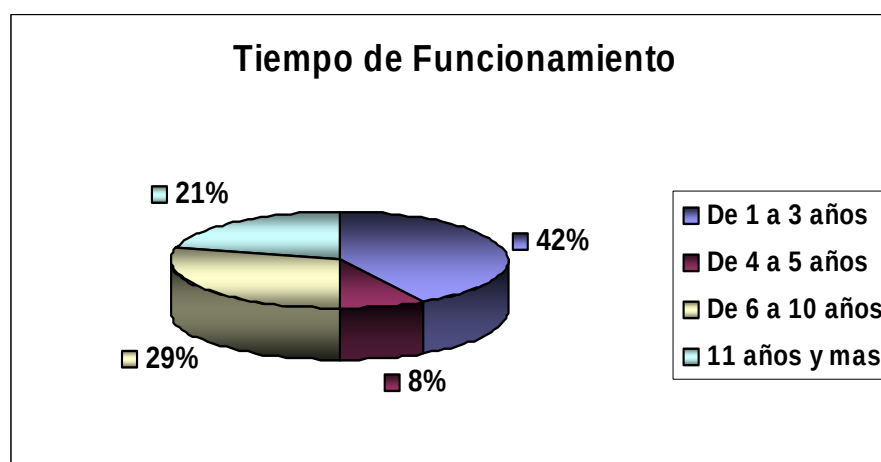
2.4.3 Tabulación y Presentación de Resultados de la Oferta

Pregunta 1. ¿Cuánto tiempo lleva operando su Gimnasio?

Cuadro 19. Tiempo de funcionamiento

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
De 1 a 3 años	10	42
De 4 a 5 años	2	8
De 6 a 10 años	7	29
De 11 años y mas	5	21
TOTAL	24	100

Figura 16. Tiempo de funcionamiento



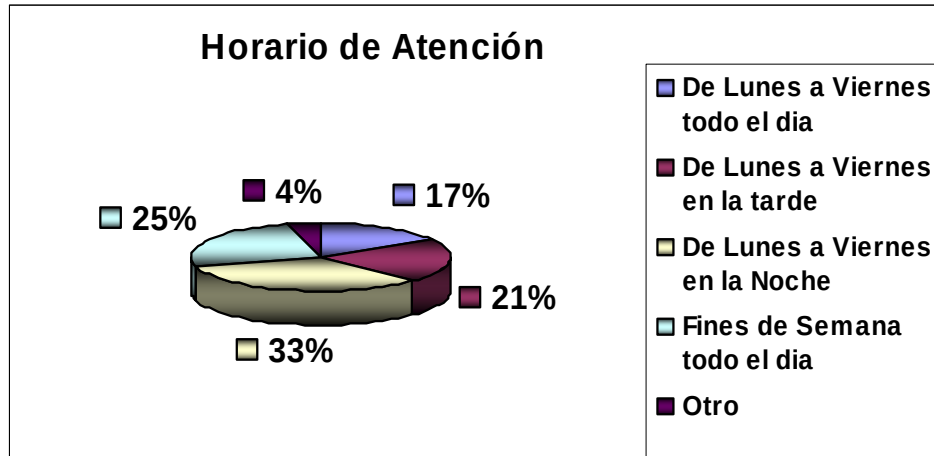
Análisis: según la información recopilada por la competencia indirecta de gimnasios de Bucaramanga, sobre el tiempo de operatividad el 42% oscila en 3 años y el 58% no supera los 11 años. La principal actividad es conservar parte estética.

Pregunta 2. ¿Cuál es su horario de atención?

Cuadro 20. Horarios de atención

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
De Lunes a Viernes Todo el día	4	17
De Lunes a Viernes En la tarde	5	21
De Lunes a Viernes En la Noche	8	33
Fines de Semana todo el día	6	25
Otro	1	4
TOTAL	24	100

Figura 17. Horarios de atención



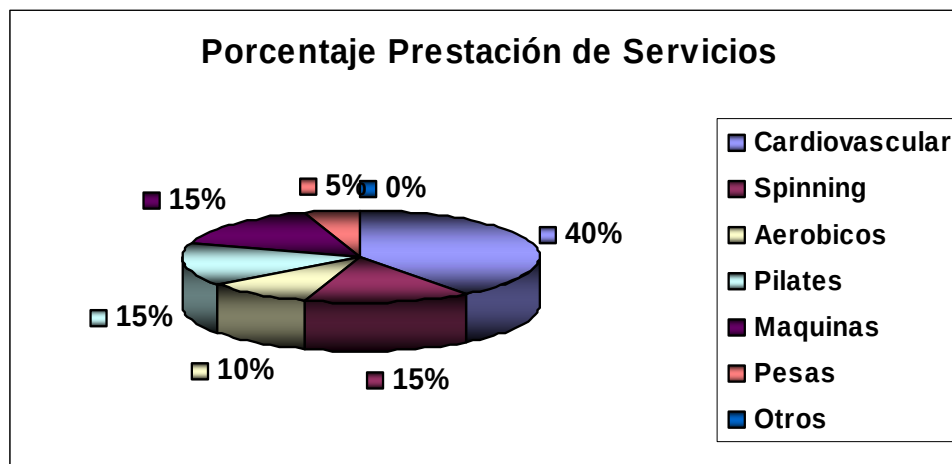
Análisis: se pudo observar que el 33% prefiere los horarios de lunes a viernes en la jornada de la noche, mientras que el 25% los fines de semana todo el día y el 17% de lunes a viernes todo el día respectivamente.

Pregunta 3. De los servicios que ofrece, determine el porcentaje en que presta los servicios.

Cuadro 21. Porcentaje de prestación de servicio.

RESPUESTA	%
Cardiovascular	40
Spinning	15
Aeróbicos	10
Pilates	15
Maquinas	15
Pesas	5
Otros	0
TOTAL	100

Figura 18. Porcentaje de prestación de servicio



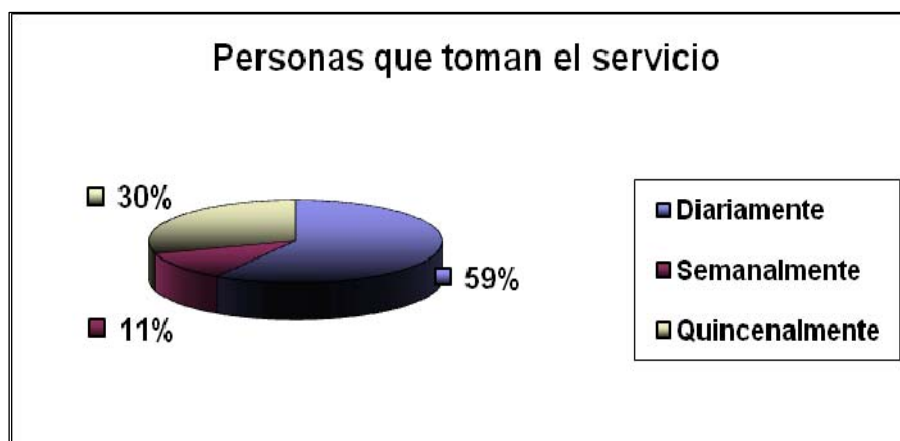
Análisis: se evidencia que un 40% de personas encuestadas que frecuentan los gimnasios lo hacen para mejorar el sistema cardiovascular y el 10% para hacer aeróbicos para mejorar la capacidad aeróbica, mientras que el 50% utilizan maquinas para fortalecer los músculos.

Pregunta 4. ¿Qué cantidad de personas toman el servicio de gimnasio que usted ofrece actualmente?

Cuadro 22. Cantidad de personas que toman el servicio

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
diariamente	752	59
semanalmente	140	11
Quincenalmente	383	29
TOTAL	1.275	100

Figura 19. Cantidad de personas que toman el servicio



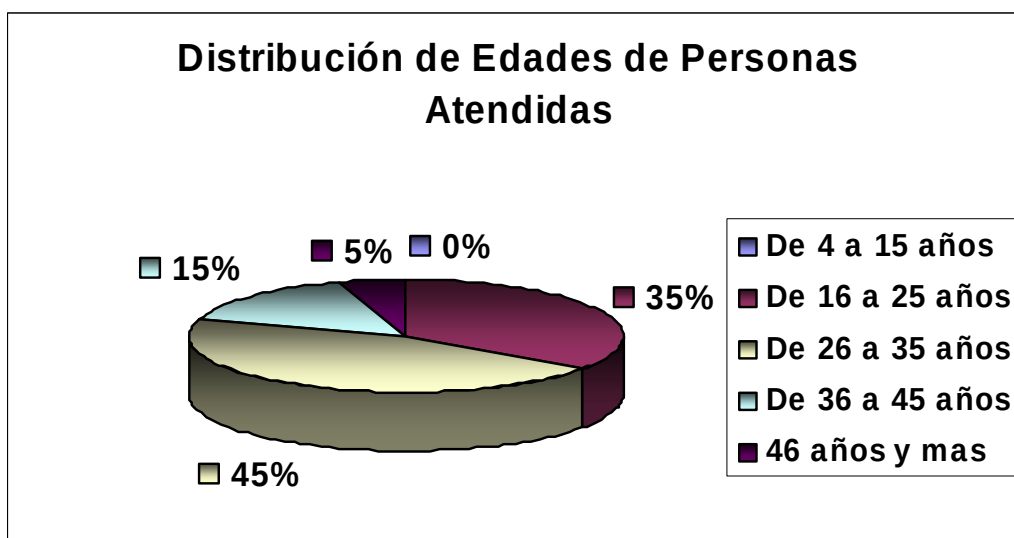
Análisis: los gimnasios encuestados el 59% atiende personas mensualmente, mientras que el 30% atiende personas quincenalmente, el 11% restante lo hacen diariamente y semanalmente respectivamente. Atendiendo en promedio 1.275 personas.

Pregunta 5. De las personas que atiende, determine el porcentaje de la distribución en edades para los siguientes datos

Cuadro 23. Distribución de edades de personas atendidas

RESPUESTA	%
De 4 a 15 años	0
De 16 a 25 años	35
De 26 a 35 años	45
De 36 a 45 años	15
46 años y mas	5
TOTAL	100

Figura 20. Distribución de edades de personas atendidas



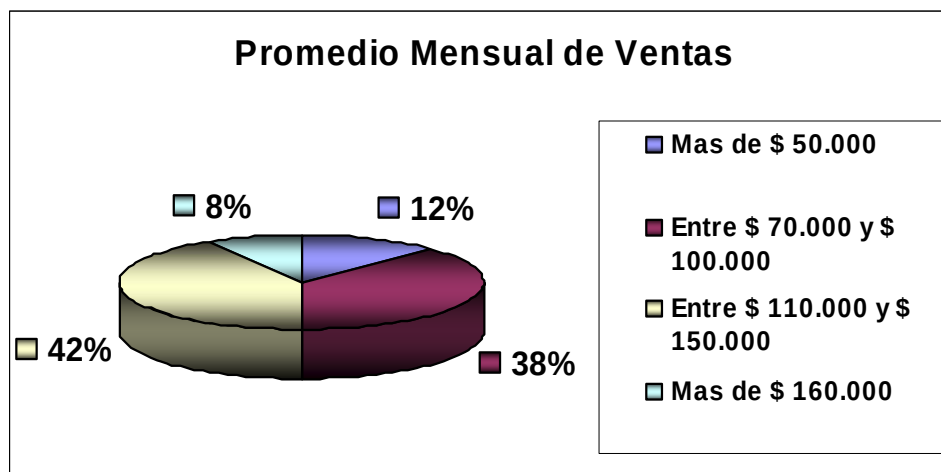
Análisis: se evidencia que el 80% de las personas encuestadas tienen entre 26 y 45 años y más. De los clientes atendidos por los gimnasios se pudo comprobar que no prestan servicio a población de 4 a 15 años, en la ciudad de Bucaramanga.

Pregunta 6. ¿Cuál es el costo del servicio de gimnasio?

Cuadro 24. Valor Mensualidad

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Más de \$50.000	3	12
Entre \$70.000 y \$100.000	9	38
Entre \$ 110.000 y \$ 150.000	10	42
Más de \$ 160.000	2	8
TOTAL	24	100

Figura 21. Valor Mensualidad



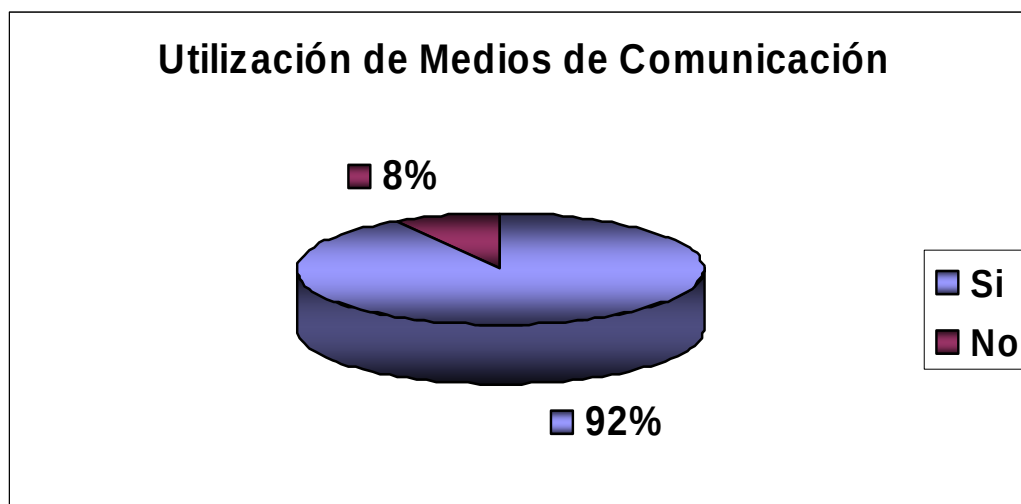
Análisis: de acuerdo a la información suministrada por los gimnasios encuestados el precio promedio mensual está entre: \$110.000 y \$150.000 que corresponde al 42%, mientras que el 12% y 8% el precio promedio mensual esta en más de \$ 50.000 y más de \$160.000 respectivamente. Es de resaltar que el precio promedio mensual que está entre \$ 70.000 y \$100.000 corresponde al 38% donde se encuentran las promociones y descuentos dados a los estudiantes.

Pregunta 7. ¿Utiliza algún medio de comunicación (auditivo y/o impreso) para promocionar su gimnasio?

Cuadro 25. Utilización de Medios de Comunicación

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Si	22	92
No	2	8
TOTAL	24	100

Figura 22. Utilización de Medios de Comunicación



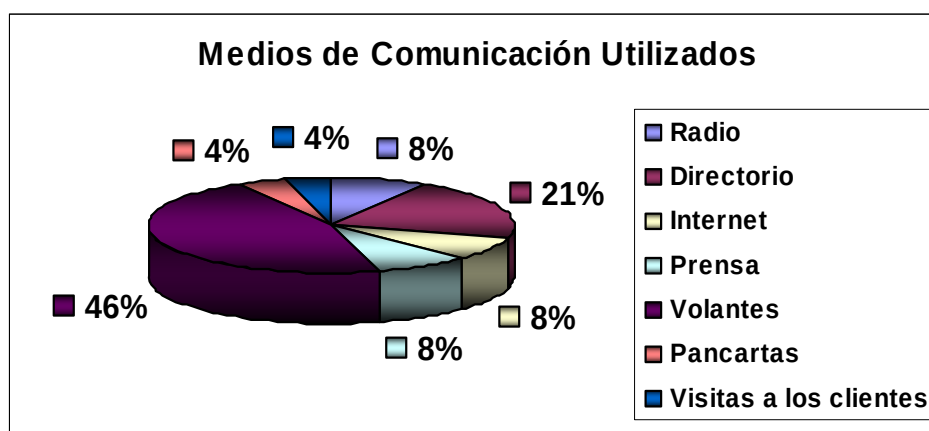
Análisis: de los gimnasios encuestados el 92% utilizan por lo menos un medio de comunicación para promocionar su gimnasio, mientras que un 8% manifestó no utilizar ningún medio.

Pregunta 8. ¿Cuál medio de comunicación es utilizado para promocionar su establecimiento?

Cuadro 26. Medio de Comunicación más Utilizado

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Radio	2	8
Directorio	5	21
Internet	2	8
Prensa	2	8
Volantes	11	46
Pancartas	1	4
Visitas a los clientes	1	4
TOTAL	24	100

Figura 23. Medios de Comunicación Utilizados



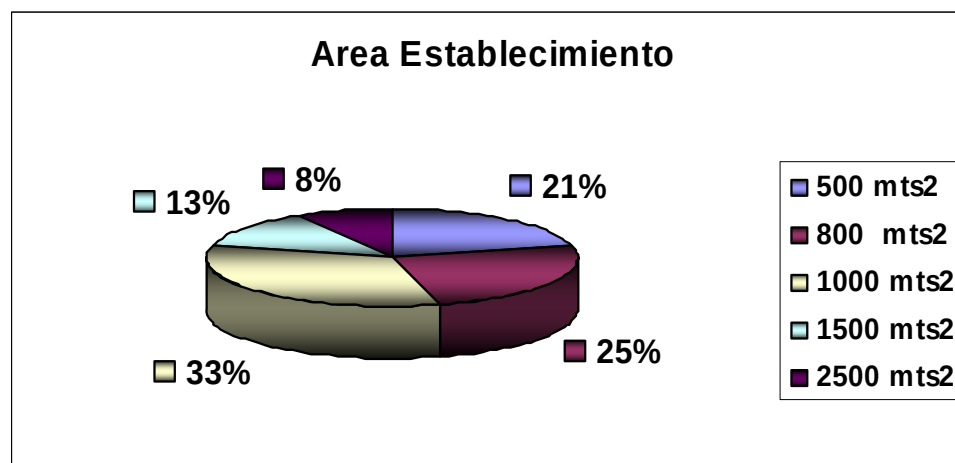
Análisis: según los gimnasios encuestados, manifiestan que la publicidad utilizada por ellos es a través de volantes el 40%, a través del directorio telefónico 23%, por medio de la prensa el 9%, por la Internet el 9% y a través de la radio el 9%. Lo anterior muestra que los gimnasios invierten en publicidad para promocionar sus servicios y darse a conocer en el municipio de Bucaramanga.

Pregunta 9. ¿Cuál es el área total con la que cuenta su establecimiento?

Cuadro 27. Área total del Establecimiento

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
500 mts ²	5	21
800 mts ²	6	25
1000 mts ²	8	33
1500 mts ²	3	13
2500 mts ²	2	8
TOTAL	24	100

Figura 24. Área Total del Establecimiento



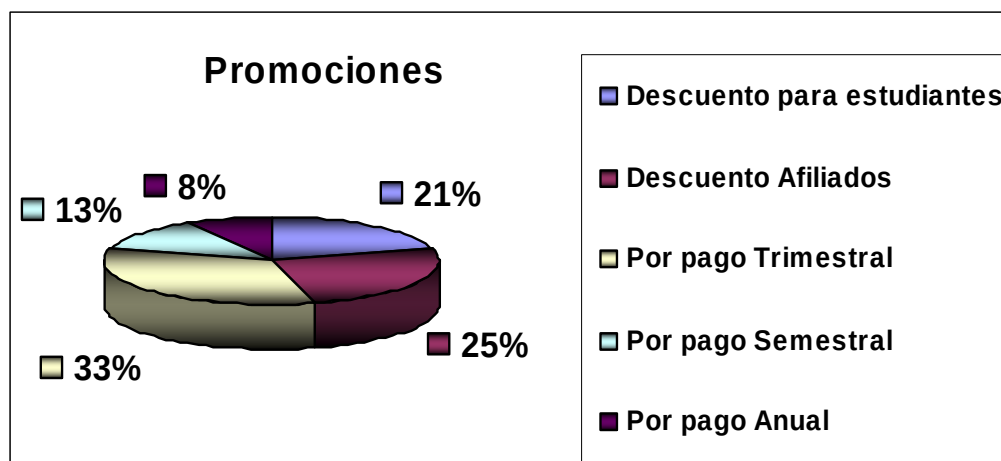
Análisis: de acuerdo a la información obtenida el 33% cuenta con un área total de 1000 mts² para la prestación del servicio, el 25% corresponde al área total de 800 mts², el 21% cuenta con un área de 1500 mts² y 2500 mts² respectivamente, mientras que el 21% cuenta con un área máxima de 500 mts².

Pregunta 10. ¿Qué promociones ofrece su establecimiento?

Cuadro 28. Promociones

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Descuento para estudiantes	5	21
Descuento Afiliados	6	25
Por pago Trimestral	8	33
Por pago Semestral	3	13
Por pago Anual	2	8
TOTAL	24	100

Figura 25. Promociones



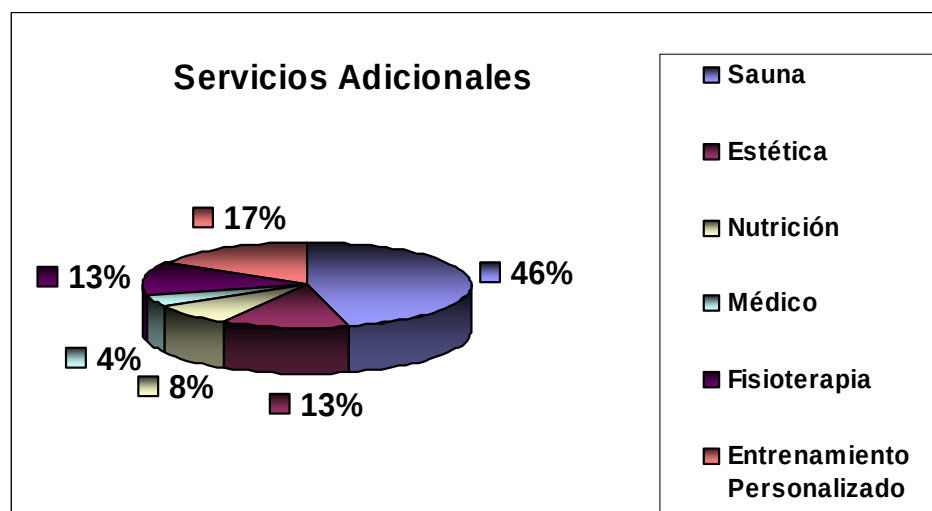
Análisis: de los gimnasios encuestados el 100% manifiesta que si hace promociones, esto indica que la nueva empresa tendrá que realizar promociones para mantenerse en el mercado.

Pregunta 11. ¿Qué servicios adicionales ofrece su establecimiento?

Cuadro 29. Servicios Adiciones que presta el Establecimiento

RESPUESTA	FRECUENCIA	%
Sauna	11	46
Estética	3	13
Nutrición	2	8
Médico	1	4
Fisioterapia	3	13
Entrenamiento Personalizado	4	17
TOTAL	24	100

Figura 26. Servicios Adicionales que presta el Establecimiento



Análisis: se observa que el servicio adicional que más prestan los gimnasios es el sauna con un 45%, el 17% presta el servicio de entrenamiento personalizado, mientras que el 13% prestan el servicio de Estética y Fisioterapia.

2.4.4 Análisis de la Situación Actual de la Competencia. De acuerdo a la información encontrada sobre la oferta se observo que no existe Competencia directa en la ciudad de Bucaramanga, no existe un gimnasio exclusivo para niños y jóvenes; pero si existe competencia indirecta de 24 gimnasios, registrados en la cámara de comercio, que prestan el servicio, atendiendo en promedio a 1.275 personas mensualmente cada uno.

Cuadro 30. Situación Actual de la Competencia

POBLACIÓN	PERIODICIDAD DE CONSUMO %	TIEMPO DE UTILIZACIÓN DEL SERVICIO	TOTAL CONSUMO AÑO
1.275	59 % Todos los días	752 X 365	274.271
	11% Una vez a la semana	140X 52	7.293
	30 % Cada quince días	383X 24	9.180
TOTAL	100%	1.275	290.744

Cuadro 31 Relación de la competencia

GIMNASIO	DEBILIDADES	FORTALEZAS	%	Nº
Acondicionamiento Físico Figuras. Cra. 38 # 44 – 103	Horarios restringidos	Buena ubicación	2	1
Gimnasio Eclipse Cra. 23 # 105 – 06	No hay selección de clientes. El servicio no es personalizado	Cliente ocasionales	3	2
Centro de Estética y Pilates Claudia Palencia Calle 53 # 31 – 52	Clientes seleccionados y fijos en su mayoría	Atención personalizada	4	3
Gente Activa Calle 36 # 16 – 38 L 81	No hay atención personalizada	Cliente ocasionales	5	4
Curves Cra. 35 # 52 – 100	Horarios restringidos	Clientes ocasionales	3	5
Acondicionamiento Físico Olympica Cra. 6 # 8 – 06 Centro	No hay selección de clientes. El servicio no es personalizado	Horarios por categorías	5	6

GIMNASIO	DEBILIDADES	FORTALEZAS	%	Nº
Acondicionamiento Físico Fitform Calle 32 # 26 – 96	No hay selección de clientes. El servicio no es personalizado	Horarios por categorías	2	7
Acondicionamiento Físico Club Torvis Sport Cra. 27 # 19 – 71 San Alonso	Horarios restringidos	Cliente ocasionales	2	8
Acondicionamiento Físico Body Real Torvis Av. Los Búcaros # 60 – 09 Piso 4 y 5	No hay atención personalizada	Cientes ocasionales	3	9
Body Fitness Cra. 29 # 45 – 25	No hay selección de clientes. El servicio no es personalizado	Horarios por categorías	4	10
Gimnasio Orión Cra. 16 # 104 D – 08 El Rocio	No hay atención personalizada	Cientes ocasionales	2	11
Gimnasio Spinning Extreme Cra. 33 # 30 A – 99	Cientes seleccionados	Clients fijos	4	12
Bodytech Centro Comercial Megamall	Precios altos y Nuevo en la ciudad	Descuentos afiliados	3	13
Fisico y Forma Calle 31 # 29 – 119	Horarios restringidos	Clients fijos	3	14
Cuerpo en Forma Cra. 33 # 35 – 04	Cientes seleccionados y fijos en su mayoría	Atención personalizada	4	15
Mireya Beltrán Calle 32 # 33 – 17	No hay atención personalizada	Cliente ocasionales	4	16
Danzazul Cra. 39 # 44 – 78	Horarios restringidos	Cientes ocasionales	2	17
Lincey Dance Calle 104B # 12 – 25	No hay selección de clientes. El servicio no es personalizado	Horarios por categorías	5	18
Ranzmusic Calle 18 # 30 – 40 San Alonso	No hay selección de clientes. El servicio no es personalizado	Horarios por categorías	3	19
Baile Odón Calle 37 # 4ª – 20 La Joya			3	20
Duncan Danza Estudio Cra. 34 # 46 – 126	Cientes seleccionados y fijos en su mayoría	Atención personalizada	4	21
Gimnasio Goles Gymo Calle 105 # 23 – 19 Provenza	No hay atención personalizada	Cliente ocasionales	4	22
Agency Staff Models Cra. 35A # 52 – 43 P2	Horarios restringidos	Cientes ocasionales	2	23
Gimnasio Olimpos Calle 105 # 19 – 07 Local 401 – 402.	No hay selección de clientes. El servicio no es personalizado	Horarios por categorías	4	24
TOTAL			100	24

2.4.5 Proyección de la Oferta. Para la proyección de la oferta se requiere la información de real de los gimnasios que prestan el servicio de gimnasio en la ciudad de Bucaramanga, igualmente el número de usuarios que toman el servicio y la frecuencia que lo hacen.

De acuerdo a la información obtenida en la pregunta numero 4 sobre el número de personas que toma el servicio, se observo que de 1.275 personas el 59% lo hacen todos los días el 11% una vez a la semana y el 30% cada quince días.

Para determinar un comportamiento futuro a la oferta, se tomara el índice de crecimiento de la población que para el municipio de Bucaramanga es del 2% información suministrada por la DANE.

Cuadro 32. Proyecciones de la oferta.

OFERTA AÑO/BASE		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Población	1.275	1.300	1.326	1.353	1.380	1.408
Proyección Oferta 2%	290.744	296.559	302.490	308.539	314.710	321.005

2.5 RELACIÓN ENTRE LA DEMANDA Y LA OFERTA

Según la encuesta realizada a la posible demanda en la pregunta 7, se puede decir que la demanda insatisfecha prefiere un sitio exclusivo para niños y obtendrían los servicios de gimnasio; de igual forma manifestaron el 53% adquiriría todos los días el 26% una vez a la semana y 21% cada quince días.

En relación a la demanda y oferta, se observa que hay existen 24 gimnasios registrados en la cámara de comercio, que prestan el servicio, atendiendo en

promedio a 1.275 personas mensualmente cada uno, de igual forma se observo que existe una cultura de aceptación del servicio que prestan los gimnasios, así mismo la información suministrada por los padres de familia y los administradores de los establecimientos que prestan el servicio de gimnasio.

Cuadro 33. Relación Demanda Oferta

DEMANDA Y OFERTA AÑO/BASE		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Proyección Demanda 2%	7.962.064	8.121.305	8.284.731	8.449.406	8.618.394	8.791.762
Proyección Oferta 2%	290.744	296.559	302.490	308.539	314.710	321.005

2.6 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

2.6.5 Estructura de los Canales Actuales. (Ver siguiente cuadro)

Cuadro 34. Canales de Distribución

CANAL	RECORRIDO									
0 – Directo	Fabricante	----->								Consumidor
1 – Corto	Fabricante	----->					Detallista	----->	Consumidor	
2 – Largo	Fabricante	----->			Mayorista	----->	Detallista	----->	Consumidor	
3 – Doble	Fabricante	----->	Agente Exclusivo	----->	Mayorista	----->	Detallista	----->	Consumidor	

Las decisiones sobre distribución deben ser tomadas con base en los objetivos y estrategias de mercadotecnia general de la empresa.

Por tres criterios gerenciales:

- *La cobertura del Mercado.* En la selección del canal es importante considerar el tamaño y el valor del mercado potencial que se desea abastecer. Los intermediarios reducen la cantidad de transacciones que se necesita, para entrar en contacto con un mercado de determinado tamaño, quienes a su vez lo hace con consumidores finales, el número total de contactos en el mercado habrá aumentado incrementado la cobertura del mercado con el uso de intermediarios.
- *Control.* Se utiliza para seleccionar el canal de distribución adecuado, es decir, el control del producto. Cuando el producto sale de las manos del productor, se pierde el control debido a que pasa a ser propiedad del comprador y este puede hacer lo que quiere con el producto. Ello implica que se pueda dejar el producto en un almacén o que se presente en forma diferente en sus estantes. Por consiguiente es más conveniente usar un canal corto de distribución ya que proporciona un mayor control.
- *Costos.* La mayoría de los consumidores piensa que cuanto más corto sea el canal, menor será el costo de distribución y, por lo tanto menor el precio que se deban pagar. Sin embargo, ha quedado demostrado que los intermediarios son especialistas y que realizan esta función de un modo más eficaz de lo que haría un productor; por tanto, los costos de distribución son generalmente más bajos cuando se utilizan intermediarios en el canal de distribución.

2.6.6 Ventajas y Desventajas de los Canales. Los canales actuales de comercialización llevan implícitos beneficios desventajas para los consumidores y prestadores de servicios.

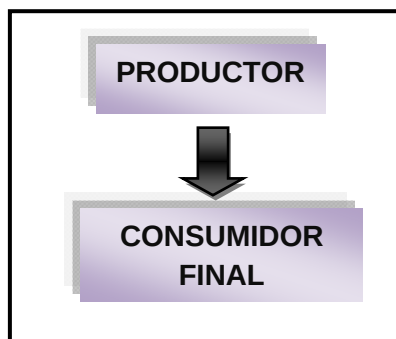
- La magnitud de la fuerza de venta es una de las decisiones más importante de una empresa.
- Crea utilidad de tiempo, porque pone el producto a disposición del consumidor en el momento que lo precisa.
- Crea utilidad de lugar, mediante la existencia de puntos de venta próximos al consumidor.
- Crea utilidad de posesión, porque permite la entrega física del servicio.

Desventajas:

- Presión por la agrupación (franquicias) sobre el producto o servicios.
- Fuerte presión ejercida sobre los precios franquicias.
- Presión por monopolios en el mercado.

2.6.7 Elección Del Canal De Comercialización. El gimnasio para niños y jóvenes de 4 a 15 años, hará su distribución mediante un canal directo es decir, de productor del servicio al consumidor final.

Figura 27. Diagrama canal de distribución



2.7 PRECIO

Para establecer el precio se deben tener en cuenta los precios que ofrecen los demás gimnasios relacionados como competencia indirecta, ya que no existe ninguno exclusivo para niños y jóvenes.

Es importante saber los precios que actualmente están cobrando otros gimnasios, teniendo en cuenta que en alguno de ellos existirán programas de actividad física, al igual que alguno de ellos en otras ciudades, lo anterior para establecer un parámetro y estar dentro de los niveles de aceptación por parte de la población demandante, de esta forma satisfacer los servicios ofrecidos dentro del gimnasio.

El precio estará fijado de igual manera, de acuerdo a las cifras arrojadas en el estudio financiero.

2.7.5 Análisis de Precios. El precio es la cantidad monetaria que los productores están dispuestos a vender, y los consumidores a comprar un bien o servicio cuando la oferta y la demanda están en equilibrio.

Cuadro 35. Precios Competencia Indirecta

GIMNASIO	PRECIO DÍA	PRECIO MENSUAL	PRECIO TIQUETERA	PRECIO ESTUDIANTES
Acondicionamiento Físico Figuras	\$ 3.500	\$70.000	\$ 60.000	\$ 50.000
Gimnasio Eclipse	\$ 3.000	\$ 80.000	\$ 60.000	\$ 50.000
Centro de Estética y Pilates Claudia Palencia	\$ 4.000	\$ 120.000	\$90.000	\$70.000
Acondicionamiento Físico Olympica	\$ 4.000	\$ 140.000	\$100.000	\$100.000
Steticform	\$ 4.000	\$ 50.000	\$55.000	\$50.000
Acondicionamiento Físico Fitform	\$ 3.500	\$ 100.000	\$90.000	\$75.000
Acondicionamiento Físico Club Torvis Sport	\$ 3.000	\$ 50.000	\$40.000	\$ 30.000

GIMNASIO	PRECIO DÍA	PRECIO MENSUAL	PRECIO TIQUETERA	PRECIO ESTUDIANTES
Gimnasio Orión	\$ 3.500	\$ 90.000	\$80.000	\$65.000
Gimnasio Spinning	\$ 4.000	\$ 100.000	\$90.000	\$70.000
Bodytech		\$ 150.000		\$100.000
Fisico y Forma	\$ 5.000	\$130.000	\$ 80.000	\$ 80.000
Danzazul	\$ 3.000	\$ 90.000	\$ 70.000	\$ 70.000
Lincey Dance	\$ 2.500	\$ 60.000	\$ 50.000	\$ 50.000
Gente Activa	\$2.500	\$ 55.000	\$ 40.000	\$ 40.000
Curves	\$ 4.000	\$ 100.000	\$90.000	\$70.000
Body Fitness	\$5.000	\$ 50.000	\$ 35.000	\$ 35.000
Gimnasio Goles Gympo	\$ 4.000	\$ 100.000	\$90.000	\$70.000
Agency Staff Models	\$ 3.500	\$ 120.000	\$70.000	\$70.000
Gimnasio Olimpos	\$ 4.500	\$ 100.000	\$80.000	\$70.000
Ranzmusic	\$ 2.500	\$ 100.000	\$85.000	\$70.000
Body trainng	\$ 2.000	\$ 50.000	\$ 40.000	\$ 40.000
Cuerpo en Forma	\$ 3.000	\$ 120.000	\$90.000	\$70.000
Baile Odón	\$ 4.000	\$ 110.000	\$90.000	\$70.000

Es de resaltar que algunos gimnasios tienen algunas modalidades de pago; pago diario, se interpreta la cancelación de un solo día, es decir el usuario asiste al gimnasio y cancela por el día, lo usan en especial las personas que no tienen una frecuencia semanal de asistencia, de igual forma pueden utilizar la tiquetera, que consiste en un pago por anticipado y que tiene un tiempo de vencimiento.

Por otro lado se encuentra la mensualidad que es el sistema más usado, los gimnasios dan un descuento especial para las personas que actualmente están estudiando.

De igual forma la novedad en tecnología y especialistas esta el gimnasio BODYTECH que es una franquicia que se encuentra operando a nivel Nacional e Internacional, brinda la posibilidad de disfrutar de una variedad de planes,

afiliaciones con promociones y descuentos permanentes para nuevos afiliados y para aquellos que renuevan su afiliación.

2.7.6 Estrategia de Fijación de Precios. La estrategia de fijación de precios que se utilizara estará basada en la encuesta realizada a la población determinada y a su vez analizando el promedio que cobran los de más gimnasios de Bucaramanga.

2.8 PUBLICIDAD Y PROMOCIÓN

2.8.1 Objetivos. Informar sobre la existencia del nuevo servicio de gimnasio para niños y jóvenes en la ciudad de Bucaramanga.

- Crear una actitud favorable a los clientes frente al servicio a prestar de actividad física, por profesionales especializados.
- Posicionarse en el mercado, siendo el gimnasio para niños y jóvenes con problemas de inactividad física, en la ciudad de Bucaramanga.
- Despertar inquietud en toda la población, en querer vincularse al gimnasio para aumentar las ventas.
- Promover en forma rápida y eficiente el servicio de gimnasio a los padres de familia para aumentar los volúmenes de venta.
- Crear lealtad hacia la empresa mediante el conocimiento pleno de los atributos diferenciadores.

2.8.2 Logotipo

Figura 28. Logotipo



El logotipo de CHILDREN GYM, se encuentra formado por un rectángulo de fondo amarillo, el color amarillo representa la alegría, estimula la actividad mental y genera energía muscular, de igual forma provoca sensaciones agradables para los niños y jóvenes, en la parte superior se encuentra el nombre del gimnasio CHILDREN GYM se resalta el nombre en inglés llamando la atención de los pequeños para su aprendizaje escolar, en la parte inferior va escrito el lema "Juventud en forma", entre el nombre del nombre del gimnasio y el lema se encuentra una imagen de figuritas de niños en forma de círculo o de ronda sugiriendo el trabajo en equipo.

2.8.3 Lema. El lema que se va utilizar para el gimnasio pretende resaltar el crecimiento intelectual con la invitación a crecer activamente y en forma, y la satisfacción del cliente al encontrar un sitio exclusivo para niños donde va a encontrar solución a su inactividad física.

2.8.4 Análisis de Medios. El análisis de medios de comunicación se realizara de acuerdo a los que actualmente se están utilizando en los diferentes gimnasios, se hará una comparación de tal manera que se pueda hacer una acertada selección de los medios para la publicación del gimnasio, de esta manera se puede hacer una buena publicidad para que los posibles clientes conozcan las bondades del gimnasio exaltando que es el primer gimnasio para niños.

Gimnasios de Bucaramanga: los gimnasios de Bucaramanga, utilizan la siguiente publicidad:

- Publicidad en las páginas amarillas del directorio telefónico.
- Publicidad páginas amarillas Web individual.
- Publicidad en volantes con información sobre las tarifas y su especialidad.
- Publicidad en medios escritos que llega al público a través de mensajes tanto textuales como gráficos. Su valor depende de la ubicación dentro del mismo, tamaño de letra, color, imagen, tamaño y día de publicación.
- Publicidad en la radio en las diferentes emisoras, el mensaje que llega a la mente del oyente.
- Publicidad en televisión, integra el mensaje y la imagen para hacer al producto más atractivo al consumidor.

2.8.5 Selección de Medios. Para la publicidad del gimnasio se utilizara los siguientes medios:

- Anuncios en prensa, (Vanguardia Liberal) para ofrecer los servicios y a la vez anunciar que es el primer gimnasio para niños y jóvenes para las edades entre los 4 a 15 años que quieran mejorar su actividad física en la ciudad de Bucaramanga.
- Publicidad en las páginas amarillas del directorio telefónico clasificado en el grupo de los gimnasios.

- Folletos publicitarios con el portafolio de servicios.
- Convenio con las emisoras de radio de la ciudad para el lanzamiento del gimnasio.

2.8.6 Estrategias Publicitarias. Es necesario hacer una estrategia agresiva para dar a conocer el gimnasio por medio de las diferentes emisoras de la ciudad, un contrato por un mes antes del lanzamiento.

Repartir en centros comerciales y conjuntos residenciales de la ciudad la ubicación del gimnasio, en volantes y folletos con el portafolio de los servicios que irá a prestar el gimnasio a la población de Bucaramanga.

Contratar una miniteka, payasos, recreacioncitas para niños una pantalla gigante para pasar un video con las instalaciones y los servicios a prestar.

Entregar folletos y tarjetas de presentación en el lanzamiento a todas las personas que visiten el gimnasio.

2.8.7 Presupuesto de Publicidad. Abrirá sus puertas con una publicidad agresiva, y dada a conocer por toda la ciudad de Bucaramanga; por medio de folletos, cuñas radiales, invitaciones especiales, volantes, avisos en vanguardia liberal día domingo. Sus instalaciones estarán a disposición del personal interesado en conocer el gimnasio.²⁰

2.8.7.1 Presupuesto de Lanzamiento. Se invertirá en un anuncio en Vanguardia Liberal, a color de una página completa, que ira el día domingo anterior al

²⁰ Volantes y tarjetas de presentación arte y diseño grafiti, música Ernesto y sus estrellas, champaña, Vanguardia Liberal.

lanzamiento, adicionalmente se invertirá en tarjetas de invitación, que se repartirán en empresas y colegios y las porterías de conjuntos residenciales con permiso de las personas encargadas de la seguridad.

De igual manera se invierte en cuñas radiales por una emisora, con una duración de 20 segundos, serán en total 60 distribuidas en la semana de lanzamiento y un aviso publicitario en el establecimiento (valla publicitaria), en la parte superior para la visibilidad de todos las personas que por allí transiten.

Cuadro 36. Publicidad de Lanzamiento

DESCRIPCIÓN	PERIODO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Vanguardia Liberal	Lanzamiento	1 mes	\$4.339.140	\$4.369.140
Tarjetas de invitación	Lanzamiento	10.000	\$ 100.000	\$1.000.000
Avisos publicitarios		1	\$2.000.000	\$2.000.000
Publicidad cuñas radiales	Lanzamiento	60	\$20.000	\$1.200.000
Volantes	Lanzamiento	50.000	\$50	\$2.500.000
Tarjetas de Presentación	Lanzamiento	10.000	\$100.000	\$1.000.000
Minitaka	Lanzamiento	1 día	\$100.000	\$1.000.000
Champaña	Lanzamiento	20	\$10.000	\$200.000
Meseros	Lanzamiento	2	\$240.000	\$480.000
Video	Lanzamiento	1	\$800.000	\$800.000
TOTAL			\$ 7.689.190	\$11.549.140

2.8.7.2 Presupuesto de Operación

Cuadro 37. Publicidad de Operaciones

PUBLICIDAD	CANTIDAD	PRECIO MENSUAL	PRECIO ANUAL
Páginas amarillas	1 año	\$300.000	\$3.800.000
Cuñas radiales	60	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Volantes	2.0000	\$ 150.000	\$1.800.000
TOTAL		\$ 1.650.000	\$ 19.800.000

En la publicidad de operaciones, se invertirá mensualmente en cuñas radiales con una duración de 20 segundos en dos (2) emisoras, el gimnasio contara con volantes publicitarios que especifiquen los servicios, las instalaciones, los precios, horarios, teléfonos etc. Se tendrá un aviso en páginas amarillas durante un año.

2.9 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Realizado estudio de mercados respuestas obtenidas del trabajo de campo se obtuvo que un 78% de la población tiene hijos entre 4 y 15 años, de las cuales 46% afirmo que el estado físico de sus hijos era regular como consecuencia de los malos hábitos adquiridos y la falta de ejercicio, concluyendo que una de las causas fue la falta de un sitio seguro para el esparcimiento, siendo este factor el de mayor incidencia, argumentado por las siguientes razones: sedentarismo, la internet, videojuegos, televisión.

De igual forma resultados obtenidos en la operación de campo se establece la viabilidad del proyecto ya que el 95% de la población está dispuesta a utilizar el servicio en caso de que se creara una empresa prestadora de servicio de

gimnasio que ofrezca orientación para la actividad física con las condiciones de calidad, profesionalismo, horarios y precios módicos sustentado en que así sus hijos tendrían allí un lugar seguro y adecuado para mejorar y fortalecer la actividad física, de los cuales el 54% de los padres de familia manifestó que los gimnasios contribuirían a mejorar el estado físico de los niños.

De igual forma se observó que el 53% estaría dispuesto a utilizar el gimnasio todos los días, el 24% una vez a la semana y un 18% cada quince días, que combinaran con sus actividades y programas escolares; es así que un 38% prefiere el horario de la mañana, 36% en la tarde y el 22% el fin de semana.

CHILDREN GYM, tendrá una comercialización directa, los precios los establecerá teniendo en cuenta las condiciones competitivas del mercado, realizará una publicidad agresiva ya que por ser nuevo e innovador esta modalidad de gimnasio amerita que sea conocido por toda la ciudad.

En el estudio de la oferta se observó que no existe competencia directa, CHILDREN GYM será el primer gimnasio en la ciudad que brinde a los niños exclusividad ya que contara con un selecto grupo de profesionales especializados. Lo cual asegure la factibilidad del proyecto.

Se concluye según el estudio de mercados que el proyecto es viable y por ende se continuara con los demás estudios.

3 ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del Tamaño del Proyecto. Para determinar el tamaño del proyecto, se hace necesario tener el número de población insatisfecha encontrada de acuerdo al tamaño de la muestra, de igual forma el tamaño del local y su ubicación geográfica, y finalmente los recursos económicos disponibles. De acuerdo a los diferentes estudios se debe llegar a concluir el tamaño optimo del gimnasio, con el fin de atender un gran porcentaje de población insatisfecha descubierta en el estudio de mercados y por su puesto transformándolo en una empresa que ofrece excelentes servicios con la más alta calidad y brinde altos ingresos y fuentes de empleo permitiendo su permanencia en el mercado a través del tiempo.

3.1.2 Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto. El análisis de los factores que determinan el tamaño del proyecto, precisa hacerlo de acuerdo a las diferentes variables:

La demanda: CHILDREN GYM, finalmente va hacer un proyecto nuevo en la ciudad, no tiene competencia directa las que existen son indirectas, llamadas así porque si bien es cierto que algunos gimnasios de la ciudad tienen programas de actividad física, no son exclusivos para niños, por lo tanto de acuerdo al estudio de mercados el proyecto tiende hacer relativamente grande, debido a la cantidad de población insatisfecha que estaría dispuesta a adquirir el servicio de gimnasio seria el 95%.

Suministros e Insumos: para el funcionamiento del gimnasio este factor no es determinante para el tamaño del proyecto porque los suministros no tienen la prestación eficaz del servicio y son de fácil adquisición como son (papelería, tinta entre otros)

Tecnología y equipos: la tecnología que el gimnasio necesitaría requiere de unas características específicas para la población objeto, de igual forma algunos comunes que se ven en todos los gimnasios normales; por lo tanto no presenta una restricción para el proyecto.

Los equipos serán adquiridos mediante una selección de manejo y mantenimiento y al mejor precio, de acuerdo a todas las variables se elegirá el mejor proveedor de equipos y tecnología.

Localización : para el presente proyecto este factor es determinante puesto que el gimnasio para niños y jóvenes deberá estar localizado en un sitio estratégico, que sea cercano a la demanda y cuente con las características propuestas en el presente estudio y la opinión de los padres de familia.

Financiamiento: si se tiene en cuenta el tamaño del proyecto, relativamente es grande, pero con las limitaciones de querer iniciar desde un punto mediano con aspiraciones al crecimiento gradual, lo cual demanda una gran cantidad de dinero que en el momento no se tiene disponible, por lo tanto se ve la necesidad de conformar una sociedad, cuyos aportes son significativos; mientras no se logre esto, la consecución del recurso financiero se convierte en una restricción importante para la ejecución del proyecto.

Recursos humanos: está determinado por el personal especializado en áreas de medicina, nutrición, fisioterapia, instructor, área administrativa y servicios generales. En la ciudad se encuentran Universidades con oferta de profesionales

que pueden desempeñarse en CHILDREN GYM, por esto no representa limitante para la ejecución del proyecto.

3.1.3 Capacidad del Proyecto

3.1.3.1 Capacidad Diseñada. Para diseñar la capacidad total para la cual está diseñado el gimnasio, se deben tener en cuenta los diferentes servicios que ofrecen el establecimiento y sus horarios, la capacidad diseñada que se encarga de mostrar toda la capacidad que el gimnasio tiene para atender a los usuarios de acuerdo a la cantidad de servicios que se presten.

Los horarios iniciaran a las 7:00 a.m. debido a que los niños y los jóvenes asistirían al gimnasio en la jornada contraria a sus actividades escolares ya sea en la mañana, tarde o noche.

Cuadro 38. Capacidad Diseñada

HORARIOS	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3	GRUPO 4	TOTAL
7 a.m. – 8:30 a.m.	20	30	25	25	100
8:30 a.m.–10 a.m.	20	25	35	20	100
10 a.m.–11:30 a.m.	30	25	15	30	100
11:30 a.m.– 2 p.m.	15	35	25	25	100
2 p.m. – 3:30 p.m.	25	30	25	20	100
3:30 p.m. – 5 p.m.	25	15	30	30	100
5 p.m. – 6:30 p.m.	25	20	30	25	100
6:30 p.m. – 8 p.m.	30	25	20	25	100
8 p.m. – 9:30 p.m.	25	20	30	25	100
Total	215	225	235	225	900

De acuerdo a la tabla, la capacidad total diseñada teniendo en cuenta los diferentes servicios es de 900 usuarios en el día, distribuidos en 9 jornadas de 90 minutos cada una.

3.1.3.2 Capacidad Instalada. De acuerdo al proyecto, se desearía iniciar con una población de usuarios de 800 y teniendo en cuenta la posibilidad, de acuerdo a resultados, pensar en el aumento gradual de acuerdo al crecimiento de la demanda. Para sacar la capacidad instalada es importante tener en cuenta las jornadas de trabajo.

Jornada laboral: El gimnasio contara con una jornada laboral dividida en 8 secciones de 90 minutos cada una, tiempo en el cual se realizaran las diferentes rutinas de ejercicios, estas jornadas se iniciaran a la 7 a.m. hasta la 11:30 a.m. y se reiniciarán en la tarde a partir de las 2 p.m. hasta las 9:30 p.m. de lunes a viernes y los sábados tendrá una intensidad de 5 secciones también de 90 minutos que irían en un horario desde las 7 a.m. a 5 p.m. para lo cual se dispondrán de 4 instructores que laboraran 8 horas diarias.

Cuadro 39. Capacidad Instalada

HORARIOS	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3	GRUPO 4	TOTAL
7 a.m. – 8:30 a.m.	20	30	25	25	100
8:30 a.m. – 10 a.m.	20	25	35	20	100
10 a.m.–11:30 a.m.	30	25	15	30	100
2 p.m. – 3:30 p.m.	25	30	25	20	100
3:30 p.m. – 5 p.m.	25	15	30	30	100
5 p.m. – 6:30 p.m.	25	20	30	25	100

HORARIOS	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3	GRUPO 4	TOTAL
6:30 p.m. – 8 p.m.	30	25	20	25	100
8 p.m. – 9:30 p.m.	25	20	30	25	100
Total	200	190	210	200	800

3.1.3.3 Capacidad Utilizada y Proyectada. CHILDREN GYM calcula que la cantidad de usuarios al iniciar el proyecto será de 61%, porcentaje aproximado y calculado de acuerdo a la cantidad de personas encontradas en los diferentes horarios en otros gimnasios, es decir un total de 610 usuarios esto para el primer año, se calcula que para el segundo aumentara a un 75%, en el tercer año un 85% y para el cuarto año 95% de la capacidad instalada.

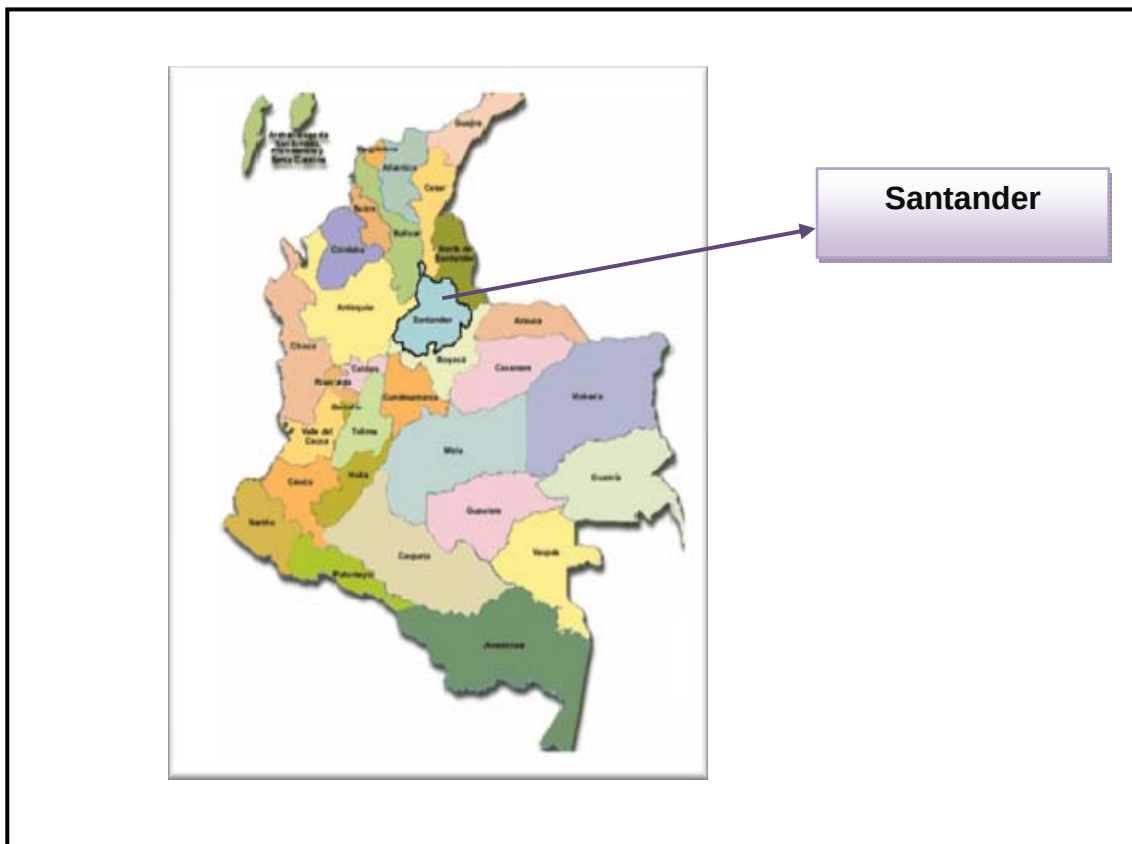
Cuadro 40. Capacidad utilizada y proyectada

HORARIOS	GRUPO 1	GRUPO 2	GRUPO 3	GRUPO 4	TOTAL
7 a.m. – 8:30 a.m.	18	17	15	20	70
8:30 a.m.–10 a.m.	20	25	35	20	100
10 a.m.–11:30 a.m.	10	15	12	18	55
2 p.m. – 3:30 p.m.	17	18	15	10	60
3:30 p.m. – 5 p.m.	25	15	30	30	100
5 p.m. – 6:30 p.m.	25	20	30	25	100
6:30 p.m. – 8 p.m.	16	15	19	20	70
8 p.m. – 9:30 p.m.	16	10	14	15	55
Total	147	135	170	158	610

3.2 LOCALIZACIÓN

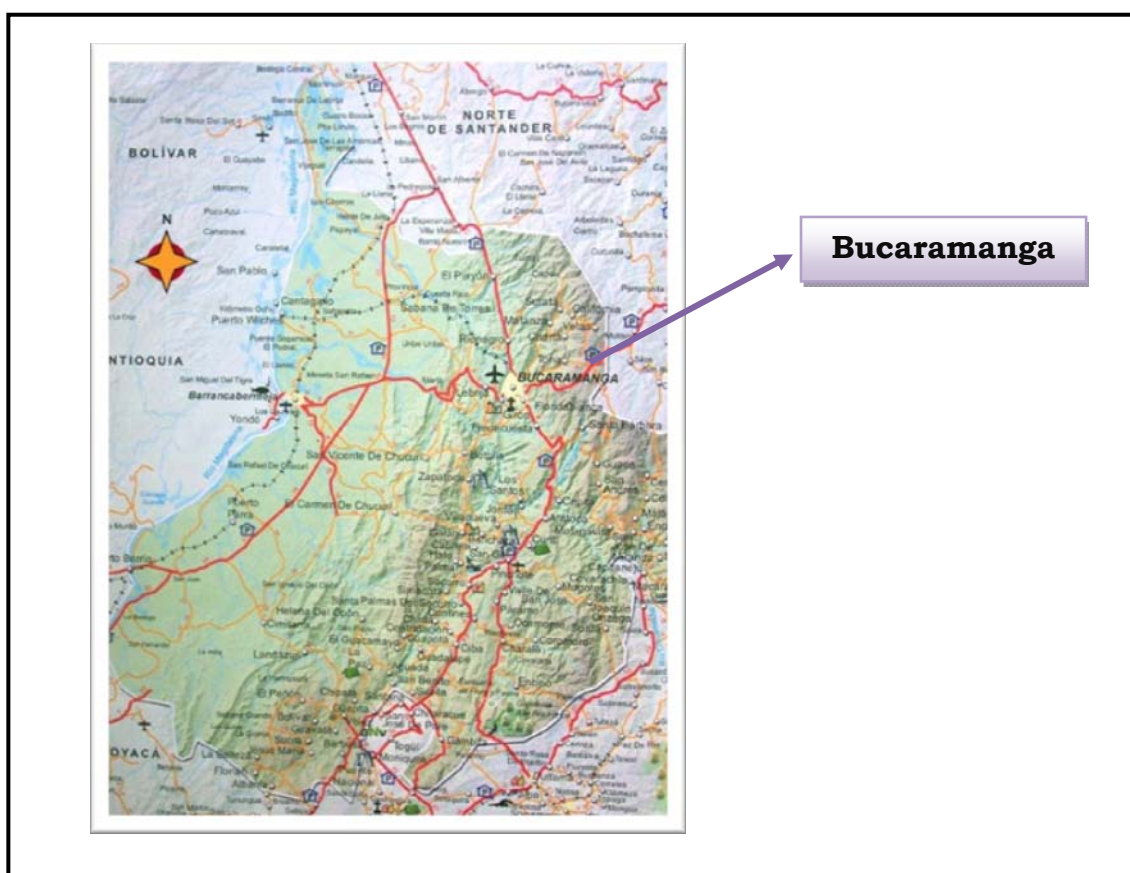
3.2.1 Macro localización. El gimnasio CHIDREN GYM, estará ubicado en la región Andina Colombina, más específicamente en la ciudad Bucaramanga, en la provincia de Soto del departamento de Santander; situado en el sector Real de Minas de la ciudad para brindar más comodidad a los usuarios ya que esta zona es de gran influencia tanto en vivienda como en la parte educativa y laboral; la idea es brindar el servicio a las personas que residan no solo en Bucaramanga si no también el área metro metropolitana como es Florida Blanca, Piedecuesta, Girón, Lebrija y Rionegro.

Figura 29. Macrolocalización



3.2.2 Microlocalización. Se utilizara el método cuantitativo por puntos teniendo en cuenta los factores relevantes para seleccionar la mejor ubicación posible; igualmente se tendrá en cuenta predilección de los padres de familia en el estudio de mercados en la pregunta 10 de los sitios la Aurora, San Alonso y Real de Minas, lo cual se realizaron visitas a los posibles barrios en estudio a si mismo se visito inmobiliarias para establecer el precio de arrendamiento.

Figura 30. Microlocalización



Factores a Tener en Cuenta

1. Costos de arrendamiento
2. Tarifas de servicios públicos

3. Espacios disponibles
4. Acceso a parqueaderos

División de Factores en Grados

1. Costos de arrendamiento

Grado 1 muy costoso

Grado 2 costoso

Grado 3 poco costoso

2. Tarifas de servicios públicos

Grado 1 muy costoso

Grado 2 costoso

Grado 3 poco costoso

3. Espacios disponibles

Grado 1 espacio limitado para remodelar

Grado 2 espacio moderado para remodelar

Grado 3 espacio amplio para remodelar

4. Acceso a parqueaderos

Grado no hay zonas de parqueo

Grado 2 parqueo cercano

Grado 3 parqueo propio

Ponderación De Los Factores. A cada factor se le asigna un valor en porcentaje considerando la relevancia que este tiene en la localización de la empresa, al final la suma total de los factores sumara 100% y la calificación asignada en una escala de 0 a 100.

Puntuación de los Grados. Una vez definido el puntaje máximo para los factores se procede a la asignación de los puntos para cada grado dentro de cada factor, el puntaje mínimo corresponde al grado de menor importancia de cada factor, mientras que el puntaje máximo se le da al grado de mayor importancia (véase tabla ponderación y de puntuación de factores)

Cuadro 41. Ponderación de los Factores

FACTORES	GRADOS POR FACTORES	PUNTAJE	PONDERACIÓN
Costos De Arrendamiento	Grado 1 muy costoso	100	35%
	Grado 2 costoso	300	
	Grado 3 poco costoso	500	
Tarifas De Servicios Públicos	Grado 1 muy costoso	100	25%
	Grado 2 costoso	300	
	Grado 3 poco costoso	500	
Espacios Disponibles para remodelar	Grado 1 espacio limitado	100	20%
	Grado 2 espacio moderado	300	
	Grado 3 espacio amplio	500	
Acceso a Parqueaderos	Grado 1 no hay zonas de parqueo	100	20%
	Grado 2 parqueo cercano	300	
	Grado 3 parqueo propio	500	

Posible Localización. Teniendo en cuenta los datos tomados en la investigación de mercados en la pregunta 10 de la encuesta; en qué sector le gustaría que se presentara el servicio, los encuestados respondieron Real de Minas 52%, La Aurora 20%, San Alonso 12%, Cabecera 10%, otros 5% por lo tanto se toma los tres principales sectores que son Real de Minas, La Aurora y San Alonso para hacer el análisis cuantitativo por puntos.

Sitio A: Real de Minas

Sitio B: La Aurora

Sitio C: San Alonso

Cuadro 42. Determinación de la Ubicación

FACTORES	PESO ASIGNADO	ALTERNATIVAS DE LOCALIZACIÓN					
		REAL DE MINAS		LA AURORA		SAN ALONSO	
		Calif.	Pond.	Calif.	Pond.	Calif.	Pond.
1	35%	300	105	100	35	300	105
2	25%	300	75	300	75	100	25
3	20%	100	20	500	100	300	60
4	20%	500	100	100	20	100	20
TOTAL	100%	1200	300	1000	230	800	210

Determinación de la Ubicación. Una vez identificados los factores y asignación de los puntajes se procede a evaluar las tres alternativas de ubicación (véase cuadro determinación de la ubicación).

Dado que el mayor puntaje obtenido por este método fue el sitio A se concluye que el mejor lugar para ubicar el gimnasio para niños y jóvenes es el sector de Real de Minas.

Las razones por las cuales se selecciona el sitio A es porque es un punto estratégico para la prestación del servicio, de fácil y rápido acceso para los usuarios, el lugar se presta para la realización de las adecuaciones locativas, de igual forma es un sector residencial y comercial que cumple con la normatividad Legal de los institutos de prestación de servicios de recreación, salud y del plan de ordenamiento territorial, en áreas urbanas desarrolladas y edificaciones con características, servicios y especificaciones apropiadas no requiere de plan de implantación de acuerdo al decreto 051 de 2005.²¹

Cuadro 43. Matriz De Impacto: Aéreas De Actividad Vs. Usos Generales

Área de actividad	Uso General	Residencial		Dotacional					Industrial		
	Uso Especifico	Tradicional	Interés social	Local	Zona I	Metro			Bajo imp amb y urb	Bajo imp amb, alto imp urb	Alto imp amb y urb
						G1	G2	G3			
Residencial	TIPO 1										
	TIPO 2										
	TIPO 3										
	TIPO 4										
Comercial	TIPO 1										
	TIPO 2										
Industrial	TRANSFORMADOR										
Múltiple	TIPO 1										
	TIPO 2										
Dotacional	TIPO 1										
	TIPO 2										
	TIPO 3										

Uso Principal



Uso Complementario



²¹ Plan de Ordenamiento Territorial Bucaramanga

3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha Técnica Del Servicio

CHILDREN GYM	
Producto principal	El gimnasio para niños y jóvenes brindara el mejor servicio de actividades físicas, utilizando métodos de ejercicios mediante gimnasia aeróbica, Pilates, balones, bandas elásticas y danzas proporcionada por profesionales altamente calificados.
Diseño	Sobre las instalaciones existentes se adecuara la zona de prestación del servicio de gimnasio, y el área administrativa.
Especificaciones técnicas	▪ Servicio dirigido personal ▪ Profesionales altamente capacitados. ▪ Control sanitario y normas de bioseguridad ▪ Ética y responsabilidad
Vida útil	Teniendo en cuenta la dinámica de la vida útil del servicio y partiendo de la penetración del mercado hasta lograr un posicionamiento en tres años se establecerá una constante innovación en el servicio la cual mantendrá después de cierto tiempo una rotación aceptable por lo menos durante cinco años siguientes, permitiendo realizar una sostenibilidad para perdurar en el tiempo.

3.3.2 Descripción Técnica del Servicio. El gimnasio se especializara en el mejoramiento de la actividad física de niños y jóvenes, para esto se requiere de un seguimiento mediante un proceso de rutinas de ejercicios físicos al igual que un previo diagnóstico médico.

Para la descripción del proceso, es importante resaltar las actividades a realizar antes y durante la jornada; las actividades a seguir por los usuarios son: valoración médica, valoración fisioterapéutica, actividad de Gimnasia aeróbica, Pilates para niños y danza, método con balones, banda elástica, y recomendación por parte del nutricionista.

- Valoración Médica: el médico valora el estado de salud del niño, emite un diagnóstico y da recomendaciones si es el caso.
- Valoración Fisioterapéutica: el profesional realiza la valoración de la capacidad aeróbica definida como la capacidad del organismo para funcionar eficientemente y llevar a cabo actividades sostenidas con poco esfuerzo, poca fatiga, y con una recuperación rápida.
- Calentamiento: el calentamiento tiene por objetivo preparar el organismo y la estimulación de todas las articulaciones y principales músculos. En el caso de los niños, el calentamiento debe estar "disfrazado" de alguna actividad que ellos disfruten, como un juego organizado, un número musical, o una coreografía sencilla y preestablecida para todas las actividades, debe tener una duración de 30 minutos.
- Método Aeróbico o parte principal de la clase: en esta etapa se realizarán fundamentos técnicos de gimnasia aeróbica, danza, y ejercicios de expresión corporal; así como actividades manuales, la fuerza y la flexibilidad son

capacidades físicas muy importantes dentro de esta actividad y deben ser estimuladas siempre tratando de presentarlas con dinámicas que sean del interés de los niños, (juegos, competencias, o aventuras) tiene una duración de 45 minutos.

- Método Pilates: las técnicas de ejercicios para la mente y el cuerpo conocidas como "Pilates" se practican en el suelo utilizando el propio peso del cuerpo para proporcionar resistencia que ayuda al desarrollo natural del cuerpo. Para el desarrollo de los ejercicios se deben tener en cuenta tres principios; la respiración, la concentración, y un marco de referencia.

Los estiramientos, resistencia, flexibilidad, coordinación y equilibrio ayudaran a un crecimiento sano e integral, estimulando el cuerpo y la mente de los niños igualmente aprenderán a mantener una postura correcta en las diversas situaciones cotidianas de la vida (sentarse, andar, agacharse, etc.) fortaleciendo y estimulando un adecuado crecimiento de los músculos de abdomen y espalda, lo que les prevendrá de lesiones futuras, este método tiene una duración de 45 minutos.

- Metodología de entrenamiento con balones
 - Calentamiento: con el balón sentado se hacen giros, equilibrio tumbado ventral 3", Equilibrio sentado 3", Equilibrio de rodillas sobre el balón 3".
 - Ejercicios estáticos: duración del ejercicio entre 20" a 1h, y repeticiones de 1 a 5.
 - Ejercicios dinámicos: series de 1 a 5 y repeticiones de 5 a 20.
- Ejercicios respiratorios con banda elástica: la banda se utiliza como faja y los brazos estarán bien pegados; respiración lateral y hacia atrás, el mismo ejercicio pero por parejas, el acompañante sujeta la banda lateral y se respira lateral y

atrás, sentado en una silla con la banda, agrupado sentado sobre los talones respiración lateral y atrás, tumbado boca arriba una mano en abdomen y otra en el pecho, sube la mano del pecho a la del abdomen, tumbado boca abajo respirar lateral y atrás, tumbado lateral respiración lateral y atrás.

- Ejercicios de estabilización

Cadera:

- En los deslizamientos de pierna al extenderla se toma aire y al doblar las piernas se bota el aire.
- En la apertura de las piernas hacia los lados se toma aire y al cierre o juntar las piernas se bota.
- En los deslizamientos más apertura, al abrir y extender las piernas se toma aire y al cerrar y doblar las piernas se bota el aire

Caja torácica:

- Subir los brazos a 90° manteniendo escápulas pegadas a las costillas, con las costillas flotantes bajas, se toma aire al bajar y se bota al subir, el mismo ejercicio anterior pero se realizan círculos, se toma aire al bajar y se bota al subir.

Cadera y caja torácica:

- Estirando brazo y pierna contraria.
- Abertura de brazos y piernas en el mismo plano.
- Abro brazos y circulo de pierna (abro, bajo y subo).
- Abro brazos y piernas y recupero haciendo un círculo.

Cintura escapular:

- Elevando y bajando escápulas (tomando y botando el aire).
- Subir y bajar hombros de pie y sentado.
- El mismo bajar y subir hombros tumbado.
- Rotación externa y estirar del codo sin mover el hombro.

Enrosques cervicales:

Flight (vuelos), el reloj de la pelvis, tumbado rotación de hombros duración 45 minutos.

Danza:

Es un programa de entrenamiento físico en forma divertida con ejercicios que van acompañados de Coreografía y ritmos musicales involucrando movimientos básicos como la marcación y coordinación donde se ejercitara y estimulan todos los músculos duración 45 minutos.

Fase final:

Este es el cierre de las clases, se realizaran actividades pasivas, como juegos organizados, canciones, actividades manuales, (papiroflexia, recortar, pegar, etc.), de igual forma se realizaran los mismos o diferentes estiramientos para toda la musculatura con el fin de evitar lesiones u contracturas, esta fase tiene una duración de 15 minutos.

- Recomendaciones Nutricionista hace las recomendaciones de los cambios nutricionales si los hubiere, de acuerdo al estado físico y el dinástico de medico.

3.3.3 Diagrama de Operación, Proceso y Procedimiento del Servicio

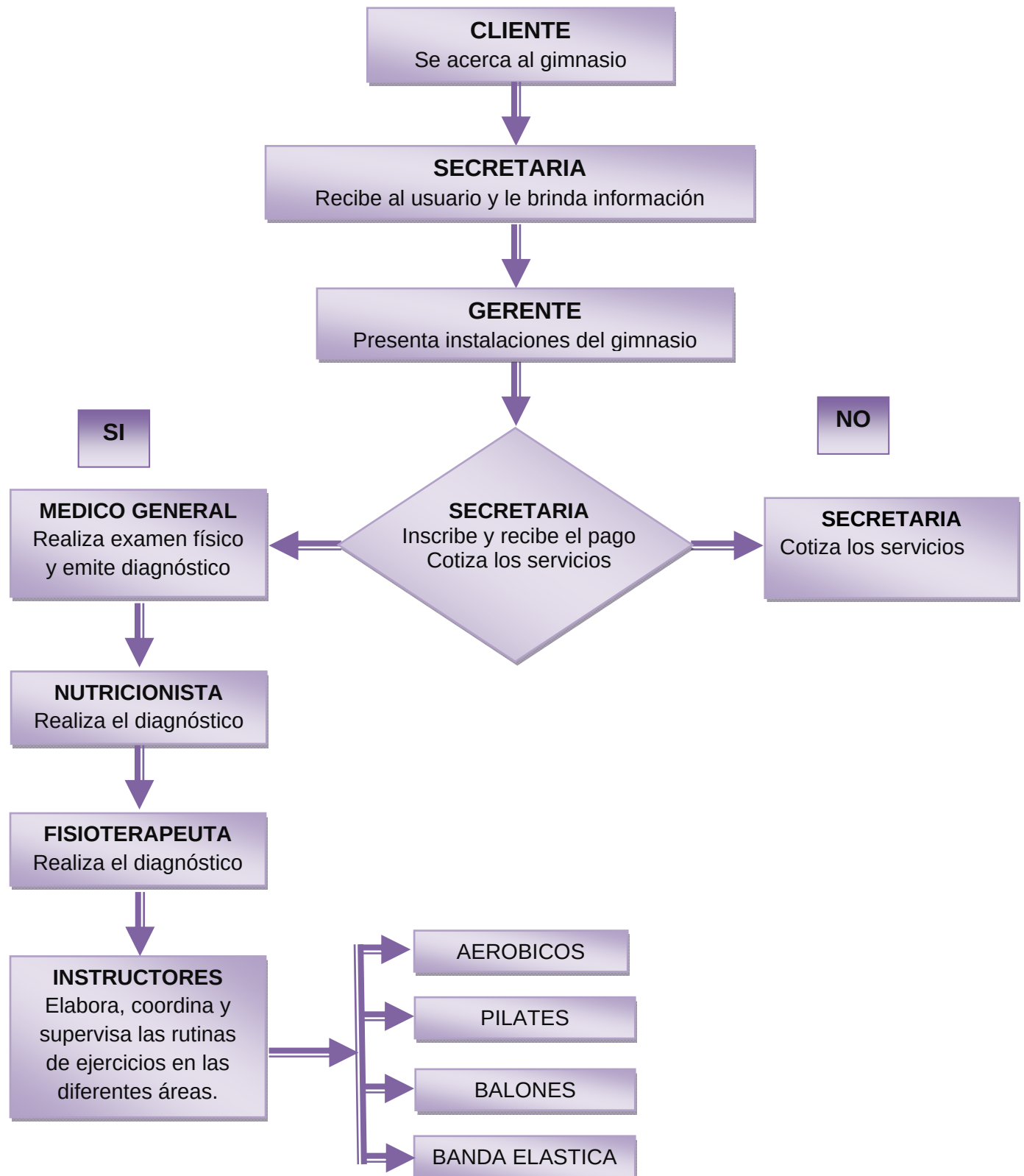
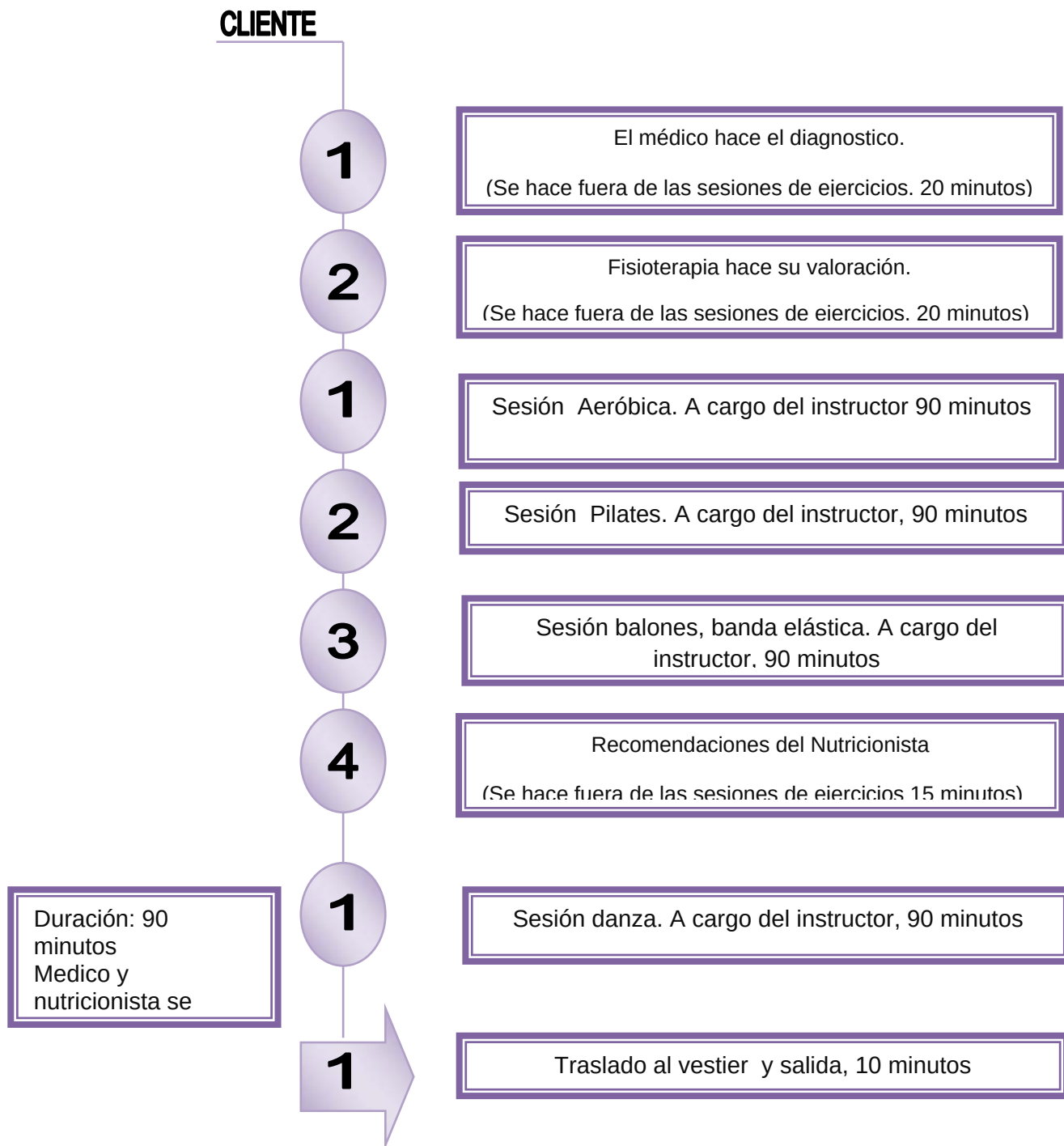


Diagrama de Operaciones del Servicio



3.3.4 Control de Calidad. El control de la calidad comprende todas las acciones encaminadas a implementar el control de la empresa, con el propósito de ofrecer servicios de alta calidad a cada uno de sus usuarios.

Con el mejoramiento del nivel de vida de los empleados, de los usuarios y la comunidad en general se fortalece la cultura de calidad. Este control se puede ejercer a través de:

- Pruebas subjetivas: observando o entrando en contacto directo con el usuario. Se debe tener procesos que supervisen y actualicen en forma constante, la información sobre las necesidades, demanda y niveles de satisfacción y despliegue de calidad.
- Igualmente se apoya en la Norma ISO 9001:2000 en el numeral 2, 3,7 “Comunicación con el cliente” que establece: La organización debe determinar e implementar disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes, relativas a:
 - La información sobre el producto (servicio)
 - Las consultas, contratos o atención de pedidos, incluyendo las modificaciones.
 - La retroalimentación del cliente, incluyendo sus quejas.
- Si existe una comunicación real y verdadera entre las partes, es altamente probable que el servicio tenga el éxito esperado para alcanzar el objetivo de eficacia y eficiencia.
- Para la prestación del servicio de gimnasio el control de calidad, será suministrado por el grado de satisfacción del usuario, el comportamiento del

consumidor y el proceso de las fuentes de información dominadas por el productor, es decir, la publicidad contribuirá a mantener la calidad del servicio.

- Las fuentes de información personales, dominadas por los consumidores, son las comunicadas por los amigos, los vecinos, los líderes de opinión, etc., lo que se llama la transmisión oral. Este tipo de información esta a menudo muy adaptada a las necesidades del futuro comprador. Su fiabilidad dependerá evidentemente del emisor de la información.

Todo lo anterior se llevara a cabo utilizando unos cuadros de evaluación que el usuario llenara periódicamente, y que el gimnasio evaluara trimestralmente, con el fin de conocer sus debilidades o fortalezas para posteriormente analizarlas y concretar un plan de acción para contrarrestarlas.

Así mismo se implantará las normas BPM, HACCP que contribuirán en la calidad del servicio teniendo en cuenta los procesos y procedimientos que controlan las condiciones operacionales dentro de un establecimiento.

Para el caso de la prestación de servicio de gimnasio se tendrán en cuenta:

- Manejo de las instalaciones.
- Recepción y almacenamiento.
- Mantenimiento de equipos.
- Entrenamiento e higiene personal.
- Limpieza y desinfección.
- Control de plagas.
- Rechazo de productos.

Beneficios de Implementar BMP:

- Sistema internacionalmente reconocido.
- Mejor imagen empresarial.
- Motivación del personal.

Beneficios HACCP:

Se tendrá para la identificación de los peligros y su control en cuanto a:

Enfoque tradicional

- Limpieza y desinfección
- Utensilios, jabones
- Procedimientos bajo el criterio precio.

Prevención

- Evitar los problemas sin esperar a que se presenten.
- Principios básicos de limpieza y Desinfección.
- Brindar un ambiente limpio e Higiénico que garantice de la prestación del servicio de gimnasio a los niños y jóvenes. Ajustado a las necesidades específicas para el desarrollo de las actividades de acondicionamiento físico y optimizando la relación costo/beneficio Con amplia participación del personal.

3.3.5 Recursos

3.3.5.1 Recursos Humanos: la empresa prestadora del servicio de gimnasio en el departamento de recursos humanos deben evaluar el número de personas

requeridas en cada actividad, por día y por periodo de acuerdo a horarios y tiempos requeridos para el desarrollo de cada actividad.

La mano de obra directa estará conformada por los empleados del gimnasio, los cuales estarán contratados directamente con la empresa a término indefinido con sus respectivas prestaciones sociales y aportes sociales.

Cuadro 44. Mano de Obra Directa

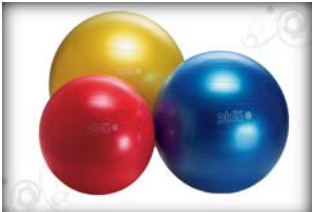
Mano De Obra Directa	
Gerente	1
Secretaria	1
Servicios Generales	1
Instructores	1
Fisioterapeuta	1

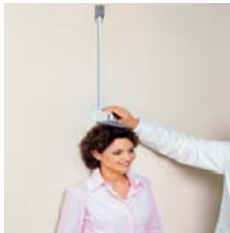
Cuadro 45 Mano de Obra Indirecta

Mano de Obra Indirecta	
Médico	1
Nutricionista	1
Instructores	3
Asesor jurídico	1
Contador	1
Vigilante	1

3.3.5.2 Recursos Físicos. Las herramientas necesarias para cumplir con la prestación del servicio, están sujetas al desarrollo de actividad y técnica e implemento a utilizar.

Cuadro 46. Herramientas de Actividad Física

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Equipo de sonido Se requiere de sonido para el desarrollo de las actividades.		1
Balones de Bobath Pequeñas 45cm Grandes 55cm		40
Thera – band x 6 Bandas planas		6
Colchonetas Matt		40

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Bacula		3
Camilla metálica		2
Cinta métrica mecánica Ref. 206		3
Escalerilla de dos pasos con antideslizante en pintura electrostática		2

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Rollo en espuma forrado en impermeable		10
Balancín de rodillo en madera		15
Barra para equilibrio en madera		10
Escalera doble para equilibrio en madera		10

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Lazo algodón trenzado a color		30
Balancín de disco de 49 cm x 5,5 cm en madera		10
Payaso de ensartar en madera		20
Reloj de ensartar desarmable en madera		15
Cubos de letras o números en espuma kit x 4 unidades		10

Cuadro 47. Muebles y Enseres

NOMBRE	DESCRIPCIÓN	CANTIDAD
Computador marca HP Dual core	Computadores con licencia de software para Windows, paquete contable y de control de citas.	3
Impresora	Multiusos SAMSUNG	1
Teléfono fax	Intelsa de teclado	2
Escritorios	De madera tipo de secretaría	4
Modulo recepción	Modulo curvo	1
Sillas	Giratorias ergonómica	5
Archivador	De madera 4 gavetas	3
locker	Metálicos 12 puestos	8
Juego Muebles	Sala de espera	1
Extintor	123.700 gramos c/manguera	2

3.3.5.3 Recursos de Insumos. Están conformados por los insumos del área administrativa y el área operativa, se describen a continuación las cantidades necesarias mensualmente.

Cuadro 48. Insumos Área administrativa

INSUMO	CANTIDAD MENSUAL
Papel bond	2 Resmas
Tóner impresora	2
Lapiceros X cajas	2
Carpetas X paquete	1 X 100 unidades
Perforadoras	3
Grapadoras	3

Cuadro 49. Insumos Área Operativa

INSUMO	CANTIDAD MENSUAL
Jabón liquido baño	1 GALON
Papel higiénico	50 unidades
Toallas de papel	30 paquetes
Jabón para aseo	1 galón
Hipoclorito	1 galón
Cera liquida	1 galón
Traperos	1
Escobas	1
Ambientador	½ galón

3.3.6 Estudio de Proveedores. Los proveedores a utilizar son los almacenes existentes en la ciudad.

Cuadro 50. Proveedores

IMPLEMENTO	PROVEEDOR
Papelería	Dispapeles S.A.
implemento de aseo	Distriaseo

3.3.7 Distribución de la Planta. Las instalaciones del servicio de gimnasio se diseñaran de tal manera que los errores se minimicen y automaticen diversas etapas de la provisión del servicio para que los costos se reduzcan y se logre la estandarización.

Inicialmente se elaboran planos (ver anexo 3), estará distribuida de tal forma que permita economizar espacios y tiempos, para facilitar la prestación del servicio de gimnasio.

Se requerirá de un área de 250 m² que se distribuirán en los salones para la prestación del servicio de gimnasio de la siguiente manera:

Cuadro 51. Distribución de la Planta

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD
Salón Pilates	m ²	30
Salón gimnasia aeróbica	m ²	30
Salón danza	m ²	30
Salón de métodos con balón y banda elástica	m ²	30
Nutricionista	m ²	3,32

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	CANTIDAD
Fisioterapia	m ²	3,32
Medico	m ²	3,32
Instructores	m ²	3,32
Gerente	m ²	3,32
Contador y asesor jurídico	m ²	3,32
Cafetería	m ²	10,7
Aéreas de descanso	m ²	3,6
Baños masculinos	m ²	20
Baños femeninos	m ²	20
Parqueadero	m ²	14,3
área total	m ²	250
área productiva	m ²	208,52
área improductivo	m ²	41,48

3.3.8 Logística de Distribución. CHILDREN GYM contara con la logística externa que requiere la prestación del servicio de gimnasio, además estará enfocado hacia el mejoramiento continuo, de la siguiente forma:

Acceso del cliente al servicio: la organizaron de la empresa permitirá alcanzar estos objetivos gracias a la acertada plantación de actividades encaminadas a mantener al usuario con las oportunidades que se necesitan para el que llegue a enterarse de la misión características de la empresa brindándole todos los elementos necesarios para que tome o solicite la información que el requiere, y cuando lo desee. Lo anterior se logra mediante un servicio y atención al cliente de

manera personalizada y mediante la utilización de algunos medios de comunicación como lo son la radio y material escrito como volantes, plegables, etc.

Expansión del servicio: la plantación que se pretende llevar a cabo en la empresa está encaminada hacia el ofrecimiento de servicios de actividad física con métodos diversos en futuro buscando innovar manteniendo la calidad del mismo y hacia la conquista de nuevos usuarios y espacios.

Previsión: se mantendrá un control por parte de la administración para que los recursos e insumos no falten cuando se aumente la capacidad en la prestación del servicio

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO

Teniendo en cuenta el estudio de la demanda y de acuerdo a los recursos disponibles para la realización del proyecto, se determino una capacidad diseñada 25 cupos con una duración de 90 minutos cada uno teniendo un promedio de 9 horas diarias de lunes a sábado para un total de 225 cupos mensuales 5.400 cupos anuales para atender un porcentaje de la demanda de 7.962.064 usuarios.

De acuerdo a la información del estudio de la oferta se observo la frecuencia de usuarios y horarios en otros gimnasios, CHILDREN GYM calcula que la cantidad de usuarios al iniciar el proyecto será de 61%, porcentaje aproximado es decir un total de 610 usuarios esto para el primer año, se calcula que para el segundo aumentara a un 75%, en el tercer año un 85% y para el cuarto año 95% de la capacidad instalada.

Desde el punto de vista técnico, bajo aspectos de localización, tamaño, ingeniería del proyecto, insumos, materia prima y apoyo de la legislación vigente se puede

afirmar que el proyecto es viable debido a que su ubicación es clara, teniendo una infraestructura que se presta para las adecuaciones y montaje del gimnasio para niños y jóvenes.

La adquisición de los equipos y materiales requeridos para la prestación del servicio se pueden obtener fácilmente a través de proveedores seleccionados, de igual forma su instalación y capacitación de funcionamiento.

Igualmente se cuenta con recursos humanos capacitados y necesarios para la iniciación de operaciones del servicio de gimnasio, manejando estándares de calidad que garanticen la efectividad de acondicionamiento físico aplicado.

Se espera que con lo planteado la empresa prestadora de servicios de gimnasio pueda avanzar, orientada a la atención del mercado y la satisfacción del usuario, establezca compromisos y participación de los empleados ya que son ellos los que día a día prestan el servicio desarrollando el objetivo de la empresa

Al poseer instalaciones debidamente adaptadas para que los usuarios puedan desenvolverse y acceder con mayor seguridad y facilidad posible al gimnasio garantizara un cuidado permanente del usuario de este servicio.

4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

La empresa prestadora de servicio de gimnasio, será una sociedad de responsabilidad limitada, cada socio responde por el valor de su aporte, los cuales harán su inversión inicial en dinero en partes iguales canceladas en el momento de constituirse la empresa.

La representación y administración de los negocios sociales corresponden a todos y cada uno de los socios, la junta de socios podrá delegar la representación y la administración de la sociedad en un administrador, estableciendo de manera clara y precisa sus atribuciones; esta sociedad contará con dos socios inicialmente.

Disolución: aparte de las causales generales, artículo 218 del Código de Comercio, este tipo de sociedad provee dos especiales:

- Pérdidas que reduzcan el capital por debajo del 50 %.
- Incremento del número de socios a más de 25.

4.2 CONSTITUCIÓN LEGAL

- *Asignación de un nombre:* se le asigna nombre a la empresa prestadora de servicio de gimnasio y se procede a solicitar a la Cámara de Comercio una constancia de que el nombre asignado no está inscrito ni existe una empresa igual, diligenciando el formulario sobre informe de sociedad y establecimiento comercial.

➤ *Escritura Pública:* La sociedad comercial se establecerá por un contrato que debe elevarse a escritura pública en una notaría y a partir de ese momento, la organización se convierte en persona jurídica con lo cual puede establecer relaciones con terceras personas, la escritura pública debe reunir como mínimo los siguientes requisitos:

- a. Nombre e identificación de quienes constituyen la sociedad; con el nombre de las personas naturales deberá indicarse su nacionalidad y documentos de identificación; con el nombre de las personas jurídicas, la ley, decreto o escritura de que derivan su existencia.
- b. La identificación de la sociedad dando a conocer nombre, razón social o denominación de esa persona jurídica y el tipo de sociedad.
- c. El domicilio principal que le corresponde a la sede de la sociedad, es decir donde se va a reunir y a decidir todo lo relacionado con su desarrollo normal y el de las sucursales.
- d. El objeto preciso de la sociedad, así como las actividades principales que se proponen desarrollar.
- e. La suma de los aportes que cada uno de los asociados se compromete a entregar, especificándole a cada quien su valor y la forma de pago.
- f. La forma como debe convocar la junta de socios o la asamblea general de accionistas y el número mínimo de asociados que cumplen con el quórum para deliberar; además la mayoría requerida para adoptar decisiones.

g. Las fechas de los cortes generales de cuentas (inventarios, balances generales, estado de pérdidas y ganancias), los cuales son necesarios para poder determinar la distribución de utilidades.

➤ *Matrícula en el registro mercantil:* la matrícula mercantil es el registro público de los comerciantes y de los establecimientos de comercio en el registro mercantil de la Cámara de Comercio del domicilio del comerciante o del lugar donde se encuentre abierto el establecimiento por razón de lo dispuesto en el artículo 1, de la ley 222 de 1995 que reformó el Código de Comercio, también se encuentran obligadas en el registro mercantil todas las sociedades civiles, esto pretende dar a conocer a terceros ciertas condiciones personales del inscrito en el registro y las circunstancias en que se desarrollan sus negocios.

➤ *DIAN, Solicitud de RUT, NIT:* Para la formalización tributaria de su empresa se hace de la siguiente forma:

1. Cumplir con los requisitos de la formalización comercial.
2. Diligenciar el formato RUT
3. Para sociedades de responsabilidad limitada, fotocopia de la escritura pública de constitución o certificación de existencia y representación legal expedido por la Cámara de Comercio, no debe ser mayor de 3 meses y fotocopia de las cédulas de ciudadanía de los socios.
4. Si es primera vez que el empresario se registra ante la DIAN debe solicitar diligenciar y presentar formulario de autorización de numeración para facturación.

➤ *Trámites de Tesorería Municipal:* Para llenar los requisitos se anexa certificado de constitución del Administrador expedido por la Cámara de comercio, NIT otorgado por la DIAN dirigido ante la tesorería municipal como contribuyente al impuesto de Industria y Comercio.

➤ *Bienestar Familiar y Social:* la vinculación de cualquier persona natural o jurídica al sistema de bienestar familiar y social del estado.

➤ *Patente de Funcionamiento:* esta patente es expedida por la Alcaldía (o la autoridad que la reemplace) en la zona de domicilio de la empresa, igualmente licencia de bomberos, patente de sanidad ante la secretaria de salud municipal, concepto de la oficina de planeación y la inscripción de industria y comercio.

➤ *Legalización del reglamento interno de trabajo:* se realizará ante el Ministerio de Protección Social:

1. El reglamento interno de trabajo debe presentarse en 3 ejemplares firmado por el representante legal.
2. Certificado de existencia y representación legal de la empresa expedido por autoridad competente.
3. Copia autenticada por este ministerio de la convención, pacto o laudo existente de las empresas.
4. Oficio de remisión dirigido a la dependencia competente del ministerio protección social, Regional, solicitando aprobación del reglamento interno de trabajo.

4.3 CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA

4.3.1 Visión. CHILDREN GYM, será la organización que ofrecerá el mayor impacto social en el año 2012 trabajará con pilares fundamentales como honestidad, excelencia en la prestación del servicio, buscando impulsar y fortalecer la actividad física de la población infantil, el servicio de gimnasio en el Municipio de Bucaramanga, contara con un grupo de personas con el suficiente talento humano para ofrecer garantías en el servicio que se va a prestar, por consiguiente permita contribuir al desarrollo económico y social de nuestra región.

4.3.2 Misión. CHILDREN GYM brindara un servicio de gimnasio para niños y jóvenes en la ciudad de Bucaramanga, ofreciendo personal especializado y calificado en el mejoramiento de la salud física, mental y deportiva, esto contribuirá a que dentro del entorno social se puedan cubrir las necesidades de cada uno de los usuarios, así mismo lograr un posicionamiento económico y social a nivel regional.

4.3.3 Objetivos

- Ofrecer un portafolio de servicios que contenga una solución de actividad física cuando el usuario requiera o solicite el servicio.
- Lograr una participación que permita un gran posicionamiento en el mercado.
- Implementar estrategias de calidad del servicio al usuario que conlleve hacia el mejoramiento continuo de la empresa prestadora de servicios de actividad física para niños y jóvenes.

4.3.4 . Principios y valores corporativos.

Principios

- *Honestidad*: principio importante para desarrollar cualquier actividad por sencilla que parezca, debe destacarse la honestidad, más cuando se trata de prestar un servicio donde representamos no solo como persona sino a un usuario que busca satisfacer sus necesidades mínimas de actividad física etc.
- *Lealtad*: todo empleado de la organización debe tener un gran sentido de pertenencia que le permita obrar de manera digna tanto con los compañeros como con los usuarios; requisito importante en el sentido de reconocer como fuente de trabajo con la organización y sentido de pertenencia propio, identificándose con la empresa.
- *Ética*: valor institucional traducido en la ideología de la organización y que se constituye en el principio de desarrollo y desempeño que son un conjunto de normas (principios guía) que la empresa elabora con el fin de clarificar las relaciones, orientar el trabajo profesional, integrar a las personas en un proyecto de cooperación y regular la conducta de quienes trabajan en ella.
- *Equidad*: esta nace del deseo de compartir, servir, con la convicción que solo quien siembra cosecha; Este principio es importante para la organización, al buscar la igualdad entre los seres humanos en el desarrollo de nuestra actividad de servicio.
- *Compromiso Social*: ser solidarios con la sociedad en la que vivimos. Apoyamos la democracia, el desarrollo social y la conservación del medio ambiente. Trabajamos por un país mejor.

4.3.5 Políticas

4.3.5.1 De Personal. La empresa desarrollara un proceso de selección para la vincularon el talento humano que requiere; se propone un proceso de selección de personal compuesto por las siguientes etapas:

- Perfil
- Reclutamiento
- Entrevista preliminar
- Evaluación de habilidades
- Entrevista técnica
- Verificación de referencias
- Vinculación
- Programa de capacitación

Perfil del cargo: se establecerá previamente y se tomara como pauta la identificación de las especificaciones del cargo.

Reclutamiento: en el cual se busca los posibles candidatos a ocupar una vacante en la empresa. Este se puede hacer a través de anuncios publicitarios (radio prensa), a través del SENA y agencias privadas de empleo. De las hojas de vida analizadas se debe tener en cuenta los requisitos mínimos exigidos para una posible selección (edad, experiencia, profesión).

La entrevista preliminar: en esta primera entrevista se obtiene una impresión preliminar del aspirante. Los objetos específicos de esta entrevista con los aspirantes son los siguientes:

- Obtener información personal del candidato, sus estudios, características, necesidades e intereses.
- Explorar la trayectoria en su desempeño laboral y profesional así como las funciones que ha desarrollado en cargos anteriores.
- Explorar las áreas motivacional y socio afectivas que impulsa al aspirante a formar parte del equipo de trabajo de la empresa.
- Informar al aspirante sobre las tareas a desempeñar en la vacante para la cual aspira, con el fin de evaluar con profundidad su interés.
- Motivar y estimular al candidato para que continúe en el proceso de selección hasta el final.

La evaluación de habilidades: se aplica en la prueba técnica que se enfoca en los requerimientos de la misma, con el fin de buscar en el personal facilidades de adaptación motriz, visual y de respuesta a la enseñanza. Se considera primordial que no todo aspirante que desea aprender un oficio, tiene actitudes para ello.

Las pruebas a aplicar se dividen en dos:

- Prueba de capacidad, permite medir la destreza personal en la realización de actividades.
- Prueba de actitudes, permite evaluar la destreza y el grado de comprensión para ejecutar un orden.

Entrevista Técnica: se determina la motivación, el deseo de alcanzar metas propuestas y estabilidad laboral reflejada en su permanencia en el trabajo solicitado. Las entrevistas realizadas evaluarán al candidato desde distintos puntos de vista y lo calificarán.

Verificación de Referencias: se relaciona con los contactos que se deben hacer con las empresas relacionadas por el aspirante en su hoja de vida, así como las referencias familiares y personales.

Vinculación: después de seleccionar al candidato se complementan sus datos, solicitud de documentos necesarios para el archivo de la empresa y la afiliación a la seguridad social EPS, ARP, Fondo de cesantías, Fondo de pensiones, Caja de compensación familiar entre otros. En esta etapa se firma el contrato laboral que legitima la vinculación del aspirante a la empresa. Una vez seleccionado el candidato se debe iniciar el proceso de inducción del candidato para que se adapte y conozca su trabajo, compañeros y funciones dándole a conocer aspectos específicos de su desempeño.

El programa de capacitación: debe estar apoyado en un sistema que permita medir el progreso de la persona seleccionada, con el fin de conformar un excelente equipo de trabajo de alto nivel que se sienta comprometido y aumente la eficacia.

Los empleados deben alcanzar metas dentro de un tiempo específico y deben estar enterados de sus progresos así como de sus falencias a través de informes sobre la asistencia, calidad en el desempeño eficacia y rendimiento de cada uno de los elementos que forman parte de un programa de aprendizaje que los conduzcan a superar el nivel laboral inicial.

También se debe ofrecer a todos los empleados los equipos de seguridad y estos a su vez utilizarlos con el fin de salvaguardar la integridad, salud y bienestar de quienes laboran en la empresa.

Los contratos iniciales serán elaborados con a termino indefinido; los salarios serán de acuerdo al puesto y desempeño, las prestaciones serán liquidadas de

acuerdo a lo establecido en el código sustantivo de trabajo al igual que la dotación respectiva.

4.3.5.2 De Compras. La selección de los proveedores debe brindar excelencia en los implementos para la adecuación y puesta en marcha de la empresa.

Las cancelaciones de los proveedores, dependiendo del monto, se harán de contado; si no se cancelaran en los cinco (5) primeros días de cada mes con plazo de pago máximo de 30 días.

4.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

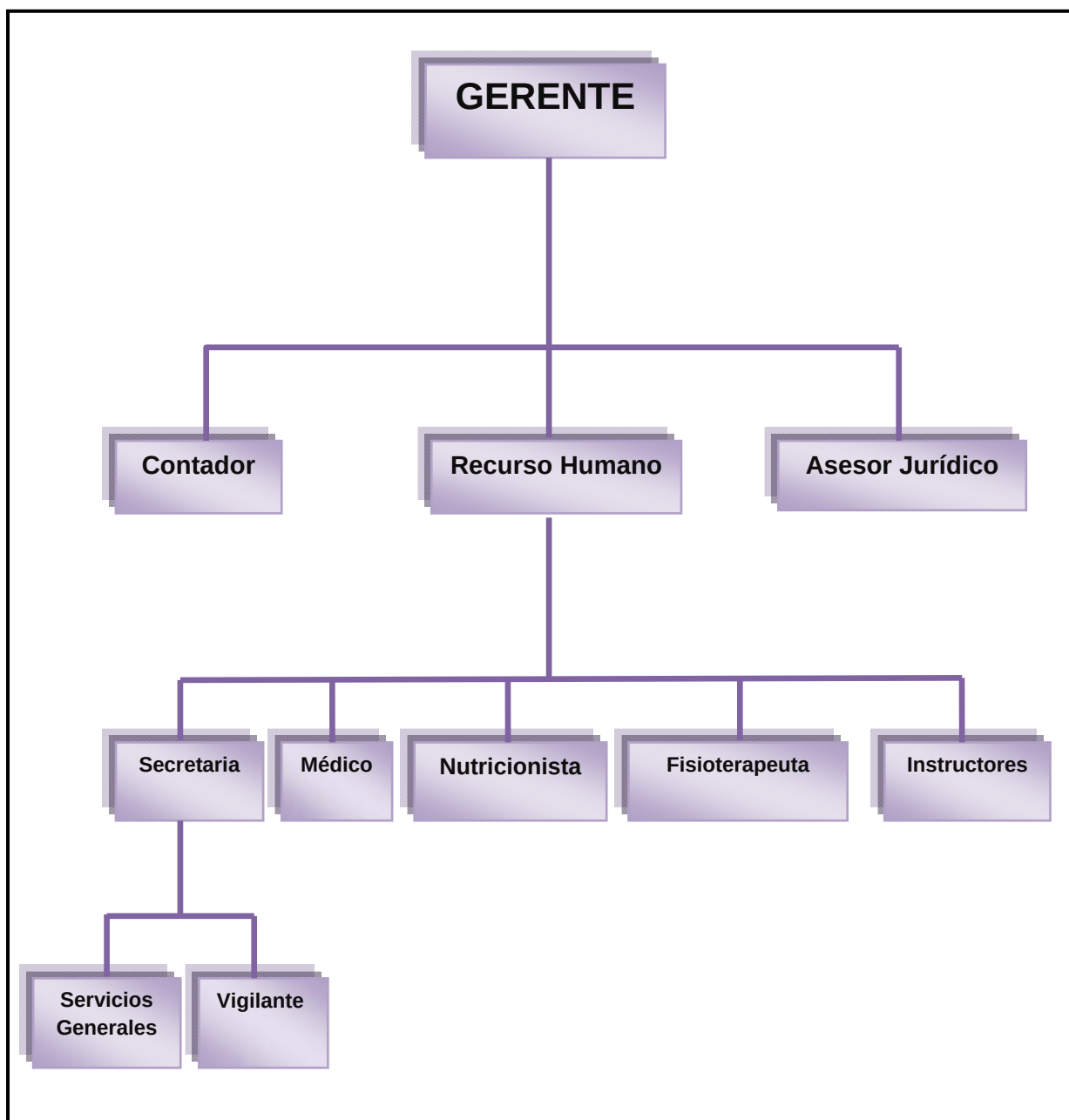
La estructura organizacional de la empresa servicio prestadora de servicios CHILDREN GYM LTDA. Es lineal.

En la organización existirán relaciones de tipo formal jerárquico, de autoridad, subordinado y de responsabilidad.

En la selección de personal se tendrán en cuenta aspectos como estudios, experiencia, actitudes y habilidades.

El talento humano estará capacitado y a la vez satisfecho con la remuneración recibida en contraprestación con el buen desempeño laboral, lo cual propicia un ambiente de integración y sentido de pertenencia por la empresa para lograr así los objetivos propuestos, la misión , la Visión y las políticas que plantea la empresa.

4.4.1 Estructura Organizacional



Manual Funciones: En el manual de funciones se presenta el cargo del empleado, el nivel de educación, su experiencia, el área de trabajo su conducto regular en cuanto a jefes y subordinados sus funciones y requerimientos.

CHILDREN GYM		
Cargo Gerente		Nivel Profesional
Sección Administración		Jefe Inmediato Junta Directiva
Supervisa a Todo el personal de la empresa		No. De Cargos Iguales NINGUNO
FUNCIÓN PRINCIPAL Representar a la empresa, celebrar contratos, dirigir el personal, toma de decisiones, manejo de cuentas bancarias, prestación de servicios y publicidad de la Organización.		
DETALLE DE FUNCIONES • Manejo de personal, supervisar, orientar, dirigir, delegar y evaluar las actividades del personal. • Responsable del sistema de calidad y su evaluación. • Fijar unas metas para la empresa. • Mantener la visión futura de la empresa. • Administrar eficientemente los recursos humanos, técnicos y financieros de la empresa; buscando siempre la rentabilidad y eficacia de la misma. • Seleccionar al personal y fijar la remuneración de acuerdo al cargo. • Manejar las relaciones públicas de la empresa con clientes y proveedores. • Buscar estrategias de satisfacción de los usuarios para lograr una mayor penetración en el mercado. • Mantener en orden los documentos de funcionamiento de la empresa (licencias, industria y comercio DIAN). • Mantener informada a los socios sobre el normal desarrollo de la empresa • Controlar el manejo del dinero y su acertada inversión del mismo. • Llevar a cabo el proceso de inducción y capacitación al personal operativo y administrativo de la empresa.		
REQUERIMIENTOS Habilidades: - Profesional De Gestión Empresarial con experiencia de un año en manejo de empresas. - Iniciativa e ingenio para toma de decisiones. - Liderazgo y responsabilidad. - Buenas relaciones humanas y carismáticas		
RESPONSABILIDAD Controlar que las labores asignadas se cumplan debidamente en todas las secciones de la empresa bajo un modelo de Administración responsable y moderna, para el logro de sus objetivos, misión y visión.		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

CHILDREN GYM		
Cargo Asesor Jurídico		Nivel Profesional
Sección Administrativo		Jefe Inmediato JUNTA DE SOCIOS
FUNCIÓN PRINCIPAL Asesorar al Administrador en la elaboración de contratos teniendo en cuenta la parte jurídica, civil, leyes y Normas para prestación del servicio del gimnasio.		
DETALLE DE FUNCIONES 1. Asesorar en la parte administrativa al representante legal. 2. Asesorar y revisar los contratos. 3. Asistir como apoderado de la Empresa en cualquier eventualidad.		
REQUERIMIENTOS Habilidades - Profesional en derecho administrativo, civil, penal. - Experiencia de dos (2) años en asesoramiento de empresas. - Interpretación de leyes y normas.		
RESPONSABILIDAD Debe tomar decisiones y asesorar al Gerente en todos los contratos que se realicen, asistir a la empresa en cualquier eventualidad.		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

CHILDREN GYM		
Cargo Contador		Nivel Administrativo
Sección Administración		Jefe Inmediato JUNTA DE SOCIOS
FUNCIÓN PRINCIPAL Llevar la contabilidad y Nomina.		
DETALLE DE FUNCIONES ▪ Revisar ingresos y egresos. ▪ Elaborar ajustes mensuales. ▪ Elaborar Estados de Resultados, Balance General. Declaraciones de Impuestos ▪ Preparar mensualmente los estados financieros. ▪ Revisar Libros Diario y Mayor y Balances. ▪ Hacer Conciliaciones Bancarias y Resultado de Balance. ▪ Efectuar Cálculos de amortización y depreciación.		
REQUERIMIENTOS Habilidades - Profesional en contaduría pública - Experiencia de dos (2) años en el campo contable y tributario. - Educación respeto y prudencia.		
RESPONSABILIDAD Debe tomar decisiones y asesorar al Gerente en la proyección y metas que generen rentabilidad.		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

CHILDREN GYM		
Cargo Secretaria		Nivel Auxiliar
Sección Administrativo		Jefe Inmediato Gerente
FUNCIÓN PRINCIPAL Prestar apoyo en la recepción, canalización, registro, despacho y transcripción de documentos, informes, memorandos, notas y otros, a fin de lograr el cumplimiento de las funciones específicas de la empresa		
DETALLE DE FUNCIONES • Atender al público en forma personalizada y por teléfono dando la información requerida y posteriormente informar al jefe de área. • Transcribir informes, notas, memorandos, circulares, cartas y otros procesados por la empresa. • Recibir, registrar y despachar los documentos y correspondencia interna y externa. • Revisar y controlar periódicamente el archivo de la documentación a objeto de mejorar o introducir cambios. • Mantener en orden alfabético los números telefónicos de clientes. • Registrar y controlar en forma cronológica y detallada toda la documentación que ingresa y sale.		
REQUERIMIENTOS Habilidades: - Grado de Instrucción: Bachiller en Humanidades. Título de Secretaría. - Experiencia de dos (2) años en trabajos similares. - Otros conocimientos: Conocimientos sobre normas y disposiciones internas vigentes, contabilidad básica y relaciones humanas y públicas.		
RESPONSABILIDAD - Sobre el cumplimiento eficiente y eficaz de las tareas asignadas a su persona. - Sobre la entrega oportuna del material a publicar. - Sobre los bienes y materiales asignados a su persona		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

CHILDREN GYM		
Cargo Vigilante		Nivel Administrativo
Sección Administración		Jefe Inmediato Secretaria
FUNCIÓN PRINCIPAL Precautelar y garantizar la seguridad de los equipos, muebles, instalaciones y dependencias del gimnasio, prestando el apoyo necesario limpieza, cuidado los ambientes e instalaciones.		
DETALLE DE FUNCIONES • Velar y custodiar los equipos, muebles y dependencias del gimnasio. • Informar al jefe inmediato sobre cualquier hecho que afecte la seguridad de las instalaciones de la unidad. • Comunicar a los organismos de seguridad en casos de emergencia. • Abrir y cerrar las dependencias e instalaciones del gimnasio. • Llevar el registro de anomalías que se presenten. • Efectuar frecuentemente recorridos en las instalaciones para verificar su seguridad. • Conocer todos los servicios que se ofrecen para dar la información solicitada.		
REQUERIMIENTOS Habilidades: - Grado de Instrucción: Bachiller en Humanidades y seguridad. - Experiencia: Dos años en trabajos similares. - Conocimientos sobre el funcionamiento de los organismos de seguridad, normas y reglamentos		
RESPONSABILIDAD - Sobre la seguridad y custodia de equipos, material e instalaciones del gimnasio. - Sobre los bienes con que desempeña sus funciones. - Sobre el control que realiza en las funciones, presentaciones y actos.		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

CHILDREN GYM		
Cargo Médico General		Nivel Profesional
Sección Operativo		Jefe Inmediato Gerente
FUNCIÓN PRINCIPAL Examen y valoración médica para el ingreso de los usuarios y su respectivo control periódico.		
DETALLE DE FUNCIONES ▪ Elaborar historias clínicas de los usuarios ▪ Valoración médica, diagnóstico, para iniciar actividades. ▪ Recomendaciones al usuario y la familia. ▪ Presentar informe mensual de sus actividades al Gerente. ▪ Las demás funciones inherentes al cargo que le sean asignadas por el Gerente.		
REQUERIMIENTOS Habilidades: - Médico General. - Experiencia de un año. - Buenas relaciones humanas. - Ética profesional. - Amable, cordial y discreto.		
RESPONSABILIDAD Manejo confiable de las historias clínicas de los usuarios.		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

CHILDREN GYM		
Cargo		Nivel
Nutricionista		Profesional
Sección		Jefe Inmediato
Operativo		Gerente
FUNCION PRINCIPAL		
Elaborar las dietas de los usuarios del gimnasio individuales si fuere necesario.		
DETALLE DE FUNCIONES:		
▪ Elaborar dieta nutricional. ▪ Recomendaciones al usuario y la familia. ▪ Presentar informe mensual de sus actividades al Gerente. ▪ Las demás funciones inherentes al cargo que le sean asignadas por el Gerente.		
REQUERIMIENTOS		
Habilidades:		
- Nutricionista - Experiencia de un año. - Buenas relaciones interpersonales. - Ética profesional. - Amable, cordial y discreto.		
RESPONSABILIDAD		
- Manejo confiable de las historias clínicas de los usuarios. - Mejoramiento confiable y eficaz de los usuarios.		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

CHILDREN GYM		
Cargo		Nivel
Fisioterapeuta		Profesional
Sección		Jefe Inmediato
Operativo		Gerente
FUNCION PRINCIPAL		
Valoración del estado físico de la cada uno de los usuarios, examen muscular y articular.		
DETALLE DE FUNCIONES		
▪ Elaborar planes de actividad de física dependiendo del estado físico de cada uno de los usuarios. ▪ Recomendaciones al usuario y la familia. ▪ Presentar informe mensual se sus actividades al Gerente. ▪ Las demás funciones inherentes al cargo que le sean asignadas por el Gerente.		
REQUERIMIENTOS		
Habilidades:		
- Fisioterapeuta - Experiencia de un año. - Buenas relaciones interpersonales. - Ética profesional. - Amable, cordial y discreto.		
RESPONSABILIDAD		
- Manejo confiable de las historias clínicas de los usuarios. - Mejoramiento de la aptitud física de los usuarios clientes.		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

CHILDREN GYM		
Cargo Instructor		Nivel Profesional
Sección Operativo		Jefe Inmediato Gerente
FUNCION PRINCIPAL Dirigir a los niños y jóvenes, de acuerdo al plan de actividades realizado por Fisioterapia.		
DETALLE DE FUNCIONES ▪ Dirigir, las actividades físicas recuerdo a las edades de los niños y jóvenes. ▪ Observar y ayudar a los niños y jóvenes en las ejecuciones de rutinas ▪ Elaborar rutinas de ejercicios. ▪ Dar atención inmediata a niños y jóvenes principiantes. ▪ Mantener una relación estrictamente profesional con los usuarios. ▪ Velar por el buen uso de las instalaciones. ▪ Capacidad en el análisis y generación de nuevas técnicas de trabajo muscular y cardiovascular.		
REQUERIMIENTOS Habilidades: - Licenciado (a) en Educación Física. - Amplios conocimientos en el área del Fitness, - Experiencia en el trabajo con niños. - Conocimiento en prescripción del ejercicio en pacientes con sobrepeso y obesidad - Buenas relaciones interpersonales. - Ética profesional.		
RESPONSABILIDAD Equipos y materiales a su cargo.		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

CHILDREN GYM		
Cargo Servicios Generales		Nivel Operativo
Sección Operativo		Jefe Inmediato Secretaria
FUNCION PRINCIPAL Mantener, velar por el completo orden y aseo del gimnasio.		
DETALLE DE FUNCIONES ▪ Aseo general del gimnasio. ▪ Limpiar y desinfectar los equipos. ▪ Mantener limpios y desinfectados los baños. ▪ Mantener limpios y organizados los lockers y los vestieres. ▪ Mantener relaciones estrictamente de trabajo con el usuario y compañeros de trabajo. ▪ Las demás funciones Inherentes al cargo que le sea asignado por el Gerente.		
REQUERIMIENTOS Habilidades: - Bachiller - Experiencia de un año. - Buenas relaciones interpersonales - Educación, respeto y prudencia.		
RESPONSABILIDAD Brindar una buena impresión a los usuarios, mediante el buen orden, aseo e higiene de las instalaciones del gimnasio.		
Empleado	Jefe Inmediato	Analista

4.4.3 Asignación Salarial. Cada persona como parte integral de un sistema social, ofrece la fuerza laboral para satisfacer las necesidades primarias y de autorrealización y las organizaciones disponen de la misma en el desarrollo de actividades productivas que les permitan sostenerse y crecer. Esta relación presenta un común denominador que fusiona ambos objetivos, el salario, por que a través de él las personas satisfacen sus necesidades y las empresas, quienes pueden contratar el personal idóneo que produzca los resultados esperados.

A continuación se presenta la tabla de estructura salarial.

Cuadro 52. Estructura Salarial Personal Administrativo

CARGO	Nº	SALARIO MENSUAL	AUXILIO DE TRANSPORTE	APORTES PARAFISCALES 9%	SEGURIDAD SOCIAL 20%	PRESTACIONES SOCIALES	TOTAL MES
GERENTE	1	1.153.000		103.770	242.384	251.585	1.750.738
SECRETARIA	1	496.900	59.300	44.721	104.458	108.424	813.803
SERVICIOS GENERALES	1	496.900	59.300	44.721	104.458	108.424	813.803
INSTRUCTORES	1	787.000	59.300	70.830	171.723	165.443	1.254.297
FISIOTERAPEUTA	1	787.000	59.300	70.830	171.723	165.443	1.254.297
TOTALES		\$3.720.000	\$ 237.200	\$ 334.872	\$ 794.746	\$ 799.319	\$5.886.938

Cuadro 53. Contratos por Prestación de Servicios

CARGO	Nº	HONORARIOS MENSUALES	HONORARIOS ANUALES
MEDICO	1	800.000	9.600.000
NUTRICIONISTA	1	700.000	8.400.000
CONTADOR	1	400.000	4.800.000
ASESOR JURÍDICO	1	700.000	8.400.000
INSTRUCTOR	3	2.800.000	33.600.000
VIGILANTE	1	500.000	6.000.000
TOTALES		\$ 5.900.000	\$ 70.800.000

5 ESTUDIO FINANCIERO

Este estudio tiene como fin analizar todos los elementos financieros y económicos que inciden en el proyecto, estimando los valores por ingresos, ventas de prestación de servicios; así como la valoración de los egresos por el montaje y puesta en marcha del servicio de gimnasio.

Se tratarán los siguientes aspectos de orden financiero: las inversiones, costos, presupuesto de ingreso y egreso, punto de equilibrio, estados financieros proyectados (flujo de caja, estado de pérdidas y ganancias y balance general) y el cálculo de las razones financieras.

5.1 INVERSIONES

Están constituidas por el conjunto de erogaciones o de aportaciones que se tendrán que hacer para adquirir todos los bienes y servicios necesarios para la implementación de la empresa; es decir, la adquisición de activos fijos o tangibles, diferidos indispensables, para iniciar la prestación del servicio de gimnasio.

5.1.1 Activos Fijos. Están constituidos por los diversos bienes o derechos que sirven para alojar la unidad productiva y que permite la realización del proceso productivo. Se clasifican en tangibles donde se incluyen los depreciables que están constituidos por los bienes físicos propiedad de la empresa, como maquinaria y equipos, muebles y enseres entre otros.

Terreno. El estudio de micro localización permitió identificar plenamente la instalación final del gimnasio tanto operativa como administrativa. Cabe anotar que

para el nuevo gimnasio no se incurrirá en compra de terreno para su operación, por lo tanto las erogaciones que se realizan, estarán dadas mes a mes en las cancelaciones de cuota de arrendamiento.

Construcción y Adecuación. Al no adquirir terrenos el nuevo gimnasio no incluye gastos de construcción. Teniendo en cuenta que es una empresa prestadora de servicios, abra que realizar inversión en obra de adecuación para el buen funcionamiento del Servicio de gimnasio "CHILDREN GYM" Ltda. \$ 67.470.000

Todos los ítems relacionados están cotizados a todo costo es decir incluye materiales necesarios para su instalación y mano de obra.

Cuadro 54. Adecuaciones

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Movimiento De Escombros	20	m ²	20.000	400.000
Muros En Dry Wall	150	m ²	50.000	7.500.000
Muros En Ladillo H10	50	m ²	10.000	500.000
Frisado Paredes	50	m ²	15.000	750.000
Instalación De Redes Eléctricas	400	m	12.000	4.800.000
Instalación Redes De Agua	600	m	20.000	12.000.000
Instalación Piso En Madera	120	m ²	50.000	6.000.000
Instalación Piso En Cerámica	212	m ²	30.000	6.360.000
Instalación Cerámica Baños Piso	52	m ²	30.000	1.560.000
Instalación Cerámica Baños Pared	80	m ²	30.000	2.400.000
Duchas	8	Und	50.000	400.000
Sanitarios	8	Und.	300.000	2.400.000

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	UNIDADES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Pintura	200	m ²	70.000	14.000.000
Espejos	120	m ²	70.000	8.400.000
TOTAL			\$ 757.000	\$ 67.470.000

5.1.1.1 Maquinaria y Equipo. Es el costo de la maquinaria necesaria para suministrar de manera precisa el servicio ofrecido y de acuerdo al estudio técnico.

Cuadro 55. Maquinaria y Equipo

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Equipo de sonido	1	1.200.000	1.200.000
Balones de Bobath 45cm	20	35.000	700.000
Balones de Bobath 55cm	20	55.000	1.100.000
Theraband x 6	6	65.000	390.000
Colchonetas	40	55.000	2.200.00
Bascula análoga	3	41. 000	123.000
Cinta métrica mecánica Ref. 206	3	150.000	450.000
Camilla metálica.	2	240.000	480.000
Escalerilla de dos pasos con antideslizante en pintura electrostática	2	64.000	128.000
Rollo en espuma forrado en impermeable	10	70.000	700.000
Balancín de rodillo en madera	15	100.000	1.500.000
Barra para equilibrio en madera	10	166.000	1.660.000
Escalera doble para equilibrio en madera	10	300.000	3.000.000
Lazo algodón trenzado a color	30	13.000	390.000
Balancín de disco de 49 cm x 5,5 cm en madera	10	185.000	1.850.000

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Payaso de ensartar en madera	20	42.000	840.000
Reloj de ensartar desarmable en madera	15	30.000	450.000
Payaso pinocho plástico para ensartar	15	42.000	630.000
Cubos de letras o números en espuma kit x 4 unidades	10	55.000	550.000
TOTAL		\$ 2.908.000	\$ 18.341.000

5.1.1.2 Muebles y Enseres. Está compuesto por todos los muebles necesarios para la Adecuación de las oficinas para la labor administrativa del proyecto.

Cuadro 56. Muebles y Enseres

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Escritorios	4	650.000	2.600.000
Sillas giratorias	3	150.000	450.000
Sillas auxiliares	6	75.000	450.000
Archivador	3	250.000	750.000
Papeleras	4	75.000	300.000
Canecas	9	25.000	225.000
Modulo recepción	1	250.000	250.000
Muebles sala de espera	1	750.000	750.000
Locker metálico 12 puestos	30	100.000	3.000.000
Perforadoras	3	4.000	12.000
Grapadoras	3	6.000	18.000
TOTAL		\$2.335.000	\$ 8.805.000

5.1.1.3 Equipo de Oficina. Es el equipo mobiliario mecánico y electrónico de propiedad del ente económico utilizado para el desarrollo de sus operaciones. Entiéndase por equipos de comunicación todos aquellos que de una u otra forma son utilizados para transferir información a la empresa.

Cuadro 57. Equipo de Oficina

DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
FAX Panasonic 586	1	350.000	350.000
Teléfonos	3	65.000	195.000
Celular	2	150.000	300.000
Computador HP Dual core	3	2.150.000	6.450.000
Impresora SAMSUNG scx-4521F	1	850.000	850.000
TOTALES		\$ 3.565.000	\$ 8.145.000

5.1.1.4 Herramientas. Comprende elementos adicionales a los equipos especializados requeridos para la prestación del servicio de gimnasio; teniendo en cuenta que la actividad a desarrollarse, será la brindar actividades que contribuyan a la actividad física de los niños y jóvenes, no requiere de herramientas por la misma naturaleza.

Cuadro 58. Herramientas y Suministros

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Extintor Hidrante	2	35.000	70.000
Toallas	10	2.500	25.000
Escobas	3	3.500	10.500

CONCEPTO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Cepillos	3	2.000	6.000
Jabón	5	5.000	25.000
TOTAL		\$ 48.000	\$ 136.500

5.1.1.5 Total de Inversión fija

Cuadro 59. Total Inversión Fija

DESCRIPCIÓN	VALOR
Maquinaria y equipo	18.341.000
Muebles y enseres	8.805.000
Equipo de Oficina	8.145.000
Herramientas y Suministros	136.500
TOTAL	\$ 35.427.500

5.1.2 Inversión Diferida. Se refiere a todas las compras de servicios necesarios para la puesta en marcha del establecimiento, entre los elementos más sobresalientes están los registros en libros, la inversión en publicidad, el estudio de factibilidad, las adecuaciones entre otros. (Ver cuadro 57).

5.1.3 Inversión de Capital de Trabajo. Incluye todos los recursos, representados en activos para el desarrollo de todas las operaciones de la empresa. (Ver cuadro 58).

Cuadro 60. Inversión Diferida

DESCRIPCIÓN	VALOR
Registro en libros	60.000
Gastos constitución	750.000
Gastos de transporte	110.000
Gastos de instalación de equipos	120.000
Adecuaciones	67.470.000
Publicidad de lanzamiento	11.549.140
TOTAL	\$ 80.059.140

5.1.3.1 Costo de Producción. Son los costos que se requieren para la prestación del servicio, dentro de los que se encuentra la mano de obra directa, los costos indirectos de fabricación.

Cuadro 61. Costos de Prestación del Servicio

CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Mano de obra directa	2.508.593	30.103.117
Costos Indirectos de Fabricación	6.684.479	80.213.750
TOTAL	\$ 9.193.072	\$ 110.316.867

5.1.3.1.1 Mano de Obra Directa. Incluye el salario de todas las personas que intervienen directamente en el desarrollo de la actividad.

Cuadro 62. Mano de Obra Directa.

CARGO	NÚMERO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gerente	1	1.750.738	21.008.856
Secretaria	1	813.803	9.765.636
Servicios generales	1	813.803	9.765.636
Instructores	1	1.254.297	15.051.564
Fisioterapeutas	1	1.254.297	15.051.564
Total	5	\$5.886.938	\$ 70.643.256

5.1.3.1.2 Costos Indirectos de Fabricación. Se refiere a los otros costos que no intervienen de manera directa en el servicio, pero que son fundamentales para el mismo.

Cuadro 63. Mano de Obra Indirecta

CARGO	NÚMERO	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
Médico	1	800.000	9.600.000
Nutricionista	1	700.000	8.400.000
Asesor jurídico	1	400.000	4.800.000
Contador	1	700.000	8.400.000
Instructores	3	2.800.000	33.600.000
Vigilante	1	500.000	6.000.000
Total	8	\$ 5.900.000	\$ 70.800.000

Cuadro 64. Servicios Públicos

DESCRIPCIÓN	FIJO		VARIABLE		TOTAL	
	MENSUAL	ANUAL	MENSUAL	ANUAL	MENSUAL	ANUAL
Agua	30.000	360.000	90.000	1.080.000	120.000	1.440.000
Energía	35.000	420.000	70.000	840.000	105.000	1.260.000
Gas natural	10.000	120.000	15.000	180.000	25.000	300.000
Teléfono	80.000	960.000	150.000	1.800.000	230.000	2.760.000
TOTAL	\$155.000	\$1.860.000	\$325.000	\$3.900.000	\$480.000	\$5.760.000

Cuadro 65. Insumos Área Administrativa

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Papel bond	2 Resmas	20.000	240.000
Tóner impresora	2	100.000	1.200.000
Lapiceros X cajas	2	10.000	120.000
Carpetas Cartón X	1 X 100 unidades	35.000	420.000
TOTALES		\$ 165.000	\$ 1.980.000

Cuadro 66. Insumos Área Operativa

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Jabón liquido baño	1 Galón	14.000	168.000
Papel higiénico	60 unidades	54.000	648.000
Toallas de papel	30 paquetes	144.000	1.728.000
Jabón para aseo	1 galón	20.000	240.000
Hipoclorito	1 galón	8.500	102.000

DETALLE	CANTIDAD MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Cera liquida	1 galón	48.000	576.000
Traperos	1	5.200	62.400
Escobas	1	4.800	57.600
Ambientador	½ galón	7.000	84.000
TOTALES		\$ 305.500	\$ 3.666.000

Cuadro 67. Depreciación de Activos Fijos.

DESCRIPCIÓN	VALOR	VIDA ÚTIL	VALOR DEPRECIACIÓN
Maquinaria y equipo	18.341.000	10	1.834.100
Muebles y enseres	8.805.000	10	880.500
Equipo de oficina	8.145.000	10	814.500
Herramientas y Suministros	136.500	10	13.650
Activos Diferidos	80.089.540	3	26.686.513
TOTAL	\$ 115.517.040		\$30.229.263

Cuadro 68. Total Costos Indirectos de Fabricación (CIF)

CIF	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicios Públicos	325.000	3.900.000
Depreciación de producción	153.979	1.847.750
Mano de obra indirecta	5.900.000	70.800.000
Insumos CIF área operativa	305.500	3.666.000
TOTAL	\$ 6.684.479	\$ 80.213.750

5.1.3.1.4 Total Costos del Servicio. Relación de todos los costos necesarios para la prestación del servicio.

Cuadro 69. Costos Totales del Servicio

COSTOS	COSTO TOTAL MES	COSTO TOTAL AÑO	COSTO FIJO MES	COSTO FIJO AÑO	COSTO VARIABLE MES	COSTO VARIABLE AÑO
Mano de obra directa	5.886.938	70.643.256	5.886.938	70.643.256		
Mano de obra indirecta	5.900.000	70.800.000	5.900.000	70.800.000		
Servicios públicos	480.000	5.760.000	155.000	1.860.000	325.000	3.900.000
Insumos área administrativa	165.000	1.980.000	165.000	1.980.000		
Insumos área operativa	305.500	3.666.000	305.500	3.666.000		
Depreciación Activos fijos	2.519.105	30.229.263	2.519.105	30.229.263		
Arriendo	2.000.000	24.000.000	2.000.000	24.000.000		
Mantenimiento maquinaria	50.000	600.000	50.000	600.000		
Publicidad	1.650.000	19.800.000	1.650.000	19.800.000		
TOTAL	\$ 18.956.543	\$ 227.478.519	\$18.631.543	\$223.578.519	\$325.000	\$3.900.000

5.1.3.2 Gastos de Administración y Ventas. Incluye todos los gastos que se requieren desde la parte administrativa, como algunos de los salarios, publicidad de operación, deudas adquiridas con instituciones financieras y otros similares.

Cuadro 70. Gastos de Administración

DESCRIPCIÓN	GASTOS MENSUALES	GASTOS ANUALES
Mano de obra administrativa	3.578.344	42.940.129
Servicios públicos fijos	155.000	1.860.000
Arrendamiento	2.000.000	24.000.000
Depreciación equipos de oficina	141.250	1.695.000
Publicidad operación	1.650.000	19.800.000
Gastos diferidos	2.223.876	26.686.513
Insumos área administrativa	165.000	1.980.000
TOTAL	\$ 9.913.470	\$ 118.961.642

5.1.3.3 Gastos Financieros. Se tiene en cuenta el financiamiento que se hace para la puesta en marcha del proyecto, para este caso se financio un préstamo de \$ 107.674.866 a 3 años con El Banco Caja Social, a un interés del 2.1% mensual.

Cuadro 71. Gastos Financieros

CUOTAS MENSUALES				
MES	CUOTA FIJA	INTERESES	CAPITAL	NUEVO SALDO
1	4.292.532	2.261.172	2.031.360	105.643.506
2	4.292.532	2.218.514	2.074.018	103.569.488
3	4.292.532	2.174.959	2.117.572	101.451.916
4	4.292.532	2.130.490	2.162.041	99.289.874
5	4.292.532	2.085.087	2.207.444	97.082.430
6	4.292.532	2.038.731	2.253.801	94.828.629
7	4.292.532	1.991.401	2.301.131	92.527.499
8	4.292.532	1.943.077	3.349.454	90.178.044
9	4.292.532	1.893.739	2.398.793	87.779.252

CUOTAS MENSUALES				
MES	CUOTA FIJA	INTERESES	CAPITAL	NUEVO SALDO
10	4.292.532	1.843.364	2.449.167	85.330.084
11	4.292.532	1.791.932	2.500.600	82.829.484
12	4.292.532	1.739.419	2.553.113	80.276.372
13	4.292.532	1.685.804	2.606.728	77.669.644
14	4.292.532	1.631.063	2.661.469	75.008.175
15	4.292.532	1.575.172	2.717.360	72.290.815
16	4.292.532	1.518.107	2.774.425	69.516.390
17	4.292.532	1.459.844	2.832.688	66.683.702
18	4.292.532	1.400.358	2.892.174	63.791.528
19	4.292.532	1.339.622	2.952.910	60.838.619
20	4.292.532	1.277.611	3.014.921	57.823.698
21	4.292.532	1.214.298	3.078.234	54.745.464
22	4.292.532	1.149.655	3.142.877	51.602.587
23	4.292.532	1.083.654	3.208.877	48.393.710
24	4.292.532	1.016.068	3.276.264	45.117.446
25	4.292.532	947.466	3.345.065	41.772.380
26	4.292.532	877.220	3.415.312	38.357.069
27	4.292.532	805.498	3.487.033	34.870.035
28	4.292.532	732.271	3.560.261	31.309.774
29	4.292.532	657.505	3.635.026	27.674.748
30	4.292.532	581.170	3.711.362	23.963.386
31	4.292.532	503.231	3.789.301	20.174.085
32	4.292.532	423.656	3.868.876	16.305.209
33	4.292.532	342.409	3.950.122	12.355.087
34	4.292.532	259.457	4.033.075	8.322.012
35	4.292.532	174.762	4.117.769	4.204.243
36	4.292.532	88.289	4.204.243	0

5.1.3.4 Total Capital de Trabajo. Está destinado para cubrir los gastos de funcionamiento que requiere el gimnasio.

Cuadro 72. Capital de Trabajo

CONCEPTO	VALOR
Costos de prestación del servicio	9.193.072
Gastos de administración y ventas	9.913.470
TOTAL	\$ 19.106.542

5.1.4 Inversión Total. La inversión total que requiere el proyecto está reflejada en el total de la inversión fija más el total de la inversión diferida y el total de capital de trabajo.

Cuadro 73. Inversión Total

DESCRIPCIÓN	TOTAL
Inversión fija	35.427.500
Inversión diferida	80.059.540
Capital de trabajo	19.106.542
Total	\$ 134.593.582

5.1.5 Fuentes de Financiación. El proyecto cuenta con unos recursos propios que corresponden al 20%, por lo que se financiara el 80%, con una entidad bancaria.

Cuadro 74. Financiación del Proyecto

FUENTE	INVERSION FIJA	INVERSION DIFERIDA	CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL
Recursos propios	7.085.500	16.011.908	3.821.308	26.918.716
Financiación préstamo Bancario	28.342.000	64.047.632	15.285.234	107.674.866
TOTAL	\$ 35.427.500	\$ 80.059.540	\$ 19.106.542	\$ 134.593.582

5.2 COSTOS

5.2.1 Costos Fijos. Corresponden a los costos que son fijos los meses y que no dependen del volumen en la prestación del servicio en un periodo de tiempo determinado.

Cuadro 75. Costos Fijos

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos de personal fija y variable	6.086.937	73.043.246
Servicios públicos fijos	155.000	1.860.000
Depreciaciones	141.250	1.695.000
Diferidos	2.223.876	26.686.513
Arrendamientos	2.000.000	24.000.000
Otros gastos de administración	165.000	1.980.000
Depreciación de producción	153.979	1.847.750
Intereses	2.009.324	24.111.887
TOTAL	\$ 12.935.366	\$ 155.224.396

5.2.2 Costos Variables. Están representados por los gastos bancarios y los servicios públicos variables.

Cuadro 76. Costos Variables

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Servicios Públicos Variables	325.000	3.900.000
TOTAL	\$ 325.000	\$ 3.900.000

5.2.3 Costos Totales Unitarios. Se obtienen teniendo en cuenta el total de los costos fijos mas los costos variables y el número de usuarios que accederán al servicio en un periodo de tiempo dado, para este caso se estudiarán durante un mes, tiempo en el cual se determino que la cantidad de usuarios para este lapso es de 610.

Cuadro 77. Costo Total Unitario

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR UNITARIO
Costos fijos	12.935.366	21.205
Costos variables	325.000	533
TOTAL	\$ 13.260.366	\$ 21.738

5.2.4 Precio de Venta. Se determinó con una utilidad del 35% bajo la fórmula de costo total unitario/1 – margen de utilidad.

Cuadro 78. Precio de Venta

DESCRIPCIÓN	VALOR UNITARIO
Costo Total Unitario	21.738
Margen de Utilidad (35%)	7.608
TOTAL	\$ 29.346

5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

5.3.1 Egresos proyectados. La proyección de los egresos se realizará de la siguiente manera, para el año 2 se estima de acuerdo a las modificaciones de la inflación un cambio del 5.5%, para el año 3 una proporción del 5.4%, 5.3% para el año 4 y 5.2% para el año 5.

Cuadro 79. Egresos Proyectados

DESCRIPCIÓN	VALOR MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arrendamientos	2.000.000	24.000.000	25.320.000	26.687.280	28.101.706	29.562.995
Mantenimiento de maquinaria	50.000	600.000	633.000	667.182	702.543	739.075
Gastos personal	3.578.344	42.940.129	45.301.836	47.748.135	50.278.786	52.893.283
Publicidad	1.650.000	19.800.000	20.889.000	22.017.006	23.183.907	24.389.471
Servicios públicos fijos	155.000	1.860.000	1.962.300	2.068.264	2.177.882	2.291.132
Depreciaciones	141.250	1.695.000	1.788.225	1.884.789	1.984.683	2.087.887
Gastos financieros	2.009.324	24.111.887	25.438.041	26.811.695	28.232.715	29.700.816
Mano de obra directa	5.886.938	70.643.256	74.528.635	78.553.181	82.716.500	87.017.758
TOTAL	\$ 15.470.856	\$ 185.650.272	\$195.861.037	\$206.437.532	\$217.378.722	\$228.682.417

5.3.2 Ingresos Proyectados. Para la proyección de los ingresos se toma el número de usuarios diarios y el valor unitario, que multiplicado dará el valor diario, este se multiplica por 24 que son los días laborables para que dé, el valor mensual. Para los ingresos anuales se toma el número de usuarios mensual.

Cuadro 80. Ingresos Proyectados

NÚMERO DE USUARIOS		VALOR UNITARIO POR USUARIO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Año 1	610	43.000	26.230.000	314.760.000
Año 2	750	43.000	32.250.000	387.000.000
Año 3	850	43.000	36.550.000	438.600.000
Año 4	950	43.000	40.850.000	490.200.000
Año 5	1000	43.000	43.000.000	516.000.000

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO

Se entiende por punto de equilibrio el nivel de ingresos obtenidos por la venta de servicios definidos donde son iguales a los costos totales.

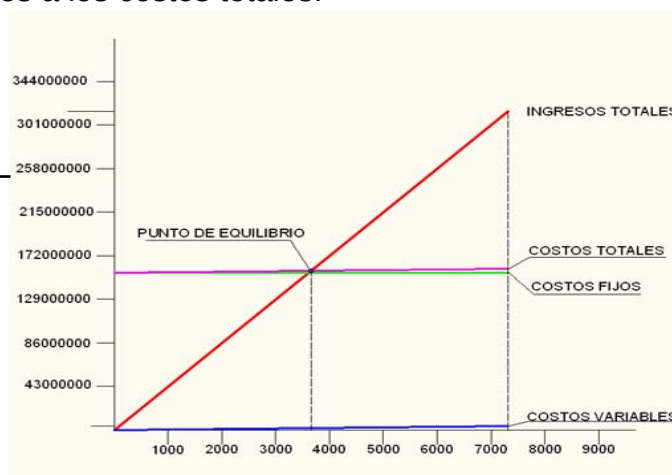
$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio} - \frac{\text{Costos Variables}}{\text{Cantidad}}}$$

Costos Fijos = 155.224.396

Costos variables = 3.900.000

Precio = 43.000

Cantidad = 7.320 usuarios anuales



Al desarrollar la formula se obtiene:

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{155.224.396}{43.000 - \frac{3.900.000}{7.320}}$$

$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{155.224.396}{42.467}$$

Punto de Equilibrio = 3.655 Usuarios anuales ó 304 usuarios mensuales.

5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El flujo de caja permite visualizar las entradas y salidas de dinero para de esta forma establecer un nivel de liquidez en la empresa, en el se detalla la proyección para los primeros cinco (5) años de funcionamiento.

Cuadro 81. Flujo de Caja Proyectado

FUJO DE CAJA	AÑO 0	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
ENTRADAS DE EFECTIVO						
Saldo que pasa	0	19.106.542	83.306.916	199.311.211	365.348.060	581.297.237
Préstamo	107.674.866	0	0	0	0	0
Aporte Socios	26.918.716	0	0	0	0	0
Ingresos	0	314.760.000	387.000.000	438.600.000	490.200.000	516.000.000
Total Ingresos	134.593.582	333.866.542	470.306.916	637.911.211	855.548.060	1.097.297.237

SALIDAS DE EFECTIVO						
Mano de obra	0	30.103.117	30.103.117	30.103.117	30.103.117	30.103.117
Costos Indirectos de fabricación	0	80.213.750	80.213.750	80.213.750	80.213.750	80.213.750
Gastos administrativos y de ventas	0	118.961.642	118.961.642	118.961.642	118.961.642	118.961.642
Abonos Capital e interés	0	51.510.381	51.510.381	51.510.381	51.510.381	51.510.381
Impuestos 33%	0	0	20.436.078	22.003.526	23.691.196	25.508.311
Total salida de efectivo	0	280.788.890	301.224.968	302.792.415	304.480.086	306.297.200
Mas depreciaciones y diferidos	0	30.229.263	30.229.263	30.229.263	30.229.263	30.229.263
Inversión fija	35.427.500	0	0	0	0	0
Inversión diferida	80.059.540	0	0	0	0	0
Inversión capital de trabajo	0	0	0	0	0	0
SALDO EN CAJA	\$ 19.106.542	\$ 83.306.916	\$199.311.211	\$365.348.060	\$581.297.237	\$821.229.300

5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

Este se obtuvo teniendo en cuenta la información de inversiones, costos e ingresos detallados anteriormente, se presenta a continuación el estado de resultados para los primeros cinco (5) años de funcionamiento.

Cuadro 82. Estado de Resultados Proyectado

DETALLE	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
Ingresos	314.760.000	387.000.000	438.600.000	490.200.000	516.000.000
Menos costo de prestación de servicio	110.316.867	110.316.867	110.316.867	110.316.867	110.316.867
Utilidad Bruta	204.443.133	276.683.133	328.283.133	379.883.133	405.683.133

DETALLE	AÑO 2010	AÑO 2011	AÑO 2012	AÑO 2013	AÑO 2014
Gastos de administración y ventas	118.961.642	126.099.341	133.665.301	141.685.219	150.186.332
Utilidad de operación	85.481.491	150.583.793	194.617.832	238.197.914	255.496.801
Gastos financieros	24.111.887	16.351.455	6.392.935	0	0
Utilidad antes de impuesto	61.369.604	134.232.338	188.224.897	238.197.914	255.496.801
Impuesto sobre la renta (33%)	20.436.078	44.699.368	62.678.891	79.319.905	85.080.435
Utilidad Neta	\$ 40.933.526	\$ 89.532.969	\$125.546.006	\$158.878.009	\$170.416.366

5.7 BALANCE GENERAL

Cuadro 83. Balance General

CHILDREN GYM		
BALANCE GENERAL PRESUPUESTADO A 31 DE DICIEMBRE DE 2.009		
	AÑO BASE	AÑO 1
ACTIVOS		
Corriente		
Caja y Bancos	19.106.542	83.306.816
Total Activo Corriente	19.106.542	83.306.816
ACTIVOS FIJOS		
Maquinaria y equipo	18.341.000	18.341.000
Muebles y enseres	8.805.000	8.805.000
Equipo de oficina	8.145.000	8.145.000
Herramientas y suministro	136.500	136.500
Total Activo Fijo	35.427.500	35.427.500
	AÑO BASE	AÑO 1

	AÑO BASE	AÑO 1
Depreciación Acumulada	0	3.542.750
Activo Fijo Neto	35.427.500	31.884.750
Total Activo Fijo Neto	35.427.500	31.884.750
Activo Diferido	80.059.540	80.059.540
Amortización de Diferidos	0	26.686.513
Total Activo Diferido	80.059.540	53.373.027
TOTAL ACTIVOS	134.593.582	168.563.693
PASIVOS		
Obligaciones Financieras	107.674.866	80.276.372
Impuestos por Pagar	0	20.436.078
Total Pasivo	107.674.866	100.712.450
PATRIMONIO		
Capital	26.918.716	26.918.716
Utilidad del Ejercicio	0	40.933.526
Total Patrimonio	26.918.716	67.852.243
Total Pasivo más Patrimonio	134.593.582	168.564.693

5.8 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO FINANCIERO

Al observar con detenimiento la estructura financiera del establecimiento se puede determinar la viabilidad en el desarrollo del proyecto, de acuerdo a las utilidades obtenidas y resultados calculados en los indicadores económicos; ya que todas las condiciones están dadas para el desarrollo del mismo, es necesario considerar la inversión requerida para esta empresa que sería de \$134.593.582 millones de pesos; de igual forma de análisis los egresos para el primer año \$ 185.650.272 millones de pesos y unos ingresos de \$ 314.760.000 millones de pesos, analizando el estado de pérdidas y ganancias proyectado muestra un utilidad de \$40.933.526 millones pesos para el primer año, utilidad que será destinada al cubriendo de los compromisos financieros que se han adquirido y de mantenerse así las condiciones del mercado en tan solo algunos años, la empresa empezará a arrojar grandes beneficios.

6 EVALUACIÓN DEL PROYECTO

La evaluación del proyecto tiene como finalidad demostrar su viabilidad teniendo en cuenta la realidad social que presenta la región, así mismo evaluara cuales aspectos positivos y negativos influyen en el medio ambiente, como también realizar la evaluación financiera que nos permita determinar si para el inversionista es conveniente el desarrollo del proyecto.

6.1 IMPACTO SOCIAL

El análisis del impacto social del proyecto está enfocado a efectuar un análisis detallado de los diferentes factores directos e indirectos que benefician a la comunidad, sin tener en cuenta necesariamente el lucro pero si el desarrollo social el cual debe verse representado en la generación de empleo y los efectos producto del movimiento económico que genera el gimnasio.

La creación de la empresa generara 13 puestos de trabajo de forma directa y mano de obra directa producto de los insumos que se requieren para la puesta en marcha del gimnasio.

De igual forma es generadora de dividendos para el municipio al hacer el aporte a los impuestos y los pagos legales al gobierno.

El proyecto generara unos ingresos fiscales al estado, los cuales son utilizados por el gobierno Colombiano de acuerdo a las políticas de bienestar social, esto representa inversión social para la comunidad Municipal Departamental y Nacional.

El gimnasio generara empleos directos contribuyendo a que el índice de desempleo de la ciudad disminuya en una proporción mínima, que en la medida que sea aceptado se pueda expandir la empresa en diferentes regiones el recurso humano crecerá notablemente por ende se afianza su solidez y crecimiento dentro del mercado de prestación de servicios.

En adición a lo explicado, los beneficiarios del servicio de gimnasio que en este caso son los niños de 4 a 15 años de edad tendrán la posibilidad de recibir orientación de ejercicios que contribuirán al mejoramiento de su salud y bienestar emocional y psicológico, así mismo su aptitud física; además orientación nutricional si lo requiere. Todo lo anterior en un ambiente agradable y con las mejores disposiciones para satisfacer el usuario.

Con respecto a la aceptación de la nueva empresa se tendrá que realizar una labor de mercadeo que impacte y que permita ganarse la credibilidad de la comunidad Bumanguesa.

Por otra parte el nuevo servicio de gimnasio impactara positivamente contribuyendo a la generación de empleo directo representado en: servicios de mensajería, transporte de los niños, servicios generales. Servicios de vigilancia, mantenimiento e insumos.

Aunque la cantidad de trabajo generado por estas actividades resulta difícil de cuantificar, su representatividad es importante y tendrá beneficios económicos para ciertas personas de la ciudad de Bucaramanga.

6.2 IMPACTO AMBIENTAL

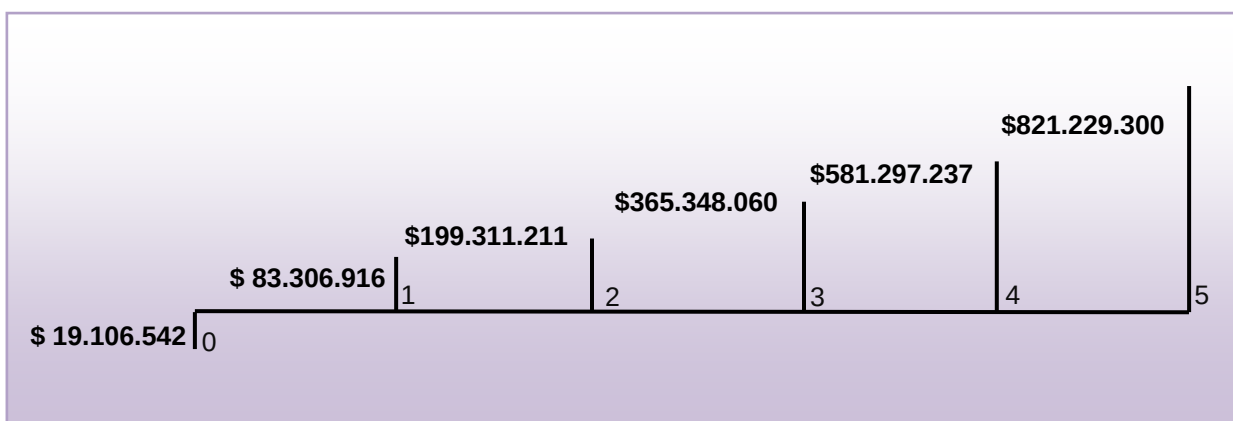
Cuadro 84. Matriz Impacto Ambiental

Elemento Ambiental	Actividades	Efectos Ambientales	Tipo	Magnitud Del Efecto	Medios De Prevención	Actividad De Prevención
AGUA	Aseo personal Aseo logístico Hidratación	Se estima un consumo de 30m ³ mensuales Residuales domésticos	Bacterias y residuos sólidos Materiales desechables Detergentes	Medio	Almacenamiento (Reciclaje) Dispositivos ahorradores, válvulas y sensores temporizadores.	Reutilización como materia prima para empresas Aporte estrato 4 al acueducto para su tratamiento de aguas residuales
AIRE	Olor ofensivo El polvo doméstico	Emisión Contaminación	Hongos Escamas cutáneas Ácaros	Bajo	Reducir la concentración El sol y la ventilación	Limpieza Reemplazar la escoba Recomiendan aspiradoras Purificadores de aire
ENERGIA	Eléctrica	Iluminación urbana consumo esperado 200kw mensuales	Lumínica	Medio	Control de desperdicio Bombillos ahorradores	Gasto estrato 4
SUELO	Biodisponibilidad Residuo o desecho	Carga crítica Infecciosas, Tóxicas Transformación	Filtraciones de aguas Causen riesgo	Bajo Alto	Estudios geológicos Plan de ordenamiento territorial	Plan de contingencia
FAUNA	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
FLORA	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
PAISAJE	Publicidad	Contaminación Visual	Vallas, avisos, Volantes y folletos	Alto	Reciclaje	Utilización de papel reciclable Aplicación de Normatividad ambiental

EVALUACIÓN FINANCIERA

Para la evaluación financiera se planifico el flujo de fondos del proyecto que se presenta a continuación.

Figura 31. Flujo de Caja



6.2.1 Valor Presente Neto VPN. Permite evaluar si el proyecto, teniendo en cuenta todos los ingresos y egresos a una tasa de descuento o de oportunidad, para el proyecto será de 25% anual.

Cuadro 85. Calculo de Valor Presente Neto

AÑO	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014
Saldo en caja	-134. 593.582	64.200.374	116.004.295	166.036.848	215.949.178	259.038.605
VPN	249.354.885					

6.2.2 Tasa Interna de Retorno TIR. La tasa interna de retorno refleja la máxima rentabilidad que entrega el proyecto. Es la tasa de interés que ganan los dineros que permanecen invertidos en el proyecto.

Cuadro 86. Calculo de Tasa Interna de Retorno

AÑO	2.009	2.010	2.011	2.012	2.013	2.014
Saldo en caja	-134. 593.582	64.200.374	116.004.295	166.036.848	215.949.178	259.038.605
TIR	79.81%					

6.2.3 Periodo de Recuperación. De acuerdo a las utilidades reflejadas se puede definir que la inversión realizada se viene a recuperar en 29 meses el segundo año y 5 meses de funcionamiento.

Cuadro 87. Periodo de Recuperación

AÑO	VALOR PRESENTE
0	-134.593.582
1	64.200.374
2	116.004.295
3	166.036.848

6.2.4 Análisis de las razones financieras

Cuadro 88. Razones Financieras

RAZONES FINANCIERAS	AÑO BASE	AÑO 1
Indicadores de Liquidez		
Razón corriente	0,18	0,83

Indicadores de Endeudamiento		
Índice de endeudamiento	80%	59%
Participación Patrimonial	20%	41%
Cobertura de intereses		3.54
Indicadores de Actividad		
Rotación de activos		64.95
Indicadores de Rendimiento		
Margen neto		13%
Rentabilidad del Patrimonio		60.33%
Rentabilidad Activo Total		24%

Razón Corriente: Indica que el gimnasio durante el año base cuenta con \$0.18 para responder por sus obligaciones financieras a corto plazo, mientras que el año 1 cuenta con \$0.83.

Índice de Endeudamiento: Indica que del total de las inversiones de la empresa el 80% pertenece a terceros a través de créditos en el año base, comparado con el 59% correspondiente al año 1.

Participación Patrimonial: Indica que 20% del total de las inversiones de la empresa pertenecen a propietarios en el año base, mientras que el 41% corresponden al año 1.

Rotación de Activos: Indica que por cada \$1 de activos se está vendiendo \$64.95.

Margen Neto: Muestra que el rendimiento de inversión proviene de un 13% de la eficiencia en el uso de los recursos para la prestación del servicio.

Rentabilidad del Patrimonio: Indica que los inversionistas están obteniendo un 60.33% de rentabilidad sobre la participación en el gimnasio.

Rentabilidad Activo Total: Muestra que el gimnasio obtiene un 24% de utilidades sobre el total de activos.

Se observa entonces que durante el primer año de funcionamiento de CHILDREN GYM, se obtiene una utilidad significativa.

CONCLUSIONES

El gimnasio CHILDREN GYM estará ubicado en el sector de Real de Minas, de acuerdo al estudio de localización por ser el sitio más propicio de acuerdo a los factores tenidos en cuenta; representa una alternativa de negocio viable y real tanto de la perspectiva financiera como social. Como lo indica los criterios de la evaluación financiera del proyecto es una alternativa recomendable frente a otras alternativas del mercado y adicionalmente su impacto social es favorable puesto que se crean cinco empleos directos.

Los mercados potenciales y reales para la nueva empresa prestadora de servicio de gimnasio son representativos teniendo en cuenta el mercado real de 37.826 familias que tienen niños con edades de 4 a 15 años de edad y solo estamos considerando cubrir el 61% en el primer año de la participación del mercado equivalente a 190.320 cupos o usuarios de la capacidad utilizada. La razón que explica esta situación es la que en la ciudad no existe un servicio de gimnasio exclusivo para niños que atienda esta demanda.

A partir del estudio técnico del proyecto se demostró que es posible responder a las necesidades del mercado proyectado con condiciones de calidad, profesionalismo, horarios favorables de acuerdo a la necesidad, precios módicos todos en un ambiente agradable y con las mejores disposiciones para la satisfacción del usuario, manteniendo un nivel de costos aceptable, siempre y cuando se cumplan básicamente los siguientes aspectos relacionados con ubicación, tamaño y talento humano.

Igualmente la tecnología, los insumos e infraestructura requerida para el proyecto no son considerables en relación a su costo, siendo fácil de acceder a ellos, por tanto no representa limitaciones para el gimnasio para niños.

El estudio administrativo y legal del gimnasio para niños indica como la alternativa más viable la creación de una sociedad familiar para estos efectos se propone inicialmente que los socios de la empresa sean cinco (los emprendedores de la idea de negocio familia Rodríguez Núñez). A su vez la organización propuesta para el gimnasio para niños cuenta con cinco empleados con salarios fijos (Gerente, secretaria, servicios generales, instructores, fisioterapeuta). Y ocho por prestación de servicios (medico, nutricionista, contador, asesor jurídico, instructores, vigilante). Para la cobertura de la demanda estimada, buscando ofrecer salarios competitivos en el mercado, pero cuidando a su vez que los costos de personal para la operación del negocio no sean muy altos.

En la evaluación del estudio financiero del proyecto la tasa de retorno calculada fue 79.81% mostrando que es una buena alternativa de inversión superior respecto a al promedio en el mercado actual; es necesario considerar la inversión requerida para esta empresa es (\$134.5093.582 millones de pesos) y que su mercado representa una alternativa de bajo riesgo puesto que hay una gran demanda del servicio (los padres de familia desean que sus hijos mantengan una excelente actividad física en un lugar seguro y cómodo).

El tiempo de recuperación de la inversión del gimnasio para niños es de dos años y cinco meses. Siendo bastante considerable la inversión de \$134.5093.582 millones de pesos. Si se recauda además que para el cálculo de esta inversión se actualizaron los ingresos netos según la tasa de interés de oportunidad de 25% se determina que a pesos corrientes este periodo de recuperación es mucho menor y que un inversionista vería recuperada su dinero en el mediano plazo, teniendo aliciente que el gimnasio posee una inversión para su permanencia a largo plazo.

Las razones financieras aplicadas a las proyecciones financieras contables del gimnasio muestran una empresa estable y creciente, indicando solidez financiera buena rentabilidad, alta rotación de capital, bajo nivel de cartera y endeudamiento. Esta manera las razones presentan las bondades del negocio siempre y cuando el inversionista tenga presente las necesidades de invertir en la empresa para su sostenido crecimiento.

RECOMENDACIONES

Para el proyecto se recomienda realizar una gestión publicitaria donde se dé a conocer totalmente el servicio con sus características y bondades, para el usuario.

Se recomienda que CHILDREN GYM sea un gimnasio atractivo para sus clientes, su fachada, sus instalaciones y su organización impacten al usuario, para desarrollar de forma adecuada el lema de “creciendo en forma”.

Es importante tener en cuenta cada estudio e investigación o estadísticas a realizaren por los diferentes entes comprometidos en la actividad física de los niños, para consolidar el número de posibles clientes para el gimnasio.

Igualmente se recomienda la realización de un benchmarking para la evaluación de los servicios y métodos respectivos a los competidores, analizando las debilidades y fortalezas de la competencia para estar actualizando las exigencias del mercado.

BIBLIOGRAFÍA

1. BARRÍA PM, Amigo H. Transición Nutricional. Una revisión del perfil latinoamericano. ALAN 2006; 56: 1-21.
2. USCÁTEGUI RM, Pérez JA, Aristizábal JC, Camacho JA. Exceso de peso y su relación con presión arterial alta en escolares y adolescentes de Medellín, Colombia. Archivo Latinam Nutrición 2003; 53:4.
3. GAMBOA EM, Barbosa N, Quintero DC. Prevalencia de sobrepeso y obesidad en adolescentes del municipio de Floridablanca, Colombia. MED UNAB 2007; 10: 5–12.
4. CAMARGO DM, Orozco LC, Herrera E. Dolor musculoesquelético en adolescentes. Prevalencia y factores asociados. Salud UIS 2007; 39:159-168.
5. Federación Internacional De Medicina Deportiva, F.I.M.S. (1989): "La actividad física reduce los factores de riesgo para la salud" Archivos de Medicina del deporte. Vol VI, nº 21, Págs. 79-80.
6. Laboratorio Integrado de Ciencias Aplicadas a la Actividad Física y el Deporte -Universidad de Antioquia. Universidad de San Buenaventura- Medellín.
7. RAMÍREZ, William / VINACCIA, Stefano / SUÁREZ, Gustavo Ramón. Artículo actividad física y cambios funcionales en el cerebro.
8. PÉREZ, Samaniego, V. Actividad física, salud y actitudes. Edetania Ediciones. Valencia. (2001).

9. www.bucaramanga.gov.co
10. Congreso de Colombia Ley 590 Julio 10 de 2000 - Promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.
11. Congreso de Colombia Ley 863 Diciembre 27 de 2003.
12. Código sustantivo de trabajo
13. Congreso de Colombia Ley 181 de Enero 18 de 1995
14. Sistema único de información de servicios públicos al 31 de agosto de 2008.
15. Sistema único de información de servicios públicos diciembre de 2008.
16. DANE proyección de población municipal 2005 – 2009.
17. Exceso de peso y su relación con presión arterial alta en escolares y adolescentes de Medellín, Colombia. Archivo Latinam Nutrición 2003; 53:4.
18. Volantes y tarjetas de presentación arte y diseño grafiti, música Ernesto y sus estrellas, champaña, Vanguardia Liberal.
19. Plan de Ordenamiento Territorial POT Bucaramanga.

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA DEMANDA

El siguiente encuesta va dirigida a padres de familia con hijos en edades entre 4 y 15 años. El objetivo de la presente encuesta es realizar una investigación formal de mercado que permita determinar, comportamientos, hábitos, costumbres, necesidades, preferencias, nivel de aceptación sobre un gimnasio exclusivo para niños y jóvenes en las edades anteriormente mencionadas en el municipio de Bucaramanga.

Agradecemos de antemano la objetividad y veracidad de la información que pueda brindar a través de esta encuesta.

Nombre _____ Dirección _____
Teléfono _____ Ocupación _____

1. ¿En su núcleo familiar hay niños en edades entre los 4 y 15 años?

Si ☐

No ☐

Cuantos ☐

2. ¿De los siguientes cual es el principal medio de esparcimiento de su hijo (s) actualmente?

- a. Deporte
- b. Televisión
- c. Internet
- d. Videojuegos

3. ¿Cómo califica los medios de entretenimiento que actualmente practica su hijo (s)?

- a. Bueno
- b. Regular
- c. Aceptable
- d. Malo
- e. Deficiente

4. ¿Cómo califica el estado físico de su hijo (s)?

- a. Bueno
- b. Regular
- c. Malo

5. ¿Conoce o ha oído hablar de algún gimnasio para niños y jóvenes?

Si ☐

No ☐

Cual _____

6. ¿Cree usted que los gimnasios contribuyen a mejorar el bienestar físico y mental de su hijo (s)?

Si ☐

No ☐

Por que _____

Introducción. Gimnasio para niños, es un programa de ejercicios y actividad física, que surge ante la evidencia de que los niños se muestran físicamente inactivos y el sedentarismo avanza en la población infantil.

7. ¿Estaría dispuesto (a) ha adquirir el servicio de gimnasio para su hijo?

Si ☐

No ☐

Por que _____

8. ¿Con que periodicidad estaría dispuesto (a) a utilizar este servicio de gimnasio?

- a. Todos los días
- b. Una vez a la semana
- c. Cada quince días

9. ¿En qué horario le gustaría que se prestara el servicio?

- a. Jornada Mañana
- b. Jornada Tarde
- c. Fines de semana

10. ¿En qué sector le gustaría que se prestara el servicio?

- a. Barrio la Aurora
- b. Barrio San Alonso
- c. Cabecera
- d. Real de Minas
- e. Otro _____

11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el servicio mensualmente?

- a. Entre \$ 40.000 y \$ 50.000
- b. Entre \$ 50.000 y \$ 60.000
- c. Entre \$ 60.000 y \$ 70.000
- d. Entre \$ 70.000 y \$ 90.000

12. De los siguientes medios publicitarios, en cual le gustaría que se diera a conocer el servicio?

- a. Radio
- b. Prensa
- c. Revistas
- d. Volantes
- e. Afiches y Vallas

13. ¿Qué otros servicios le gustaría que se prestaran en el gimnasio?

Gracias por su colaboración.

ANEXO 2. ENCUESTA OFERTA

La siguiente encuesta va dirigida a las empresas que prestan el servicio de gimnasio en la ciudad de Bucaramanga. El objetivo de la encuesta es realizar una investigación formal de mercado que permita el conocimiento de la oferta, con las empresas que prestan el servicio de gimnasio en la ciudad de Bucaramanga.

Agradecemos la objetividad y veracidad de la información que pueda brindar a través de esta encuesta.

Nombre del gimnasio _____ Dirección _____ Teléfono: _____

5. ¿Cuánto tiempo lleva operando su gimnasio en la ciudad de Bucaramanga?

- a. 1 a 3 años _____
- b. 4 a 5 años _____
- c. 6 a 10 años _____
- d. 11 años y mas _____

6. ¿Cuál es su horario de atención?

- a. Lunes a viernes todo el día
- b. Lunes a viernes en la tarde
- c. Lunes a viernes en la noche
- d. Fines de semana todo el día
- e. Otros

7. ¿De los servicios que ofrece, determine el porcentaje en que presta los servicios siguientes?

- | | |
|-------------------|------------|
| a. Cardiovascular | g. Otros |
| b. Spinning | |
| c. Aeróbicos | |
| d. Pilates | Cual _____ |
| e. Maquinas | |
| f. Pesas | |



8. Qué cantidad de personas toman el servicio de gimnasio que usted ofrece actualmente?

- a. Diariamente
- b. Semanalmente
- c. Quincenalmente
- d. Mensualmente

9. De los clientes que atiende determine el porcentaje de la distribución en edades para los siguientes:

- a. 4 a 15 años
- b. 16 a 25 años
- c. 26 a 35 años
- d. 36 a 45 años
- e. 46 años y mas

6. ¿Cuál es el costo del servicio de gimnasio?

- a. Más de \$ 50.000
- b. Entre \$ 70.000 y \$ 100.000
- c. Entre \$ 110.000 y \$ 150.000
- d. Más de \$ 160.000

7. ¿Utiliza algún medio de comunicación (auditivo y /o impreso) para publicar su gimnasio?

Si ☐

No ☐

(Si su respuesta es afirmativa pase a la pregunta N.º 7, de lo contrario continúe con la pregunta N.º 8)

8. ¿Cuál medio de comunicación es utilizado para promocionar su establecimiento?

- a. Radio
- b. Revistas
- c. Internet
- d. Prensa
- e. Volantes
- f. Pancartas
- g. Visitas a los clientes

9. ¿Cuál es el área total con la que cuenta su establecimiento?

- a. 500m²
- b. 800m²
- c. 1000m²
- d. 1500m²
- e. 2.500m²

10. ¿Qué promociones ofrece su establecimiento?

- a. Descuento para estudiantes
- b. Descuento afiliados
- c. Por pago trimestral
- d. Por pago semestral
- e. Por pago anual

11. ¿Qué servicios adicionales ofrece su establecimiento?

- a. Sauna
- b. Estética
- c. Nutrición
- d. Médico
- e. Fisioterapia
- f. Entrenamiento personalizado

Gracias por su colaboración.

ANEXO 3. DISTRIBUCIÓN DE LA PLANTA

