



**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIO DEPORTIVO
PARA NIÑOS EN BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA**

MARISOL JAIMES VELANDIA

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2022**

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA PRESTADORA DE SERVICIO DEPORTIVO
PARA NIÑOS EN BUCARAMANGA Y SU AREA METROPOLITANA**

MARISOL JAIMES VELANDIA

Estudio de factibilidad presentado como requisito para optar al título
profesional de gestora empresarial

**TUTOR
ALEJANDRO VILLARRAGA PLAZA
Magister en E-Learning**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTIÓN EMPRESARIAL
BUCARAMANGA
2022**

DEDICATORIA

Por medio de este documento titulado trabajo de grado, plasmo cada uno de los sentimientos que se han manifestado para la realización de este entregable, quiero dedicar este ejercicio a los seres más allegados a mi vida, amigos cercanos, familiares, compañeros e hija quien con su esfuerzo y apoyo hicieron que en la realización de este proyecto no desfalleciera dándole lugar también a sus metas y propósitos de alcanzar el mismo logro para cada uno de ellos.

Así mismo dedico este designio a quien jamás lo leerá pues ya se convirtió en una estrella que siempre va acompañarme y sé que desde donde se encuentre lo va a saber, en algún momento nos volveremos a encontrar y poder entregarte toda mi gratitud por el esfuerzo que hizo para enseñarme con su ejemplo los valores de la vida por lo pronto este logro es para ti Pacifico Corzo.

A mis profesores que siempre estuvieron atentos a mis caídas brindando así la posibilidad de ir mejorando en el aprendizaje y con la mayor disposición de atender mis equivocaciones para poder llegar a la meta.

Marisol Jaimes Velandia

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a la Deidad, por la sabiduría que me ha otorgado para la realización de esta idea, por el conocimiento que puso a mi paso y por las personas que llegaron en el momento preciso para levantarme cuando sentía que no tenía más tiempo, agradezco a mi jefe su apoyo involuntario por que de una forma u otra ha logrado enseñarme a establecer un carácter indispensable para mi formación laboral profesional sana, a mi compañera de trabajo que con su autoridad me enseña a ser precisa en los comentarios y organización de la ocupación a la que nos dedicamos, Karen Africano a Henry Alberto que llego hacerme entender que a pesar de las dificultades siempre, mientras haya vida habrá otra oportunidad para seguir surgiendo.

Al Magister Alejandro Villarraga Plazas director de proyecto que me guió hasta el final para la culminación de esta idea, finalmente a todas aquellas personas que con su esfuerzo económico y moral permitieron que este sueño se realizara, a todos y cada uno de aquellos que ya no se encuentran conmigo y siempre tuvieron los más sinceros deseos frente a esta carrera universitaria.

Marisol Jaimes

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	17
1. ANÁLISIS DEL SECTOR.....	19
1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR.....	20
1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR	21
1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR	24
1.4 OPORTUNIDADES Y/O AMENAZAS.....	27
1.5 MARCO LEGAL.....	28
1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO.....	29
2. ESTUDIO DE MERCADOS.....	32
2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADOS.....	32
2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO.....	33
2.2.1 Descripción, Usos y especificaciones del Servicio.....	33
2.2.2 Atributos diferenciadores.....	35
2.3 SEGMENTO DEL MERCADO.....	35
2.3.1 Mercado potencial.....	36
2.3.2 Mercado Disponible.....	36
2.3.3 Mercado efectivo.....	37
2.3.4 Mercado Objetivo.....	37
2.4 ESTUDIO DE LA DEMANDA.....	37
2.4.1 Necesidades de Información.....	38
2.4.2 Tabulación y presentación y análisis de los resultados	40
2.4.3 Estimación de la demanda actual.....	51
2.4.4 Demanda efectiva anual.....	52
2.4.5 Proyección de la demanda.....	52
2.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA	52
2.6 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO MÍNIMO VIABLE.....	57
2.6.1 Descripción, usos y especificaciones del producto o del servicio.	57
2.6.2 Atributos diferenciadores del producto o del servicio con respecto a la competencia....	57
2.7 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN.....	58
2.8 ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PRECIOS.....	58
2.9 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES.....	58
2.9.1 Estrategias de comunicación.....	59

2.9.2 Presupuesto de comunicación.....	60
2.9.2.1 Presupuesto de lanzamiento.....	60
2.9.2.2 Presupuesto de operación.....	61
3. ESTUDIO TÉCNICO.....	62
3.1 TIPO Y TAMAÑO DEL PROYECTO.....	62
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.....	62
3.1.2 Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto	63
3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO.....	66
3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable.....	68
3.2.4 Análisis Ambiental.....	71
3.2.5 Recursos Clave.....	72
3.2.5.1. Recurso Humano.....	73
3.2.5.2. Recursos Físicos / Infraestructura.....	73
3.2.5.3 Insumos y/o materias primas.....	76
3.2.6 Distribución de planta.....	79
3.2.7 Localización.....	81
3.2.7.1 Macro Localización.....	81
3.2.7.2 Micro localización.....	82
3.2.8 Control de calidad.....	83
3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO.....	83
3.3.1 Capacidad diseñada.....	84
3.3.2 Capacidad Instalada.....	85
3.3.3 Capacidad total utilizada y proyectada.....	86
4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO.....	87
4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN	87
4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	89
4.2.1 Misión.....	89
4.2.2 Visión.....	89
4.2.3 Valores Corporativos.....	89
4.2.4 Organigrama.....	93
4.2.5 Descripción de Cargos.....	93
4.2.6 Asignación salarial.....	101
5. ESTUDIO FINANCIERO.....	102
5.1 INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA.....	103

5.1.1 Inversión Fija.....	103
5.1.2 Inversión diferida.....	103
5.2 COSTOS Y GASTOS.....	104
5.2.1 Costos de producción.....	104
5.2.1.1 Costos fijos.....	104
5.2.1.2 Costos variables.....	104
5.2.1.3 Costos totales de producción.....	105
5.2.2 Gastos de administración y ventas.....	105
5.2.2.1 Gastos fijos de administración y ventas.....	105
5.2.2.2 Gastos variables de administración y ventas.....	105
5.2.2.3 Gastos totales de administración y ventas.....	106
5.3 CAPITAL DE TRABAJO.....	106
5.3.1 Periodo de capital de trabajo.....	106
5.3.2 Estructura del crédito.....	106
5.3.2.1 Amortización del crédito.....	107
5.3.2.2 Gastos financieros.....	107
5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo.....	108
5.4 INVERSIÓN TOTAL.....	108
5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL.....	109
5.5.1 Recursos propios.....	109
5.5.2 Recursos de financiación.....	109
5.6 PRECIO DE VENTA.....	109
5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS.....	111
5.7.1 Estado de Resultados proyectado.....	111
5.7.2 Flujo de Fondos proyectado.....	112
5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado.....	113
5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA.....	116
5.8.1 Razones financieras.....	116
5.8.1.1 Razones de liquidez.....	116
5.8.1.2 Razones de operación.....	116
5.8.1.3 Razones de rentabilidad.....	117
5.8.1.4 Razones de endeudamiento.....	117
5.8.2 Indicadores de viabilidad.....	119
5.8.2.1 Tasa Interna Retorno (TIR).....	119

5.8.2.2 Valor Presente Neto (VPN).....	119
5.8.2.3 Período de recuperación.....	119
5.8.2.4 Punto de equilibrio.....	120
7. CONCLUSIONES.....	124
8. RECOMENDACIONES.....	127
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	128
ANEXOS.....	131

LISTA DE TABLAS

Pág.

Tabla 1. Clasificación de empresas por PIB, Santander.....	31
--	----

Tabla 2. Cálculo Población total rango de edad.....	35
Tabla 3. Cálculo mercado potencial.....	36
Tabla 4. Resultados pregunta 1.....	40
Tabla 5. Resultados pregunta 2.....	41
Tabla 6. Resultado pregunta 3.....	42
Tabla 7. Resultados pregunta 4.....	43
Tabla 8. Resultado pregunta 5.....	45
Tabla 9. Respuesta pregunta 6.....	45
Tabla 10. Resultado pregunta 7.....	46
Tabla 11. Resultado pregunta 8.....	47
Tabla 12. Resultado pregunta 9.....	48
Tabla 13. Resultado pregunta 10.....	49
Tabla 14. Resultado pregunta 11.....	50
Tabla 15. Proyección de la demanda.....	52
Tabla 16. Matriz Benchmarking.....	55
Tabla 17. Presupuesto de lanzamiento.....	60
Tabla 18. Presupuesto de operación.....	61
Tabla 19. Equipo de oficina.....	74
Tabla 20. Equipo de computación y comunicación.....	74
Tabla 21. Maquinaria y equipo.....	75
Tabla 22. Muebles y enseres.....	75
Tabla 23. Materiales, repuestos y accesorios.....	76
Tabla 24. Materiales indirectos.....	77
Tabla 25. Factores a tener en cuenta para definir microlocalización.....	82
Tabla 26. Capacidad total utilizada y proyectada.....	86
Tabla 27. Asignación salarial MOD.....	101
Tabla 28. Asignación salarial nómina administrativa.....	102
Tabla 29. Inversión fija.....	103
Tabla 30. Inversión diferida.....	103
Tabla 31. Costos fijos.....	104

Tabla 32. Costos variables.....	104
Tabla 33. Costos totales de producción.....	105
Tabla 34. Gastos fijos de administración y ventas.....	105
Tabla 35. Gastos variables de administración y ventas.....	105
Tabla 36. Gastos totales de administración y ventas.....	106
Tabla 37. Prorrateso entre costos y gastos.....	106
Tabla 38. Estructura del crédito.....	107
Tabla 39. Amortización del crédito.....	107
Tabla 40. Amortización del crédito primeros 3 meses.....	107
Tabla 41. Gastos financieros.....	108
Tabla 42. Gastos financieros primeros 3 meses.....	108
Tabla 43. Resumen del capital de trabajo.....	108
Tabla 44. Inversión total.....	109
Tabla 45. Recursos propios.....	109
Tabla 46 Recursos de financiación.....	109
Tabla 47. Estructura de capital.....	109
Tabla 48. Precio de venta.....	110
Tabla 49. Estado de resultados proyectado.....	111
Tabla 50. Flujo de fondos proyectado.....	112
Tabla 51. Estado de Situación Financiera inicial y proyectado.....	114
Tabla 52. Razón de liquidez.....	116
Tabla 53. Razones de operación.....	116
Tabla 54. Razones de rentabilidad.....	117
Tabla 55. Razones de endeudamiento.....	118
Tabla 56. Indicadores de viabilidad.....	119
Tabla 57. Periodo de recuperación.....	119
Tabla 58.. Formulas punto de equilibrio.....	120
Tabla 59.Datos relevantes punto de equilibrio.....	120
Tabla 60. Punto de equilibrio.....	120

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Normativa.....	28
Cuadro 2. Ficha técnica.....	39
Cuadro 3. Suministros e insumos.....	64
Cuadro 4. Tecnología y equipos.....	64
Cuadro 5. Muebles y enseres.....	65
Cuadro 6. Ficha Técnica del Servicio.....	67
Cuadro 7. Ficha técnica del producto mínimo viable.....	68
Cuadro 8. Análisis ambiental.....	71
Cuadro 9. Recursos Clave.....	72
Cuadro 10. Recurso Humano.....	73
Cuadro 11. Análisis de proveedores.....	78
Cuadro 12. Distribución de planta.....	80

Cuadro 13. Micro localización.....	82
Cuadro 14. Oferta semanal por línea de servicio.....	84
Cuadro 15. Capacidad instalada.....	85
Cuadro 16. Forma de constitución.....	88
Cuadro 17. Descripción del cargo a gerente general.....	94
Cuadro 18. Descripción del cargo auxiliar administrativo.....	95
Cuadro 19. Descripción del cargo recepcionista.....	96
Cuadro 20. Descripción del cargo contador.....	97
Cuadro 21. Descripción del cargo fisiatra.....	98
Cuadro 22. Descripción del cargo nutricionista.....	98
Cuadro 23. Descripción del cargo deporto logo.....	99
Cuadro 24. Descripción del cargo entrenador.....	100
Cuadro 25. Descripción del cargo empleada de limpieza.....	100
Cuadro 26. Análisis de factibilidad de negocio por criterio Canvas.....	122

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Resultados pregunta 1.....	41
Gráfico 2. Resultados pregunta 2.....	42
Gráfico 3. Resultado pregunta 3.....	43
Gráfico 4. Resultado pregunta 4.....	44
Gráfico 5. Resultado pregunta 5.....	45

Gráfico 6. Respuesta pregunta 6.....	46
Gráfico 7. Resultado pregunta 7.....	47
Gráfico 8. Resultado pregunta 8.....	48
Gráfico 9. Resultado pregunta 9.....	49
Gráfico 10. Resultado pregunta 10.....	50
Gráfico 11. Resultado pregunta 11.....	51
Gráfico 12. Punto de equilibrio.....	120

LISTA DE FIGURAS

Pág.

Figura 1. Mapa de Bucaramanga.....	30
Figura 2. Logotipo.....	59
Figura 3. Descripción y diagramación de actividades clave.....	70
Figura 4. Mapa de Bucaramanga.....	81
Figura 5. Organigrama.....	93

LISTA DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Distribución de planta.....80

RESUMEN

Título: Creación de una empresa prestadora de servicio deportivo para niños en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana¹.

Autor: Marisol Jaimes Velandia².

Palabras Claves: Creación de una empresa, centro deportivo, entrenamiento, nutrición.

Descripción: La formulación y puesta en marcha de esta iniciativa empresarial tiene como propósito generar un escenario donde niños y jóvenes desarrollen al máximo sus competencias psicomotrices y deportivas asociado a las capacidades cognitivas, físicas, emocionales y socio-afectivas, a través de la estimulación temprana y el juego donde las clases grupales trabajarán diversos deportes y actividades dirigidas diseñadas con base a las necesidades de cada niño y adolescente según su edad. El centro deportivo Space Gym irá enfocado al cuidado y desarrollo de los niños y adolescentes en un entorno seguro, y la prestación del servicio se enfocará en el impulso de capacidades físicas y afectivas, así como al cuidado de la salud, especialmente en la prevención de la obesidad infantil, entre las alternativas más destacadas para contrarrestar este problema de salud pública es la realización de actividades físicas junto a una dieta equilibrada.

Por otro lado, esta iniciativa también busca fomentar la buena relación entre los padres e hijos, y que el niño y el adolescente tenga la capacidad de socializar y desenvolverse con éxito en ambientes nuevos.

Tal y como lo menciona Abello y Acosta (2006) “el cuidado y desarrollo de la primera infancia representa una prioridad indispensable si se quiere avanzar en la construcción de sociedades incluyentes, con capacidad de avanzar de manera integrada y pacífica así como de competir y ser competentes en el complejo escenario contemporáneo y como fundamento para hablar de una sociedad garante de los derechos que compromete de manera participativa a la familia, la comunidad, la sociedad civil, al estado y a los organismos internacionales.

¹ Trabajo de grado.

² Instituto de Proyección Regional y a Distancia. Director: Mg. Alejandro Villarraga

ABSTRACT

Title: Creation of a company that provides sports services for children in the city of Bucaramanga and its metropolitan area³.

Author: Marisol Jaimes Velandia⁴

Key Words: creation of company, Sport center, target market, specialized service.

Description: The formulation and implementation of this business initiative aims to generate a scenario where children and young people develop their psychomotor and sports skills to the maximum associated with cognitive, physical, emotional and socio-affective capacities, through early stimulation and game and group classes where various sports and directed activities designed in relation to the needs of each child and adolescent according to their age will be worked on. **The Space Gym sports center** will focus on the care and development of children and adolescents in a safe environment, and the provision of the service will focus on the development of physical and affective capacities, as well as health care, especially in the prevention of Childhood obesity, among the most prominent alternatives to counteract this public health problem is the performance of physical activities along with a balanced diet.

On the other hand, this initiative also seeks to promote good relationships between parents and children, and those children and adolescents have the ability to socialize and function successfully in new environments.

As mentioned by Abello and Acosta (2006) "early childhood care and development represents an essential priority if we want to advance in the construction of inclusive societies, with the capacity to advance in an integrated and peaceful way as well as to compete and be competent in the complex contemporary scenario and as a basis to speak of a society that guarantees rights that engages the family, the community, civil society, the state and international organizations in a participatory manner. "

INTRODUCCIÓN

³ Degree Work.

⁴ Institute for Regional and Distance Projection. Director: Mg. Alejandro Villarraga.

El análisis de la información recolectada para esta investigación, tomó como referencia la experiencia adquirida en proyectos con objetivos e intereses similares, los cuales se ilustran en el aparte de estudios técnico, de mercados, administrativo y financiero del presente documento, de este modo se pudo conocer que las extensas jornadas laborales a las que se encuentran sometidos los padres de familia llevan a delegar responsabilidades a personas ajenas a la familia y tomar decisiones frente a los menores que posiblemente no sea el de involucrarlos a las actividades físicas. Para ello se tiene pensado SPACE GYM un espacio adecuado, sano y con las dinámicas avanzadas para el desarrollo cognitivo y motriz del menor.

Teniendo en cuenta el estudio técnico, el estudio de mercado, el estudio legal y financiero, en la que se emplearon encuestas y se conoció la opinión de la población al cual se dirige este proyecto de factibilidad se pretende definir si es viable dicho centro deportivo en la ciudad de Bucaramanga.

Hoy en día, para lanzar un servicio al mercado es muy importante conocer a profundidad del sector con el fin de analizar las verdaderas necesidades de los consumidores en el mercado potencial y la oferta.

El estudio de mercados es aquella investigación que pretende determinar las características del mercado, en términos de tamaño, segmento de mercado y posicionamiento de los competidores.

Además, permite conocer si las especificaciones del servicio o producto corresponden al cliente que se desea impactar, se le denomina la primera investigación formal que forma parte de la investigación de mercados.

Con el estudio técnico se pretende resolver las preguntas básicas referentes a: donde, como y con quienes llevar a cabo el entrenamiento en el centro deportivo para niños que son equivalentes al tamaño del proyecto y proceso en desarrollo con la finalidad de obtener la viabilidad técnica del servicio.

El estudio administrativo representa uno de los aspectos más puntuales del estudio de factibilidad, ya que; si la actividad ejecutada en el área organizativa de la estructura del centro deportivo es efectiva las posibilidades del éxito son mayores.

El estudio financiero pretende mostrar el avance con los recursos financieros disponibles con el objetivo de organizar la información monetaria que proporcionaron los estudios anteriores, con esta metodología la evaluación del proyecto calcula la rentabilidad de la inversión en términos de los índices más utilizados que son el valor presente neto (VPN) y la tasa interna del rendimiento (TIR).

1. ANÁLISIS DEL SECTOR

1.1 DESCRIPCIÓN DEL SECTOR

A nivel mundial se ha tomado conciencia de la importancia que tiene el ejercicio en la vida cotidiana de los seres humanos, el deporte se ha convertido en un hábito permanente en las personas, dando lugar así a mejorar la calidad de vida de los seres humanos.

En cada etapa de la vida, el ser humano va perdiendo, elasticidad, flexibilidad, resistencia y equilibrio es por ello que; con el paso de los años se vuelve más común ver personas ejercitándose, ya sea caminando, en algún gimnasio o centro deportivo, según las etapas del desarrollo explicadas por Claudia Zampa⁵, respetar las etapas del desarrollo en el deporte manifiesta que el sistema nervioso central no funciona por sí solo, sino en interacción profunda con el medio ambiente⁶. Es decir que el contacto con otro tipo de ambiente al que se está acostumbrado hace que nuestra percepción de un nuevo sitio y con un poco de motivación se logren grandes cambios físicos y mentales.

Todo aprendizaje necesita fijación y posturas, posiciones y actitudes que permitan adquirir el equilibrio justo que servirá para desarrollar destrezas motoras y más adelante la aparición de la potencialidad corporal, que posibilitará una eficaz inhibición de la información corporal para lograr el desarrollo de aprendizajes simbólicos, lingüísticos y el manejo de instrumentos. Esto requiere un cuidadoso control neuro laberíntico del niño y el adolescente de un adecuado desarrollo psicomotor humano.

Para ejecutar un movimiento con sentido antes de la acción puramente perceptiva, está en juego el deseo de hacerlo, luego hará falta el aparato motor que la posibilite, y por último la ejecución del acto motor, la realización. El cuerpo humano, con sus movimientos es el instrumento a través del cual se

⁵ Licenciada en Fonoaudiología. Docente e Investigadora. Responsable del Servicio de Reeducción de la Voz. Área Foniátrica. Universidad Nacional de San Luis.

⁶ ZAMPA, Claudia. LA IMPORTANCIA DE RESPETAR LAS ETAPAS DEL DESARROLLO EN. Revista electrónica de psicología política, 2007, vol DEPORTE. 5, no 14.

realizan todas las tareas: conocer el mundo, los objetos, realizar acciones, conocer y relacionarse con otros seres humanos. Es así como se va organizando la capacidad motora de acuerdo a la modulación nerviosa y los estímulos del ambiente. A partir de un desarrollo psicomotor adecuado, se constituyen los procesos de desarrollo de la personalidad del niño y adolescente⁷.

- El desarrollo de aspectos cognoscitivos.
- La capacidad de atención.
- El desarrollo de nociones lógicas.
- El manejo del lenguaje, de la comunicación.
- El manejo de situaciones angustiosas.
- La capacidad de relación.

1.2 EVOLUCIÓN DEL SECTOR

La obesidad se ha presentado desde los años 3200 A.C y 476 D. C. el hombre prehistórico no mantenía una dieta equilibrada, en muchos casos la caza era su único sostenimiento y en ocasiones carne en estado de descomposición complementándose con raíces, vegetales, insectos, peces y animales pequeños, con el desarrollo de la tecnología de la caza, el ser humano se convirtió en depredador de manadas salvajes.

La obesidad era una manera de supervivencia teniendo en cuenta que se pasaban muchas temporadas de escasez, pocas personas lograban alcanzar los 40 años de vida.

En Egipto existen restos cadavéricos que demuestran que la obesidad estuvo presente en la cultura de esta misma raza ya que en las autopsias egipcias de 4.000 años de antigüedad se demostró que existía aterosclerosis con predominio en las personas de un estrato socioeconómico alto.

⁷ ZAMPA, Claudia. LA IMPORTANCIA DE RESPETAR LAS ETAPAS DEL DESARROLLO EN. Revista electrónica de psicología política, 2007, vol DEPORTE. 5, no 14.

El gran filósofo Platón proclamó una certera observación sobre la alimentación y la obesidad cuando señaló que la dieta equilibrada contiene todos los nutrientes en cantidades moderadas y que la obesidad se asocia con la disminución de esperanzas a la vida.

En Roma, Galeno fue fiel a la medicina hipocrática, aunque también trabajó acerca de la obesidad y las clasificó como moderada e inmoderada mostrando una gran diferencia entre la adiposidad y un estilo de vida adecuado en el entrenamiento de los generales poco activos.

Japón Medieval y el Imperio Bizantino llegaban a la misma conclusión, con la ingesta de alimentos en cantidades no moderadas y alimentos no adecuados se producía la obesidad de manera rápida y afectando la condición física del ser humano, por ello la recomendación era realizar sudoración mediante baños termales hoy llamados baño de sauna.

La obesidad se identifica como gula a una persona que no puede controlar la ingesta de alimentos, es por ello que se produce el sedentarismo y la baja autoestima en algunas personas.

En el siglo XX se ha venido enfrentando el tema de la depresión consecuencia de no llevar el estado emocional a un nivel de satisfacción consigo mismo, al no encontrar una manera sana de saber variar los alimentos y no tener el hábito de ejercitarse convirtiéndose en un enemigo que se tiene y que definitivamente no saben cómo manejarlo, esto también ha dado paso a otro tipo de enfermedades psicológicas como la bipolaridad, ansiedad, trastornos de personalidad, pánico que en varias oportunidades ha llevado a la persona a la muerte.

Según el químico Meyer, las reacciones interactúan consigo mismo en un círculo vicioso donde el paciente reaccionaba de forma cognitiva a sus propios

pensamientos y emociones alimentando reacciones patológicas por lo tanto el tratamiento adecuado consiste en alejar al paciente de sus pensamientos por medio de las actividades físicas y la socialización, efectivamente creando las primeras estancias en terapia ocupacional⁸.

En 1996, la National Strength and Conditioning Association (NSCA) pública una declaración supervisada por un comité de 11 profesionales expertos en la investigación clínica y en el entrenamiento de fuerza en jóvenes. En la misma declara que: Un entrenamiento de fuerza debidamente diseñado y supervisado:

- Es seguro para los niños.
- Puede aumentar la fuerza en los niños.
- Puede ayudar al bienestar psicosocial de los niños.
- Puede ayudar a mejorar las habilidades motoras y el rendimiento deportivo en los niños.
- Puede ayudar a prevenir las lesiones en actividades deportivas y recreacionales.
- Puede mejorar la salud general de los niños. (Faigenbaum y col., 1996); citado por J. J. G. Badillo y J. Ribas (2002)

La evolución de los gimnasios para niños ha crecido en gran forma, tanto que una franquicia peruana ha traído su novedosa tendencia a Colombia, tal como es descrito en la página de la revista portafolio, fue creada por un educador llamado ROBIN WES y lleva impactando más de 33 países con 450 gimnasios creados para niños de 4 meses a 12 años de edad. Su metodología busca crear las condiciones ideales para que niños desde los cuatro meses hasta los 12 años puedan explorar su desarrollo físico, cognitivo y social permitiéndoles ser más felices, seguros de sí mismos y con alta autoestima⁹.

⁸ MEYER, Anabel. Los problemas de tipo reacción mental, causas y enfermedades mentales. Psychological Bulletin. (1908) [2021]. En línea: <https://doi.org/10.1037/h0072906>

⁹ PORTAFOLIO. "Llega al país el primer gimnasio de habilidades cognitivas para niños". {En línea}. {04 abril de 2019}. [19 marzo de 2021]. Disponible en: <https://www.portafolio.co/innovacion/llega-al-pais-el-primer-gimnasio-para-ninos-de-habilidades-cognitivas-528191>

En el desarrollo de esta actividad educativa se visitaron varios profesionales en el tema deportivo, gimnasios y personal capacitado en dirigir ejercicios personalizados se encontraron 5 casos especiales de niños de 12 años hasta los 16 años con problemas fuertes de depresión y melancolía por la ausencia de los padres, y la falta de interés a las actividades que cotidianamente deben realizar las personas sin ningún tipo depresivo , pero a cambio de esto se encontraba que los menores no están a gusto con su manera de vivir; tienen tiempo para poder organizar ideas poco productivas, además de estar en los juegos virtuales, en la televisión, o simplemente dedicando tiempo a pensamientos ilícitos que hacen posible que las drogas, el alcohol o algún vicio similar toque la puerta de los menores. El deporte no solo prepara un cuerpo atlético y armonioso, sino que también hace que los cambios vengan desde adentro, es decir la mente, los pensamientos y el amor propio, teniendo como resultados adolescentes sanos y entregados a un deporte encontrando el significado para apreciar la vida y ver las oportunidades como un logro.

En el siglo XXI se cuenta con una gran variedad de actividades físicas que se pueden desarrollar para el control de las enfermedades anteriormente mencionadas por ello **SPACE GYM**, es la alternativa afectiva que cada uno de los niños y adolescentes necesita para mejorar su diario vivir.

1.3 TENDENCIAS DEL SECTOR

Según el artículo “El impacto de la actividad física y el deporte sobre la salud, la cognición, la socialización y el rendimiento académico: una revisión teórica” los beneficios de la actividad física y el deporte suelen estar enmarcadas dentro del discurso médico, que propende por la práctica de deporte con miras a disminuir la probabilidad de ocurrencia de patologías de origen cardiaco, respiratorio, metabólico, 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. En este artículo se presenta una serie de investigaciones que hacen evidente los beneficios que el deporte tiene en cuanto a procesos de socialización, procesos mentales,

rendimiento escolar y mejoramiento de la calidad de vida de las personas que lo practican¹⁰.

Anteriormente los espacios deportivos siempre han sido escuelas deportivas, correr en canchas y aunque no está mal, los chicos siempre deberán estar bajo supervisión de algún adulto responsable. Los demás Centros deportivos que se han venido conformando son espacios cómodos, confiables y con estrategias motivacionales para que los chicos lo aprendan a disfrutar mientras cuidan de su salud¹¹.

A medida que la tecnología avanza con sus nuevos resultados y permite que se encuentre en ella más información, conocimientos que se han tenido olvidados, estructuras que se pueden utilizar a medida que pasan los años fortaleciendo el conocimiento en cada área a desarrollar sin importar la actividad, el deporte siendo un instrumento para la construcción de virtudes humanas más completas con las que el ser humano cuenta para mejorar su calidad de vida y así poder continuar una rutina de alimentación saludable y un cuerpo libre de sedentarismo. El deporte ha venido desarrollando técnicas y diversos tipos de entrenamientos para que no sea una excusa para llegar al objetivo que se tiene, esto ha hecho que el crossfit, el aumento de masa muscular(pesas), ejercicios funcionales, hayan ido más allá de implementar la fuerza muscular sino también la mente.

Basado en investigaciones y apoyado en conocimientos personales Greg Glassman inicialmente gimnasta y en sus años de adolescencia descubrió cómo el trabajo de la fuerza con mancuernas y barra de halterofilia le podía

¹⁰ RAMIREZ, William. VINACCIA, Stefano. SUAREZ, Gustavo. El impacto de la actividad física y el deporte sobre la salud, la cognición, la socialización y el rendimiento académico: una revisión teórica. En revista electrónica Uniandes,2004. Vol 18. Disponible en: <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/abs/10.7440/res18.2004.06>

¹¹ PASTOR, Francisco. EL ENTRENAMIENTO DE LA FUERZA EN NIÑOS Y JÓVENES. APLICACIÓN AL RENDIMIENTO DEPORTIVO Journal of Human Sport and Exercise, vol. II, núm. 1, enero, 2007, pp. 1-9 Universidad de Alicante.

ayudar a ser mejor gimnasta en relación a sus compañeros que solo trabajan con su propio peso corporal.

Esos fueron los inicios del método de entrenamiento funcional que poco a poco fue desarrollando con los años de experiencia en el sector del Fitness¹².

BODYTECH nace como una idea del grado de dos estudiantes del MBA de la Universidad de los Andes en Bogotá, Colombia quienes se conocieron en el año 1996. Los estudiantes Nicolás Loaiza y Gigliola Aycardi habían analizado la posibilidad de crear un lugar en donde a través del ejercicio se mejorará la calidad de vida de las personas y que además tuviera proximidad al lugar donde vivían o trabajaban. Luego de un minucioso estudio de mercadeo estructuraron, dentro de su proyecto de grado, la idea de cambiar el concepto de gimnasios, a Centros Médico Deportivos con un claro enfoque en salud.

Con préstamos de algunos bancos, sus ahorros y patrimonio de ese entonces, los jóvenes lograron fundar **BODYTECH** el 14 de julio de 1.997, inaugurando su primera sede el 9 febrero de 1.998 en la carrera séptima con calle 63, en el barrio Chapinero de Bogotá. Estos modelos de gimnasios fueron abriendo aperturas a gimnasios más capacitados a ser profesionales en el deporte y evidenciar el desarrollo en cada una de las personas que se dedican a realizarlo formando en ellos una manera de vivir saludable¹³.

En la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana se ha venido fortaleciendo gimnasios con las características como el **BODYTECH**, entre estos se encuentra el gimnasio **FITNESS ´PEOPLE y 24/7**, que se caracteriza por tener su gimnasio en un espacio cerrado contando con servicio las 24 horas, para no tener excusas. La tendencia en el mercado del deporte seguirá avanzando ya que la tecnología ayuda a que cada vez más, se cuente con

¹² AVILA, A. ¿Quién es Greg Glassman?. Anabel Ávila. [22 febrero de 2021] En línea: <https://anabelavila.com/greg-glassman/>

¹³ BODYTECH CORP. Nuestra historia. [22de febrero de 2021]. En línea: <https://bodytech.com.co/nuestra-historia>

mejores máquinas, mejores implementos deportivos, variadas técnicas y diversidad de acompañamientos deportivos para cualquiera que sea la necesidad.

1.4 OPORTUNIDADES Y/O AMENAZAS

Oportunidades:

Según el estudio que se adelanta para esta investigación, con los hogares de la ciudad de Bucaramanga es positivo tener el servicio del Centro Deportivo **SPACE GYM** el cual generará la oportunidad de tener un inicio limpio en cada uno de los niños y adolescentes de la ciudad, para la generación de hábitos, disciplina, confianza en sí mismos y un desarrollo motriz más avanzado para el logro de los objetivos propuestos por ellos mismos.

- Promocionar el espacio deportivo de tal manera que se pueda brindar el servicio a nivel nacional.
- Un espacio único en la ciudad dirigido a esta población.
- La crisis genera oportunidades de trabajo y la posibilidad de reinventarse e innovar.

Amenazas:

- Recursos económicos escasos en las personas que quieran tomar el servicio
- No entender el objetivo diferenciador del servicio

Aunque para evitar estas amenazas se ha realizado un estudio de mercado, siempre puede haber un margen de error que no permite obtener los resultados esperados.

Aunque se ofrecerá transporte puerta a puerta muchas de las personas tendrán la dificultad de acceder a ellos y se deba cancelar el servicio.

Las escuelas deportivas pueden implementar la estrategia desarrollada por el centro deportivo para niños para mejorar, teniendo en cuenta que llevan ventaja en el sector.

1.5 MARCO LEGAL

Se presentan las leyes y acuerdos, bajo los cuales se sustenta no solo el derecho a establecer un ente económico de carácter lucrativo, sino también aquellas que rigen la prestación del servicio de un centro como el que se pretende implementar.

Cuadro 1. Normativa

NORMATIVA	
Ley 2663 de 1950. "Sobre Código Sustantivo del Trabajo", en virtud del Estado de Sitio promulgado por el Decreto Extraordinario No 3518 de 1949.	Ley 905 de 2004. Por medio de la cual se modifica la Ley 590 de 2000 sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana y se dictan otras disposiciones
Ley 181 de 1995 "Por la cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el Sistema Nacional del Deporte."	Ley 1014 de 2006: de Emprendimiento y Empresario, mediante el cual se reglamenta el emprendimiento en Colombia. De fomento a la cultura del emprendimiento. Refiriéndose a las actitudes de la innovación del emprendedor, a la manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza, definiendo claramente los objetivos de un negocio y promoviendo el espíritu emprendedor tanto en la creación de empresas, así como en el posicionamiento de la misma generando acciones hacia estos logros
Ley 222 de 1995. Por la cual se modifica el libro II del Código del Comercio, se expide un nuevo régimen de procesos. Son comerciales, para todos los efectos legales, las sociedades que se formen para la ejecución de actos o empresas mercantiles. Si la empresa social comprende actos mercantiles y actos que no tengan esa calidad, la sociedad será comercial.	Ley 1231 de 2008. Por la cual se unifica la factura como título valor como mecanismo de financiación para el micro, pequeño y mediano empresario, y se dictan otras disposiciones.
Ley 256 de 1996. Sin perjuicio de otras formas de protección, la presente ley tiene por objeto garantizar la libre y leal	Acuerdo municipal 019 del 16 de mayo de 2011: "Mediante el cual se adopta la ley 729 de 2001 para la jurisdicción del municipio de

NORMATIVA	
competencia económica, mediante la prohibición de actos y conductas de competencia desleal, en beneficio de todos los que participan en el mercado.	Bucaramanga y se dictan disposiciones a través de la secretaría de salud para la expedición de licencias, permisos y autorizaciones para la entrada en funcionamiento de los centros de acondicionamiento y preparación física en Colombia".
Ley 590 de 2000. Por la cual se dictan las disposiciones para promover el desarrollo de las micros, pequeñas y medianas empresas. Analizar las disposiciones del gobierno nacional en materia de fortalecimiento empresarial.	Ley 1607 de 2012. Normas en materia de tributación, con relación a la reforma tributaria y su impacto en la economía de los entes económicos.
Ley 729 de 2001: "por medio de la cual se crean los Centros de Acondicionamiento y Preparación Física en Colombia".	Decreto 1074 de 2015. Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Comercio, Industria y Turismo.
Ley 789 de 2002. Reforma Laboral, por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social.	Ley 1943 DE 2018. "Por la cual se expiden normas de financiamiento para el restablecimiento del equilibrio del presupuesto general y se dictan otras disposiciones".

Fuente: Autor.

1.6 CONTEXTO GEOGRÁFICO

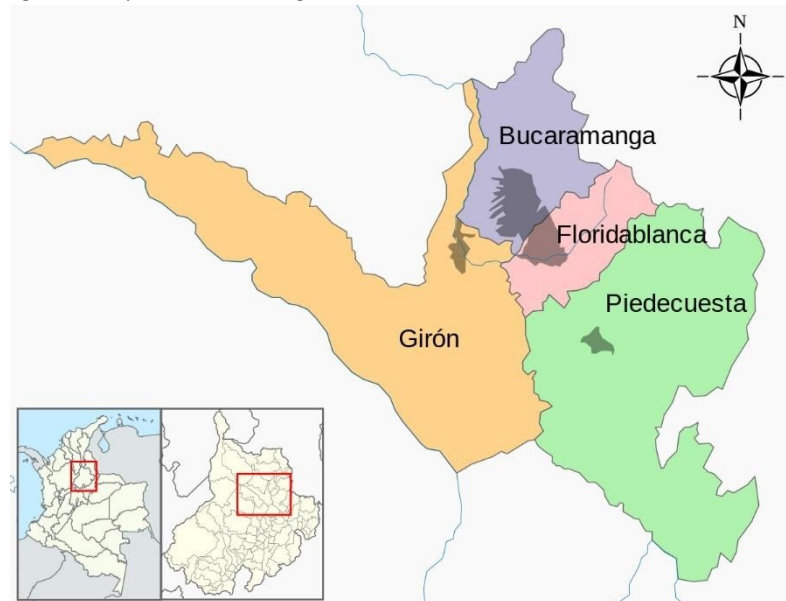
Bucaramanga es un municipio colombiano, capital del departamento de Santander, conocido como la ciudad más próspera de América Latina y ejemplo para el mundo. Está ubicado al nororiente del país sobre la Cordillera Oriental, rama de la cordillera de los Andes, a orillas del río de Oro. Bucaramanga cuenta con 528.855 habitantes y, junto con Floridablanca, Girón y Piedecuesta, conforma el área metropolitana de Bucaramanga, de acuerdo con el Departamento Nacional de Estadística DANE (2018) se calcula un total de 1.151.882 habitantes¹⁴, siendo la quinta aglomeración urbana más poblada del país. Se encuentra a 384 km de Bogotá, capital del país.

Por ser la capital del departamento de Santander, Bucaramanga alberga las sedes de la Gobernación de Santander, la Asamblea Departamental, la sede seccional de la Fiscalía y el Área Metropolitana de Bucaramanga. Junto con el

¹⁴ DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADISTICA, DANE. La información del DANE en la toma de decisiones regionales. Bucaramanga. DANE. 2021

título de capital de Santander, Bucaramanga ostenta los títulos de capital y de núcleo de desarrollo de la Provincia Metropolitana, Bucaramanga está comunicada con las demás ciudades del país por carretera; para el transporte aéreo, cuenta con el Aeropuerto Internacional Palonegro. Está rodeada por los municipios de Girón, Floridablanca y Piedecuesta, con los cuales se conforma el Área Metropolitana de Bucaramanga.

Figura 1. Mapa de Bucaramanga



Fuente: Área metropolitana de Bucaramanga

Bucaramanga cuenta además con un alto porcentaje de empresas que constituyen gran parte de la economía en la ciudad, teniendo empresas que generan empleo en la región, destacándose, así como una tierra emprendedora, sin contar que tiene una potencia en educación como la Universidad Industrial de Santander donde ha sido catalogada como una de las mejores universidades del país.

Según el artículo que entrega el diario local Vanguardia liberal al menos 25 empresas de Santander hacen parte de la 1000 compañía financieramente más

grande del país en el 2018 de acuerdo con la Superintendencia de Sociedades por ingresos operacionales¹⁵.

Tabla 1. Clasificación de empresas por PIB, Santander

INFORMACIÓN FINANCIERA DE EMPRESAS DE SANTANDER			
Razon Social	Ciudad Domicilio	Ingresos Operacionales 2018*	Total Activos 2018
Comparta	Bucaramanga	\$1.476.113.996	\$ 371.218.585
Union de Droguistas S.A. Unidrogas S.A.	Floridablanca	\$ 537.132.345	\$ 299.519.810
Gaseosas Hipinto S.A.S	Piedecuesta	\$ 496.396.633	\$ 560.716.528
Campollo S.A.	Bucaramanga	\$ 458.697.856	\$ 249.807.465
Incubadora Santander S.A.	Piedecuesta	\$ 444.092.823	\$ 522.419.302
Agropecuaria Aliar S.A.	Floridablanca	\$ 387.654.081	\$ 904.163.036
Ecodiesel Colombia S.A.	Barrancabermeja	\$ 361.328.081	\$ 117.257.051
Avicola El Madroño S.A.	Bucaramanga	\$ 342.116.458	\$ 161.623.087
Distribuidora Avicola S.A.S.	Girón	\$ 302.488.062	\$ 137.709.816
Construcciones Marval S.A.	Bucaramanga	\$ 286.597.769	\$ 57.114.543
Solinsa Gc S.A.S.	Girón	\$ 283.780.599	\$ 119.575.135
Marval S.A.	Bucaramanga	\$ 250.523.231	\$ 1.508.161.453
Nexans Colombia S.A.	Bucaramanga	\$ 242.757.923	\$ 134.933.121
Distribuciones Pastor Julio Delgado S.A.	Bucaramanga	\$ 199.573.197	\$ 78.651.552
Seguridad y Vigilancia Colombiana Sevicol Ltda.	Bucaramanga	\$ 183.137.509	\$ 84.299.516
Promioriente S.A. E.S.P	Bucaramanga	\$ 179.129.572	\$ 653.697.780
Freskaleche S.A.S.	Bucaramanga	\$ 178.931.578	\$ 99.452.676
Organizacion Servicios y Asesorias S.A.S.	Bucaramanga	\$ 165.231.433	\$ 30.817.051
Manufacturas y Procesos Industriales Ltda.	Floridablanca	\$ 152.490.441	\$ 85.297.565
Gas Natural del Oriente S.A. E.S.P.	Bucaramanga	\$ 151.905.502	\$ 146.335.892
Agromilenio S.A.	Bucaramanga	\$ 146.855.954	\$ 107.215.977
Extractora Central S.A.	Puerto Wilches	\$ 144.954.045	\$ 68.191.890

Fuente: Vanguardia

¹⁵ RUIZ, Luisa. “Datos del Censo Poblacional 2018: Así vivimos en Santander”. {En línea}. {06 octubre de 2019}. Disponible en: <https://www.vanguardia.com/economia/local/datos-del-censo-poblacional-2018-asi-vivimos-en-santander-1A1516684>

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS DEL ESTUDIO DE MERCADOS

Para el correcto desarrollo de esta iniciativa empresarial se realizó el estudio de mercado, que es una actividad de mercadotecnia que recurre a métodos cuantitativos y cualitativos y que tiene como finalidad ayudar a tomar decisiones en situaciones de mercado específicas.

El estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización de bienestar como la que se desea desarrollar.

Objetivo General

Identificar y analizar las características de la demanda a través del estudio de mercados, la observación y la encuesta y, conocer la viabilidad de apertura de un establecimiento dedicado al acondicionamiento deportivo para niños y adolescentes que busca desarrollar la psicomotricidad en esta población y a su vez generar en ellos una cultura de vida saludable, enseñando la manera correcta de hacer ejercicio de poder evolucionar su cuerpo y mente generando hábitos y disciplina en cada una de las actividades.

Objetivos Específicos

- **Mercado potencial y objetivo:**
 - Identificar los tipos y las características del servicio que se ofrece teniendo en cuenta la necesidad que se ha evidenciado en los hogares Bumangueses, y poder brindar un mejor rendimiento en cada una de las

actividades de fuerza y desarrollo motriz por medio del deporte y la constancia que se aplique en cada uno de ellos.

- Determinar el mercado potencial y objetivo del servicio para estimar la demanda insatisfecha de los competidores a través de fórmulas estadísticas.
- Lograr el impacto que se requiere prestando un servicio de calidad con el fin de diseñar la estrategia que permita adentrarse en el mercado y garantizar la sostenibilidad.
- Obtener un desarrollo de alto rendimiento en cada uno de los menores acompañados por el personal capacitado para que estos tengan un crecimiento saludable.

2.2 DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO

2.2.1 Descripción, Usos y especificaciones del Servicio

La obesidad constituye un problema relevante por los altos costos que se derivan de su atención y porque representa un factor de riesgo de varias afecciones crónicas que son de importancia para la Salud Pública. A su vez, diferentes estudios señalan que existe una significativa correlación entre el peso en la niñez con el de la vida adulta.

En este sentido el centro deportivo Space Gym tiene como prioridad contribuir como una organización de bienestar al correcto desarrollo psicomotor de nuestro mercado objetivo, mediante la oferta de talleres y actividades de estimulación física y Psico-social enseñando valores propios de los deportes, tales como el trabajo en equipo y la cooperación, lúdicas grupales, el baile y otras actividades funcionales, todas estas guiadas por personal calificado tanto en cada actividad como en la interacción con niños y adolescentes, de igual manera, se busca incentivar el gusto por una vida deportiva, activa y saludable, así mismo, se dispondrá del servicio de asesoría nutricional, con el objeto de llevar un seguimiento profesional integral.

El centro deportivo Space Gym se ubica en la ciudad de Bucaramanga, sector Provenza comuna 10 ya que este sector de la ciudad es epicentro del área metropolitana y se constituye como área urbana de fácil acceso para los demás municipios del área ya que los medios, rutas y vías de acceso están al alcance de la mayoría de los padres.

El formato de prestación del servicio son los planes mensuales de 2 o 4 actividades de diferentes combinaciones. Los domingos y festivos no habrá servicio en el lugar ya que son días donde es de vital importancia que los niños y adolescentes compartan tiempo de calidad con sus familias.

El personal o recurso humano del Centro Deportivo Space Gym estará conformado por el administrador, coordinador de acondicionamiento físico, guía de lúdicas, nutricionista, dos instructoras, médico de medio tiempo y una recepcionista. El entrenador de baile, y el entrenador funcional prestarán sus servicios de tiempo parcial.

A fin de identificar las variables importantes para los padres al momento de escoger talleres extracurriculares o actividades adicionales para sus niños se realizó una lluvia de ideas con algunos de ellos acerca de donde quedaría ubicado el centro deportivo Space Gym, y 50 padres diligenciaron las encuestas, con preguntas más precisas formuladas en atención a las conclusiones de un sondeo preliminar y saber más puntualmente lo que pensaban y deseaban ellos para sus hijos.

De esta manera el Centro Deportivo está concebido como una organización que tiene en cuenta las necesidades señaladas por los padres de familia y justificada por los entrenadores e instructores de cada especialidad, asegurándose así de contar con las actividades que puedan satisfacer el mercado, tanto en capacidad instalada como en preferencias al escoger una alternativa para sus hijos.

2.2.2 Atributos diferenciadores

La prestación del servicio se enfoca principalmente a los niños y adolescentes para formar en ellos hábitos, disciplina, creatividad y valores con el fin de formar mejores personas para un futuro, desarrollando así las habilidades de los mismos; habrá diferentes tipos de actividades como el Crossfit (incluido dentro de las lúdicas) para niños, el juego de las pesas pensando en sus huesos y en su fortalecimiento muscular, habrá juego de actividades didácticas y habilidades de equilibrio, no tendrán competencia si no lo que ellos quieran formar y sentirse a gusto, se contará con juego de lazos, frisby, karate.

Se dispondrá de un plan especial para niños que llevan una vida sedentaria, o con problemas de sobrepeso, pensando en su salud se tendrán recomendaciones de un especialista en nutrición pediátrica deportiva, además se contará con el apoyo de un personal profesional en manejo de niños y adolescentes para su mejor desempeño.

2.3 SEGMENTO DEL MERCADO

El segmento de mercado que atenderá el centro de acondicionamiento y deportivo es el siguiente:

Geográfico: Bucaramanga y área metropolitana

Edades: niños entre los 5 y 16 años

Tabla 2. Cálculo Población total rango de edad.

POBLACIÓN TOTAL RANGO DE EDAD						
RANGO DE EDADES (años)	Masculino %	Femenino %	Masculino	Femenino	Sub-Total Rango Edad	Totales Rangos
De 5 a 9 años	3,25	3,14	17.187	16.606	33.793	33.793
De 10 a 14 años	3,39	3,28	17.928	17.346	35.274	35.274

POBLACIÓN TOTAL RANGO DE EDAD						
RANGO DE EDADES (años)	Masculino %	Femenino %	Masculino	Femenino	Sub-Total Rango Edad	Totales Rangos
De 15 a 19 años	3,82	3,71	20.202	19.620	39.822	15928,8
Total, Poblacional 5-16 años						84.996

Fuente: Autor¹⁶.

Nota: Del rango 15 a 19 años, solo se tendrá en cuenta el 40% de ese ítem, ya que la población objeto del estudio es hasta los 16 años, dado del intervalo 5 años, subgrupo 15 y 16 años es el 40% del total de la población entre 15 a 19 años.

Gracias al análisis realizado en los datos anteriormente expuestos, se podrá identificar el mercado potencial y el mercado objetivo para el presente proyecto.

2.3.1 Mercado potencial

Tabla 3. Cálculo mercado potencial.

CÁLCULO DE MERCADO POTENCIAL				
VARIABLE DE SEGMENTACIÓN	CARACTERÍSTICA	DATOS	FUENTE DE INFORMACIÓN	RESULTADOS
Geográfica	Bucaramanga			
Edades	5 a 16 años	84.996	DANE	
Nivel Socioeconómico	Estrato 3 y 4	46.7%	Observatorio económico/Cámara de comercio	39.693
Uso de empresas privadas para deporte y recreación (p.5 de la encuesta)	Padres que usaron empresas especializadas en recreación	56%	Encuesta de estudio	22.228

Fuente: Autor

MERCADO POTENCIAL: 22.228 niños y jóvenes entre los 5 y 16 años.

2.3.2 Mercado Disponible

El mercado disponible es una parte del mercado potencial y está formado por el conjunto de consumidores que tienen la necesidad de adquirir el bien o servicio, pero no solo de tipo general, sino con características más específicas.

¹⁶ DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADISTICA. DANE. "Distribución de la población por sexo y grupos de edad"

Para ello, se incluye como filtro adicional, una pregunta relevante de la encuesta y su porcentaje resultado del estudio, la pregunta No 3. ¿Sus hijos asisten a actividades recreativas y/o deportivas actualmente?

Mercado disponible= Mercado Potencial x 56% = 12.447 niños y jóvenes entre los 5 y 16 años.

2.3.3 Mercado efectivo

Es la parte del mercado disponible sobre el cual se dirigirán todos los esfuerzos de mercadeo del proyecto.

Como criterio de segmentación de este mercado se tendrá en cuenta el resultado porcentual de la pregunta 8 ¿Qué actividades lúdicas recreativas desearía que su hijo recibiera? Cuya respuesta predominante fue actividades deportivas dirigidas con un 58 %, por lo tanto:

Mercado efectivo= Mercado disponible x 58% = 7.219 niños y jóvenes entre los 5 y 16 años.

2.3.4 Mercado Objetivo

El mercado objetivo o mercado meta es una parte del mercado efectivo que el centro de acondicionamiento físico y deportivo se fija como meta a ser alcanzada en un tiempo determinado. En otras palabras, que con los recursos y esfuerzos de la empresa se espera captar a esta cantidad de personas.

Para el caso pertinente equivale al 10% del mercado efectivo:

Mercado objetivo= 7.219 x 10% = 721 niños y jóvenes entre los 5 y 16 años.

2.4 ESTUDIO DE LA DEMANDA

Descripción del problema de investigación de mercados

De acuerdo con consultas realizadas por la autora en la oficina de Cámara de Comercio de Bucaramanga, existen establecimientos similares en cuanto a la prestación del servicio de centros deportivos, más no en el formato y presentación en cuanto a portafolio se refiere, ya que; el ofertado, atiende necesidades puntuales por grupo de edad y busca un fin mayor al usual, que es evitar el sedentarismo con un enfoque integral en usuarios con características ya explicadas con anterioridad.

Otro aspecto relevante a tener en cuenta es que tal y como en el formato actual de negocio lo plantea, este busca un reconocimiento no solo como centro deportivo, también, como punto de referencia de integración familiar con unos beneficios que en la actualidad no ofrecen otros centro de servicios deportivos, ya que el que se presenta en este estudio, busca ser un aliado para padres de familia en cuanto a formación integral de sus hijos, evitar hábitos sedentarios y aportar en un proceso integral de formación del ser.

En virtud de esto, se visualizó como oportunidad evidente la iniciativa de un Estudio de Factibilidad para la creación de un centro deportivo y, a la vez como una gran necesidad existente en el municipio; un sitio donde se le ofrezca a los niños y adolescentes de Bucaramanga, una alternativa diferente de esparcimiento y recreación. Esto se realizaría a través de la creación de un espacio deportivo donde los padres de familia tengan la confianza de dejar a sus hijos entendiendo que están desarrollando actividades de provecho para la cotidianidad, promoviendo y concientizando a los niños, jóvenes y adultos la importancia del deporte y junto con esto la interacción y la sana diversión.

2.4.1 Necesidades de Información

- Las necesidades del mercado potencial, estableciendo el tipo de demanda.
- Canales de comercialización indicados para llegar al mercado objetivo en las diferentes etapas de la prestación del servicio.
- Grado de aceptación y satisfacción en la población objetivo, respecto a los servicios afines o similares ofertados actualmente por la competencia.
- Conocimiento de disposición e interés de los padres de familia por contratar o adquirir actividades de formación integral para sus hijos respecto a su capacidad adquisitiva.

Ficha Técnica

Cuadro 2. Ficha técnica

FICHA TÉCNICA	
Tipo de Investigación	La investigación es de tipo descriptiva la cual permite establecer las características demográficas, establecer comportamientos concretos, identificar formas de conductas y actitudes de la población que se encuentra en el universo de la investigación. La investigación descriptiva suministra información que ayuda a evaluar y seleccionar un curso de acción.
Método de Investigación	El método de investigación es inductivo, pues este se realiza a través de la encuesta aplicada, tomando una muestra de la población al que se le hizo estudio y análisis de los datos recolectados. El desarrollo de este proyecto esta basado en la interacción de los hogares de Bucaramanga, que tienen a su cargo niños y adolescentes que son los principales demandantes. También se basa en históricos del DANE para la extracción del dato preciso de la población total, por otra parte, proyectos que están relacionados con el tema, en cual es de apoyo esencial para la realización del mismo.
Fuentes de Información	Fuentes Primarias: realizada por medio de la encuesta. Fuentes Secundarias: textos, revistas, informes de cámara de comercio, informes de carácter gremial, fuentes electrónicas de información.
Técnicas de Investigación	Se elaborarán encuestas y se procesa la información para datos concluyentes.
Instrumento para la recolección de Información	Se elaborará un cuestionario con preguntas concretas acerca del tema con el fin de conocer características propias del servicio, precio, costo, beneficios, expectativas del cliente, entre otras; o con preguntas que determinan la aceptación y buen recibimiento por parte de padres frente al futuro servicio.
Modo de Aplicación	Directa
Definición de Población (Elemento, Unidad Muestreo)	Muestreo aleatorio simple $n = \frac{N(p + q)Z^2}{Z^2(p + q) + e^2(N - 1)}$ Dónde: N= tamaño de la población 721 niños y jóvenes entre los 5 y 16 años ¹⁷

FICHA TÉCNICA	
	<p>n= Tamaño de la muestra.</p> <p>Z= grado de confiabilidad, 95 por ciento. Valor de Z: 1.96</p> <p>P= probabilidad de acertar. 0.5</p> <p>Q= probabilidad de fracaso. 0.5</p> <p>error, 5 por ciento errores máximos permitidos.</p> <p>Cálculo del tamaño de la muestra.</p> $n = \frac{721 \times (1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)}{(1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5) + (0.05)^2 (721 - 1)} = 251$
Marco Muestral	Se realiza por conveniencia, no probabilístico aleatorio.
Alcance	Partiendo de la segmentación demográfica el marco muestral está conformado por los padres de familia de Bucaramanga y área metropolitana.
Tiempo de aplicación	Segundo semestre de 2021

Fuente: Autor.

2.4.2 Tabulación y presentación y análisis de los resultados

Con el propósito de conocer y analizar las necesidades y gustos con respecto a la recreación y formación integral dirigida a niños y jóvenes que existen en estos momentos en la ciudad de Bucaramanga se presentan los siguientes resultados.

1. ¿Cuántos niños hay en su hogar menores de 16 y mayores de 5?

Tabla 4. Resultados pregunta 1

RESULTADOS PREGUNTA 1		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Entre 5 y 10	201	80%
Entre 10 y 16	40	16%
No hay hijos	10	4%
Total	251	100%

Fuente: Autor

¹⁷ Dato hallado al aplicar la fórmula para determinar el mercado objetivo, a partir de la cantidad de niños y adolescentes en Bucaramanga según el DANE.

Gráfico 1. Resultados pregunta 1



Fuente: Autor

En esta primera pregunta se analiza la posibilidad de modificar el rango de las edades de los menores que se encuentran en el hogar, comprendidos en las edades de 5 a 10 años de edad y de 11 a 16 años, 201 de las personas encuestadas cuentan con hijos comprendidos entre los 5 y 10 años de edad, 40 de las personas encuestadas cuentan con hijos entre los 11 a 16 años de edad y 10 de las personas encuestadas no tienen hijos, esto evidencia una oportunidad favorecedora para el proyecto, pues existe una gran cantidad de familias que tienen niños con las edades y características del mercado objetivo. .

2. ¿Considera que es importante que sus hijos cuenten con una rutina deportiva diariamente?

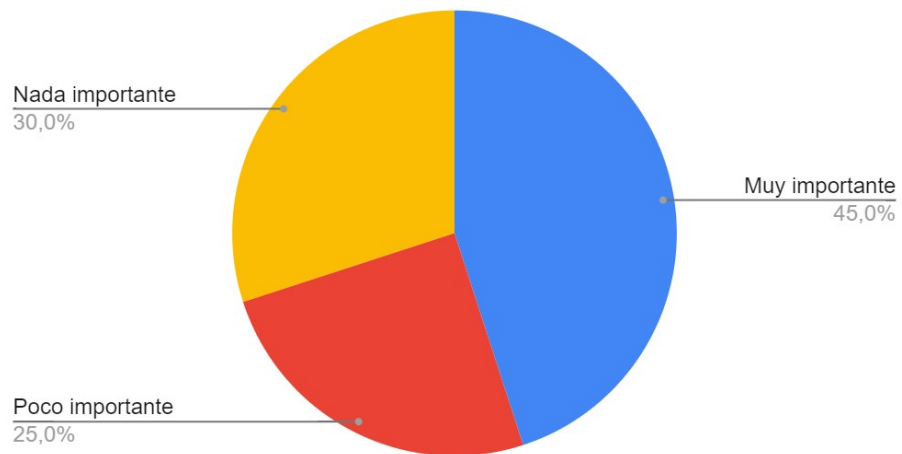
Tabla 5. Resultados pregunta 2

RESULTADOS PREGUNTA 2		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Muy importante	113	45%
Poco importante	63	25%
Nada importante	75	30%
Total	251	100%

Fuente: Autor

Gráfico 2. Resultados pregunta 2

¿Considera que es importante que sus hijos cuenten con una rutina deportiva diariamente?



Fuente: Autor

Teniendo en cuenta que se explicó la importancia de hacer deporte desde temprana edad en gran parte para mejorar condición física y por otra parte para crear hábitos y mejores maneras de expresarse y actuar de los menores 113 de los entrevistados manifiestan que es muy importante ya que encuentran beneficio sobre el tema de la sana alimentación y desarrollo sano en cada uno de los menores. 63 de los encuestados manifiesta que es un gasto innecesario que pueden ocuparse de otras actividades y desarrollar su mente y cuerpo en otra condición, 75 de los encuestados manifiestan que es patrocinarlos en perder tiempo manifestando que no tendrá provecho?

3. ¿Qué rutina le gustaría que su hijo practicara?

Tabla 6. Resultado pregunta 3

RESULTADOS PREGUNTA 3		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Rutina para bajar de peso y lúdica	88	35%
Rutina osteomuscular y yoga	113	45%
Baile y gimnasia	50	20%

RESULTADOS PREGUNTA 3		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Total	251	100%

Fuente: Autor

Gráfico 3. Resultado pregunta 3



Fuente: Autor

El análisis en el cual se propone esta pregunta es basado en el gusto que tienen los niños y adolescentes por el deporte o entrenamiento continuo en la vida cotidiana, el proceso osteomuscular (fuerza) y el yoga que es el deporte que ayuda a la flexibilidad y tranquilidad de las energías y fortalecimiento de las articulaciones.

4. ¿En cuál de los sitios mencionados a continuación, reciben sus hijos actividades recreativas?

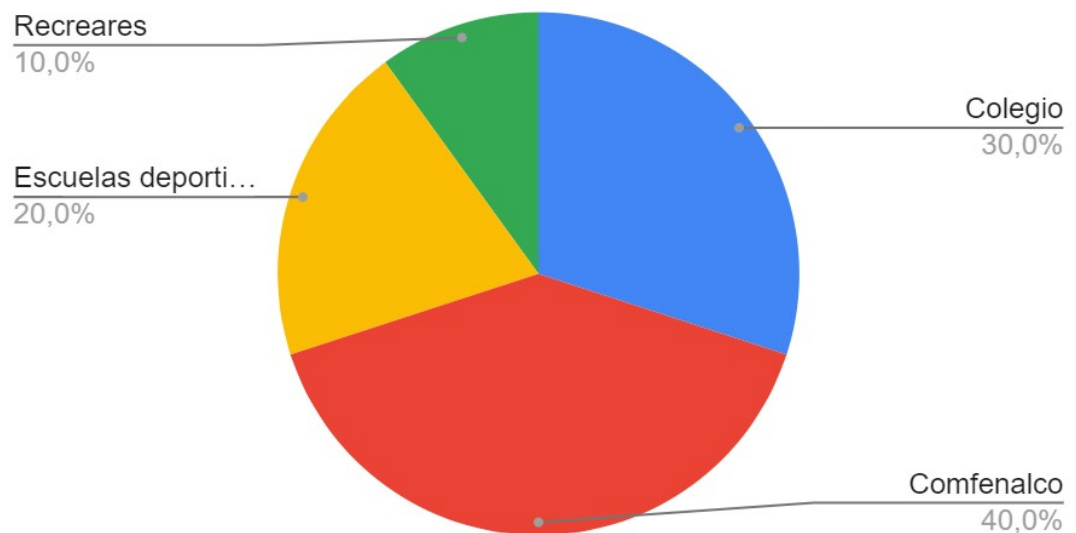
Tabla 7. Resultados pregunta 4

RESULTADO PREGUNTA 4		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Colegio	75	30%
Comfenalco	100	40%
Escuelas deportivas	50	20%
Recreares	25	10%
Total	251	100%

Fuente: Autor

Gráfico 4. Resultado pregunta 4

¿En cuál de los sitios mencionados a continuación, reciben sus hijos actividades recreativas?



Fuente: Autor

El 30% de los hijos del personal encuestado recibe actividades recreativas en su colegio, y muy de cerca están las escuelas deportivas, lo interesante del tema es que en ambos casos las actividades se orientan a disciplinas estandarizadas como por ejemplo el Fútbol, basquetbol, atletismo, juegos de mesa y danza, lo que dentro de la marcha está bien, y trae consigo en cierta medida bienestar para los jóvenes, la oportunidad de ofrecer un servicio especializado está aquí, pues el centro deportivo dentro de su filosofía enfoca sus actividades en el ejercicio para menores de edad, con rutinas y equipos diseñados exclusivamente para ese nicho de mercado y paulatinamente crecería la línea de aceptación por parte de los padres de familia quienes al final toman la decisión de inscribir a sus hijos al proyecto.

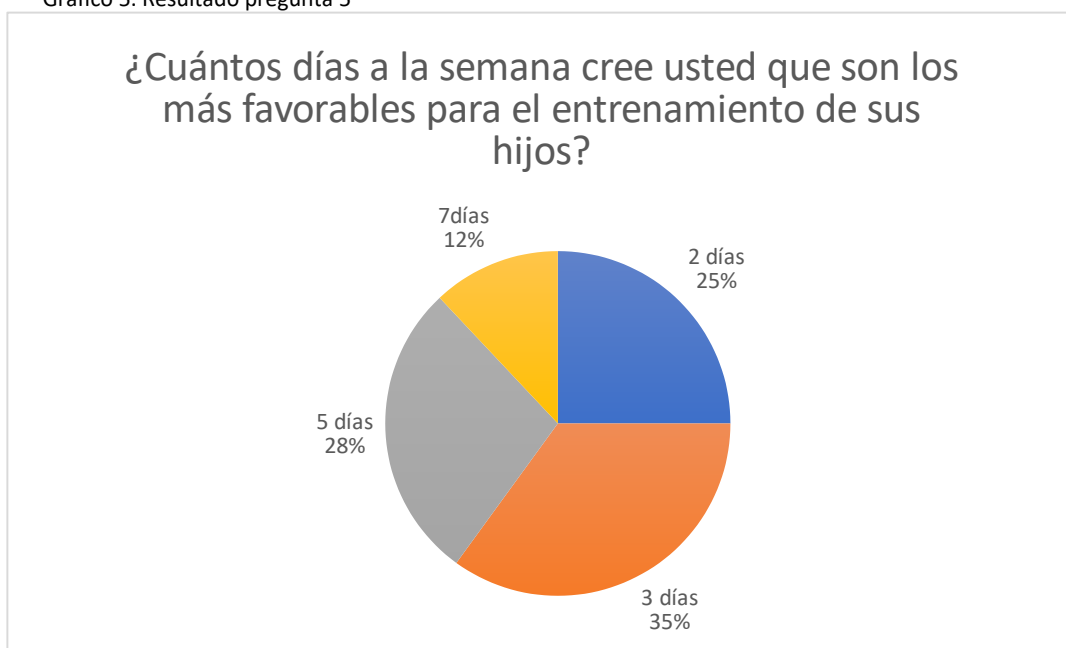
5. ¿Cuántos días a la semana cree usted que son los más favorables para el entrenamiento de sus hijos?

Tabla 8. Resultado pregunta 5

RESULTADO PREGUNTA 5			
Opción	Cantidad	Porcentaje	Promedio ponderado
2 días	63	25%	3,78 ≈ 4 días a la semana
3 días	88	35%	
5 días	70	28%	
7 días	30	12%	
Total	251	100%	

Fuente: Autor

Gráfico 5. Resultado pregunta 5



Fuente: Autor

En promedio los padres llevarían a sus hijos 4 días de la semana al centro deportivo, lo que quiere decir que al año estos irían 208 días, lo que resulta favorable para el proyecto.

6. Teniendo en cuenta que sus hijos realizan actividades deportivas en escuelas deportivas o en centros especializados deportivos, ¿ha notado que su hijo(s) ha evolucionado en alguna de las siguientes áreas?

Tabla 9. Respuesta pregunta 6

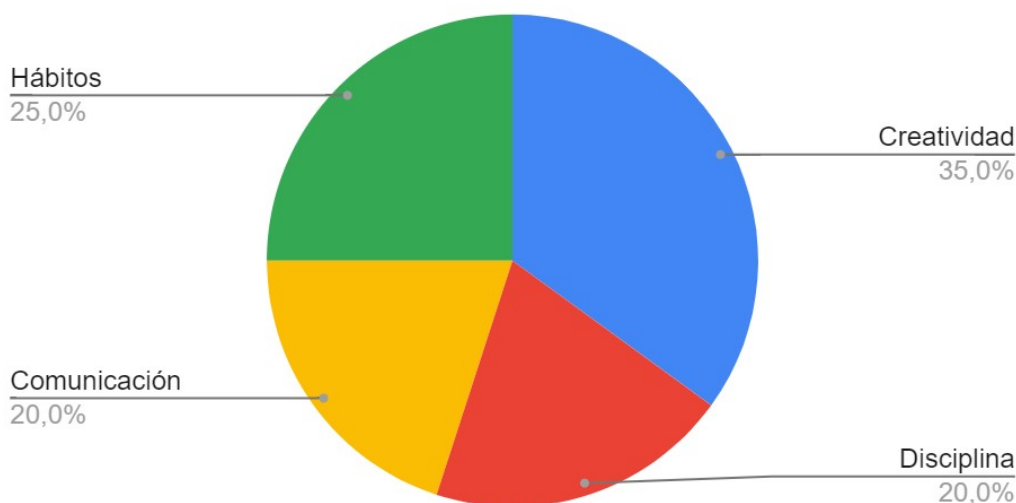
RESULTADO RESPUESTA 6		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Creatividad	88	35%
Disciplina	50	20%

RESULTADO RESPUESTA 6		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Comunicación	50	20%
Hábitos	63	25%
Total	251	100%

Fuente: Autor

Gráfico 6. Respuesta pregunta 6

¿ha notado que su hijo(s) ha evolucionado en alguna de las siguientes áreas?



Fuente: Autor

Se cuenta con una base bien importante como lo es la tranquilidad del menor para el progreso de su diario vivir, el deporte es encargado de formar mente y cuerpo, pero estos vienen acompañados de formación de personalidad y la creatividad y los hábitos son los que más prevalecen en esta encuesta.

7. ¿Durante el año, por cuanto tiempo le gustaría llevar a sus hijos al centro deportivo?

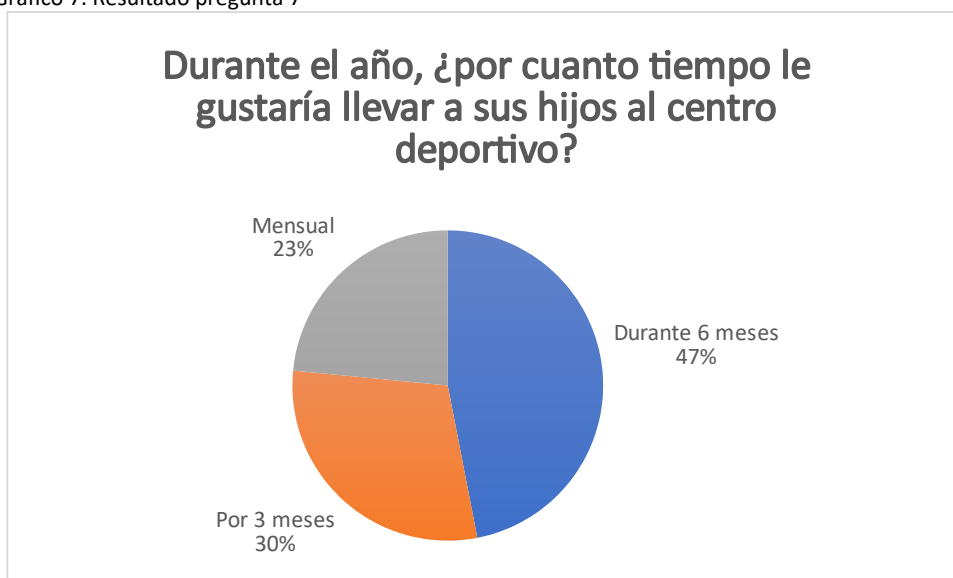
Tabla 10. Resultado pregunta 7

RESULTADO RESPUESTA 7		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Todo el año	38	15%
Durante 6 meses	100	40%
Por 3 meses	63	25%

RESULTADO RESPUESTA 7		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Mensual	50	20%
Total	251	100%

Fuente: Autor

Gráfico 7. Resultado pregunta 7



Fuente: Autor

Se observa que la mayoría de las personas interesadas en que sus hijos estén por más de 6 meses en entrenamiento constante, por lo cual el acondicionamiento físico en los niños y adolescentes será en todo momento.

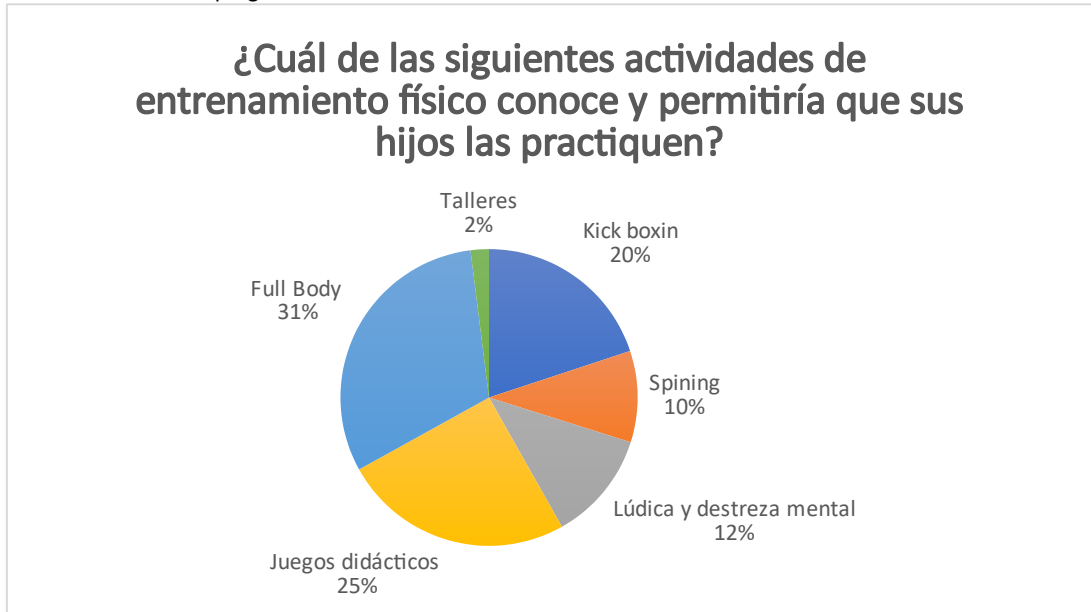
8. ¿Cuál de las siguientes actividades de entrenamiento físico conoce y permitiría que sus hijos las practiquen?

Tabla 11. Resultado pregunta 8

RESULTADO RESPUESTA 8		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Kick boxin	50	20%
Spining	25	10%
Lúdica y destreza mental	30	12%
Juegos didácticos	63	25%
Full Body	78	31%
Talleres	5	2%
Total	251	100%

Fuente: Autor

Gráfico 8. Resultado pregunta 8



Fuente: Autor

Al igual que en el anterior análisis, la idea básica sobre la pregunta recae en entender el mercado y ofrecer un portafolio de servicios más orientado a las necesidades de los clientes, para el tema de los programas deportivos, que marca una línea de los encuestados, los esfuerzos se anudaron en la organización de competencias, pero más enfocada a la participación que a resultados, pues es también parte de la filosofía manejada de parte del centro deportivo.

Los resultados obtenidos son favorables en cuanto que dentro de los planes que se prestaran en el centro deportivo están contemplados el full body y el kick boxing.

9. Partiendo de la necesidad generada de la importancia del deporte en los niños y adolescentes, ¿dónde cree usted que sería el sector más apropiado para el desarrollo de este proyecto.?

Tabla 12. Resultado pregunta 9

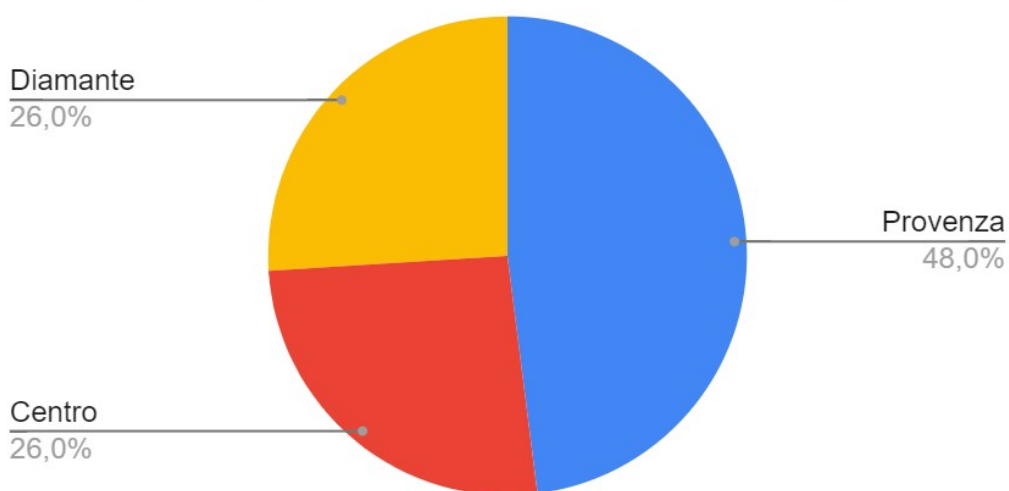
RESULTADO RESPUESTA 9		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Provenza	120	48%
Centro	65	26%
Diamante	65	26%

RESULTADO RESPUESTA 9		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Total	251	100%

Fuente: Autor

Gráfico 9. Resultado pregunta 9

¿Dónde cree usted que sería el sector más apropiado para el desarrollo de este proyecto.?



Fuente: Autor

El sector donde más se facilita el desplazamiento por ser central es Provenza, esto dado a que es un sector neutro donde es más fácil acceso se tiene catalogado como un sector agradable y cuenta con transporte y comercio cercano.

10. ¿Cuál es el presupuesto que destina mensualmente para la recreación de sus hijos?

Tabla 13. Resultado pregunta 10

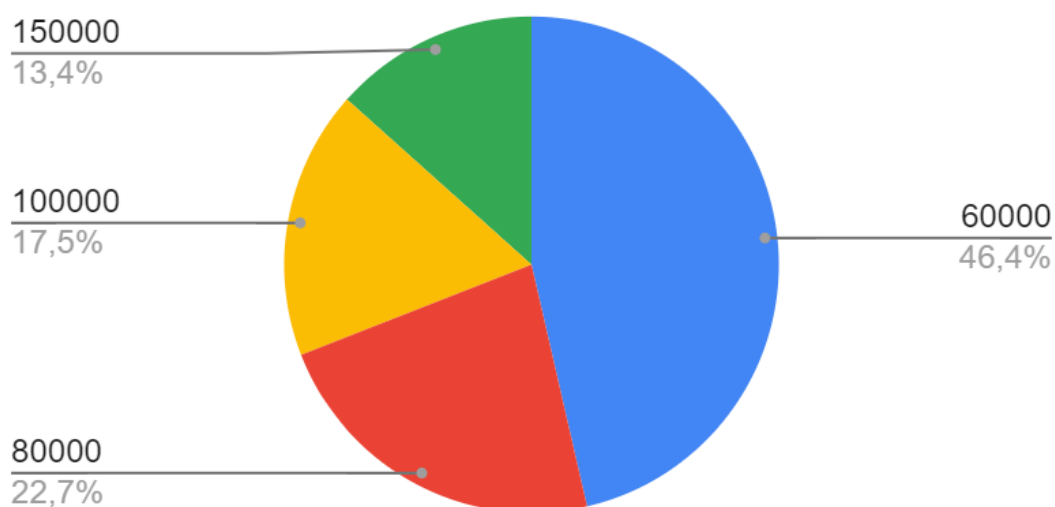
RESULTADO RESPUESTA 10			
Opción	Cantidad	Porcentaje	Promedio ponderado
\$60.000	113	45%	\$83.729
\$80.000	55	22%	
\$100.000	43	17%	
\$150.000	33	13%	

RESULTADO RESPUESTA 10			
Opción	Cantidad	Porcentaje	Promedio ponderado
Total	251	100%	

Fuente: Autor

Gráfico 10. Resultado pregunta 10

¿Cuál es el presupuesto que destina mensualmente para la recreación de sus hijos?



Fuente: Autor.

Se evidencia que en promedio los papás estarían dispuestos a pagar \$83.729 por los servicios recreativos de sus hijos, algo que acierta dentro de las proyecciones previstas por parte del centro deportivo, y que además se ajusta a la capacidad adquisitiva de los clientes potenciales, a partir de ello se encuentra en la etapa de analizar las modalidades de pago según sea el orden de escogencia por parte del usuario, y que sea beneficioso en ambas partes.

11. ¿A qué medios acude para obtener información acerca de un servicio de recreación una vez requiere de este?

Tabla 14. Resultado pregunta 11

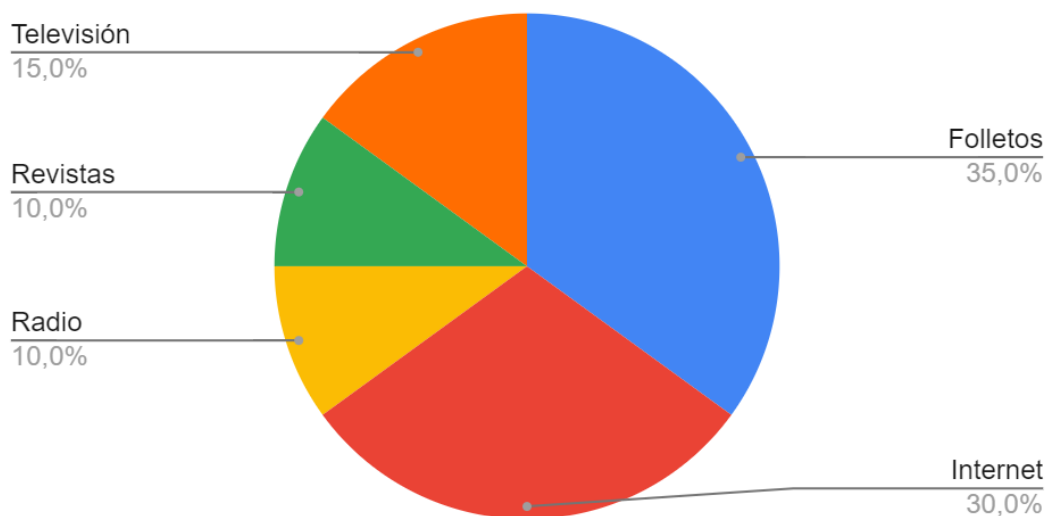
RESULTADOS PREGUNTA 11		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Folletos	88	35%
Internet	75	30%
Radio	25	10%

RESULTADOS PREGUNTA 11		
Opción	Cantidad	Porcentaje
Revistas	25	10%
Televisión	38	15%
Total	251	100%

Fuente: Autor

Gráfico 11. Resultado pregunta 11

¿A qué medios acude para obtener información acerca de un servicio de recreación una vez requiere de este?



Fuente: Autor

El análisis se enfatiza en poder saber cómo el mercado se está informando de sus necesidades, no es secreto y en la actualidad los medios digitales son los más empleados y apetecidos por las empresas para poder darse a conocer, lo que conlleva a realizar una estructuración bien definida sobre estrategias de marketing digital para encontrar allí a nuestros futuros clientes.

2.4.3 Estimación de la demanda actual

Para la estimación de la demanda de la prueba piloto, se calcula a través de la técnica de extrapolación, teniendo en cuenta la información obtenida a través de encuesta.

$\text{Demanda} = \text{mercado objetivo} * \text{promedio ponderado de frecuencia de actividad recreativa}$

Demanda= 721*4

Demanda= 2.884 servicios/semana

Demanda= 2.884*52 (semanas del año)

Demanda=149.968 servicios/año

2.4.4 Demanda efectiva anual

Teniendo en cuenta que el nivel de aceptación obtenido en la encuesta fue del 45%, la demanda efectiva anual es igual a 67.486 servicios/año.

2.4.5 Proyección de la demanda

Dado que la proyección que tiene Bucaramanga y área metropolitana en crecimiento de niños es del 1.8% en población, se realiza el siguiente cuadro con el método de valor presente y valor futuro:

Tabla 15. Proyección de la demanda

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA		
Año	Población	% Crecimiento
2023	152.667	0,018
2024	155.415	0,018
2025	158.213	0,018
2026	161.061	0,018
2027	163.960	0,018

Fuente: Autor

Teniendo en cuenta dicho porcentaje, se realiza proyección a 5 años, con la posibilidad que el incremento sea mayor al esperado.

Se estima que la población entre niños y jóvenes crecerá en 1.8% anual en el

2.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

Las cajas de compensación familiar juegan un rol en la seguridad social integral para la minimización del riesgo social, son administradoras de recursos que aportan las empresas por sus trabajadores y prestadoras de servicio social, para el 2021 la población cubierta por dichas cajas de compensación ascendió

aproximadamente a más de 19 millones lo que representa el 41% de la población total de Colombia.

COMFENALCO es una de las instituciones más reconocidas a nivel Santander por ser una caja de compensación familiar referente en la región y tener sedes propias, lo que les permite formar eventos y planear torneos. Esto no ha sido suficiente para el centro deportivo familiar es así como también tiene actividades deportivas a mitad y final de año y cursos permanentes durante el tiempo restante para diferentes edades en su sede principal, manualidades, guitarra, plastilina, costura entre otros.

Por otro lado, Cajasan con 39.061 afiliados donde su fuerte no es el deporte si no los cursos vacacionales manuales dentro de la misma sede administrativa o torneos de futbol en sede propias tienen supermercados y demás, pero en Santander uno de los recreares que se enfoca más en la vivienda y la facilidad para obtenerla, su fuerte no es la zona deportiva.

Las escuelas deportivas son esporádicas o en horarios que maneja el afiliado, pero no se permite más de 15 niños o afiliaciones por mes.

Así, con el fin de conocer la situación actual de la oferta presente en el mercado, se desarrolló una matriz de benchmarking, en la cual, cuyo objetivo es conocer el nivel competitivo de las empresas ya establecidas y de este modo, identificar el canal por el cual ofrecen su servicio, los precios de sus servicios, la forma en que prestan el servicio, cuál es su estrategia de publicidad y, sus fortalezas y debilidades, para así; tomar decisiones respecto de lo que se podría implementar y mejorar en SPACE GYM, tomado como ejemplo el actuar de estas.

En esta matriz, se decidió dar una puntuación de uno a cinco a cada criterio analizado, en el cual 1 representa la puntuación más baja y cinco la más alta

Tabla 16. Matriz Benchmarking

MATRIZ BENCHMARKING				
Competidor	CAJASAN	COMFENALCO	PRACTICANTES	SPACE GYM
Criterio				
Servicios	<ul style="list-style-type: none"> • Convivencias • Actividades recreativas 3	<ul style="list-style-type: none"> • Convivencias • Actividades recreativas 3	Clases de educación física 1	Se puede considerar incluir ese tipo de actividades en el portafolio. Sin embargo, su oferta es limitada.
Precio	\$110.000 2	\$89.000 3	\$83.140 5	Su precio debe estar entre \$74.000 y \$90.000
Canal	Directo 5	Directo 5	Directo 5	Definitivamente por el tipo de servicio a prestar el canal directo es la mejor opción. Sin embargo, no se descarta la posibilidad de hacerlo de forma remota.
Estrategia publicitaria	<ul style="list-style-type: none"> • Web • Revistas • Radio 4	<ul style="list-style-type: none"> • Web • Revistas • Radio 4	Carta de recomendación 2	Se debe aplicar una estrategia de publicidad que contemple la web, medios físicos y radiales.
Estrategia de promoción	Ferias Radio Subsidios 5	Ferias Radio Subsidios 5	No tienen 1	Sería importante hacer parte de ferias en las cuales se dé a conocer
Frecuencia	Periódico 5	Periódico 5	Esporádico 2	Tener servicio frecuente hará que haya n mayor establecimiento en el mercado
Colaboradores	Profesionales 5	Profesionales 5	Poca experiencia 3	Contratar personal certificado, sin descartar el apoyo de aquellos con menos experiencia.

MATRIZ BENCHMARKING				
Competidor	CAJASAN	COMFENALCO	PRACTICANTES	SPACE GYM
Criterio				
Infraestructura	Sede propia 5	Sede propia 5	Tercerización 4	Ambos son importantes para la actividad a desarrollar, por tanto; es importante establecer cuáles servicios se pueden tercerizar y así reducir costos.
Totales y conclusiones	34 Es una amenaza fuerte, pero se podría competir con ellos a partir del precio y la variedad de servicios.	35 Representa la mayor competencia, por tanto, una forma directa de competencia podría ser la variedad de servicios y la tercerización.	23 No parecen ser una amenaza de las más fuertes	

Fuente: Autor

2.6 DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO MÍNIMO VIABLE

2.6.1 Descripción, usos y especificaciones del producto o del servicio.

Según los resultados a la pregunta número 8 de la encuesta, en la cual se planteaba: “Cuál de las siguientes actividades lúdicas recreativas desearía que sus hijos(a) realizará?”, el 31% de los encuestados dijo que desearía que los menores realizaran actividades deportivas, y otro 25% dijo que desearían que sus niños hicieran actividades lúdicas, por lo cual no se considera necesario reconsiderar la estructura de los servicios planteados en un principio, ni las especificaciones de los mismos, pues, estos son acordes a los deseos de los encuestados.

2.6.2 Atributos diferenciadores del producto o del servicio con respecto a la competencia.

Los atributos diferenciadores que **SPACE GYM** plantea respecto a la competencia son evidentes, pues como ya se observó en el análisis de la oferta, las empresas presentes en el mercado que se pueden considerar competidores directos, se centran en la realización de convivencias en las cuales los niños y/o adolescentes desarrollan actividades recreativas enfocadas en la diversión y el disfrute, más no en el desarrollo y fortalecimiento de capacidades psicomotoras.

Mientras que **SPACE GYM**, busca brindar una variedad de servicios que se complementarán entre sí para brindar un servicio integral, siempre pensando en el crecimiento y el bienestar de los niños y/o adolescentes.

Se implementarán las disciplinas deportivas actuales direccionadas, claro está, en los niños y/o adolescentes, siendo este un atributo diferenciador de la oferta presente en el mercado. Además, los procesos estarán acompañados de profesionales que se preocuparán y encargarán del desarrollo psicológico del niño y/o adolescente, de la mano siempre de técnicas más modernas y la tecnología de vanguardia.

2.7 ESTRUCTURA DE COMERCIALIZACIÓN Y DE DISTRIBUCIÓN

Para el tipo de servicio que prestará el centro deportivo Space Gym, el canal distribución más adecuado es el directo, pues es necesaria la interacción entre el niño(a) y/o adolescente y los profesionales de Space Gym, sin embargo, toda la situación que se está viviendo a raíz de la emergencia sanitaria provocada por el virus del covid19, nos ha mostrado diversas formas de evolucionar y llegar a las personas o en este caso clientes de forma remota, por lo que no se descarta utilizar este tipo de herramientas para distribuir algunos servicios.

Por otra parte, la comercialización de los servicios será llevada a cabo tanto de manera física como virtual.

2.8 ESTRATEGIA PARA FIJACIÓN DE PRECIOS

Los servicios de Space Gym, tendrán precios basados en los costos y gastos más la utilidad que se espera recibir de ellos de manera individual, sin olvidar, que se pretende ser competitivo en el sector, no sólo con la calidad del servicio y el valor agregado de este, sino también, con los valores respecto a la competencia.

2.9 RELACIONAMIENTO CON LOS CLIENTES

Para el relacionamiento con los clientes, Space Gym desea alcanzar los siguientes objetivos, enfocados en el reconcomiendo de la marca y en generar un gran impacto a través de esta.

- Desarrollar una imagen de marca, plasmando un logotipo y slogan en concordancia con la cultura organizacional y los valores y principios.
- Posicionar la marca Space Gym como una empresa innovadora en la prestación de servicios enfocados en el desarrollo psicomotor de los niños y/o adolescentes.
- Generar un impacto de recordación de la marca Space Gym con una campaña publicitaria de lanzamiento.

- Mantener el reconocimiento de la marca Space Gym en los clientes potenciales del municipio de Bucaramanga y sus alrededores.

Logotipo

Figura 2. Logotipo



Fuente: Autor

Slogan

Creciendo juntos, sanamente.

2.9.1 Estrategias de comunicación

Bucaramanga cuenta con varios canales de comunicación local con alcance regional, cubriendo la zona urbana y rural del municipio, además de las poblaciones aledañas. Entre los que se destacan los siguientes:

Prensa escrita. Los principales periódicos de prensa escrita son Vanguardia que es de carácter regional y de circulación diaria; El Tiempo y El Espectador que son nacionales y de circulación diaria; y otros periódicos como El Frente, periódico Portada, Extra Bucaramanga, Q'hubo Bucaramanga, Nuestro Diario y ADN, que se encuentran entre los más leídos en el territorio. Lo positivo de la prensa escrita es que genera un archivo histórico y documental, lo que permite su revisión en cualquier momento. Lo negativo es que es un medio de

comunicación costoso y con menor alcance que los otros medios de comunicación, además, no se dirige a un público en particular.

Televisión. Existe un canal regional de nombre CANAL TRO. Lo negativo: es un medio de comunicación costoso y requiere de elaborar piezas publicitarias con uso de herramientas tecnológicas profesionales. Lo positivo es que tiene una amplia cobertura a nivel local.

Radio. En el medio existen varias emisoras, de frecuencia AM y FM. Lo positivo, es un medio económico y de fácil acceso. Lo negativo, no maneja una audiencia específica, sus grupos de interés son muy diversos.

Medios virtuales y Página web. Medios de mayor impacto y bajo costo. Permite expandir la publicidad y la promoción a mayor número de personas.

En ese orden de ideas, la publicidad estará direccionada principalmente por impactos promocionales a través de medios virtuales como lo son las redes sociales, las cuales tienen un gran alcance y están a disposición de todos.

Como publicidad de refuerzo y apoyo, se maneja prensa escrita con un publrreportaje donde se cuente sobre los atributos de los servicios ofrecidos por Space Gym y con el cual se buscará alcanzar a la población que no es tan activa en los medios virtuales.

2.9.2 Presupuesto de comunicación.

2.9.2.1 Presupuesto de lanzamiento.

Tabla 17. Presupuesto de lanzamiento

ITEM	MEDIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	FACEBOOK	1 campaña de publicidad	\$250.000	\$250.000
2	INSTAGRAM	1 campaña de publicidad	\$250.000	\$250.000

ITEM	MEDIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
3	VANGUARDIA	1 publrreportaje	\$2.000.000	\$2.000.000
4	FOLLETO	100	\$200	\$20.000
5	LOGO Y MARCA	1	\$1'600.000	\$1'600.000
TOTAL				\$4'120.000

Fuente: Autor

2.9.2.2 Presupuesto de operación.

Tabla 18. Presupuesto de operación

ITEM	MEDIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	FACEBOOK	3 campañas de publicidad	\$250.000	\$750.000
2	INSTAGRAM	3 campaña de publicidad	\$250.000	\$750.000
3	FOLLETO	1000	\$200	\$200.000
4	PORTAFOLIO DE SERVICIOS	1	\$300.000	\$300.000
TOTAL				\$2.220.000

Fuente: Autor

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TIPO Y TAMAÑO DEL PROYECTO

El estudio técnico permite calcular el tamaño del proyecto y determinar la evaluación financiera del centro deportivo **SPACE GYM** en la ciudad de Bucaramanga, la cual tiene como finalidad fortalecer el sistema muscular, óseo y motriz de los menores, en él se elaborará el proceso de prestación de servicio en los menores, a su vez determinará la mano de obra calificada, maquinaria, equipos, proveedores, entre otros.

Tamaño del proyecto

El tamaño de un proyecto es su capacidad de producción o prestación de un servicio, durante un periodo de tiempo de funcionamiento que se considera normal para las circunstancias. El tamaño de un proyecto es una función de la capacidad que se tuvo en cuenta para el desarrollo del mismo. Entonces para determinar el tamaño se debe realizar el análisis de los diferentes elementos responsables de establecer el tamaño del proyecto¹⁸.

Los elementos encargados de establecer el tamaño del proyecto son:

- Descripción del tamaño del proyecto.
- Factores que determinan el tamaño del proyecto
- Capacidad del proyecto.

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto

El objetivo de este apartado es fijar la capacidad con la que va a contar el centro deportivo **SPACE GYM** para el ofrecimiento de los servicios que allí se van a ofrecer en pro de satisfacer la demanda que se presenta en la ciudad de Bucaramanga y su área metropolitana.

Teniendo en cuenta lo anterior, los entrenadores, fisiatras, deportólogo, nutricionista; juegan un papel muy importante dentro de la organización, es

¹⁸ ROJAS, F. Formulación de proyectos, Capítulo 6: tamaño del proyecto. 2007.

decir a partir de los fundamentos que estos tienen como profesionales para el desarrollo de la salud física y mental de los menores en proceso. Por esto, la oferta de profesionales con la cual contará **SPACE GYM**, determinará el tamaño del proyecto.

Los entrenadores están altamente calificados para poder atender las necesidades y expectativas con las que llega el cliente potencial al que se ofrece el servicio del centro deportivo específicamente el trato con un niño / adolescente que inicia un proceso de autoevaluación física y psicológica en el cual el enfoque es en darle una nueva forma a su imagen corporal entre otros cambios que pueden existir al encontrar una actividad física en beneficio de su propio ser.

3.1.2 Factores que Determinan el Tamaño del Proyecto

Se tienen en cuenta factores tales como, la demanda, los suministros, e insumos, tecnología, maquinaria y equipo, financiamiento, localización, entre otros

El tamaño del proyecto y la demanda

Según los resultados de las familias encuestadas, se ha evidenciado la posibilidad de encontrar un espacio de satisfacción y confianza donde sus hijos tengan un esparcimiento sano, que además les ayuda a mantener hábitos que, en ocasiones, con solo el plan educativo parece no ser lo suficiente para obtener logros esperados. Se cuenta con el apoyo de los profesionales en la rama deportiva y composición física, para el mejor desarrollo, evitando lesiones y afectaciones óseas por movimientos mal ejecutados que al no estar supervisados y con la técnica correspondiente sería de riesgo.

El tamaño del proyecto y los insumos

En la ciudad de Bucaramanga se cuenta con establecimientos que cuentan con escenarios deportivos para el desarrollo deportivo del menor, dando lugar a las escuelas de fútbol, natación, patinaje, entre otros.

Teniendo en cuenta el tipo de instrumentos o maquinaria que se requiere para el procedimiento del servicio que se va a prestar, la mayoría de las mismas se encuentran en la ciudad o se pueden mandar hacer para varias funcionalidades, esto hace que se facilite más la adquisición y el aprovechamiento de las mismas máquinas en dos funciones.

Sin embargo, Bucaramanga, cuenta con diferentes empresas que pueden abastecer el centro deportivo con insumos y suministros relacionados con operaciones que no influyen directamente sobre la actividad económica del centro deportivo.

Dichos suministros e insumos son:

Cuadro 3. Suministros e insumos

SUMNISTROS E INSUMOS	
	Servicios públicos
	Productos de higiene

Fuente: Autor

El tamaño del Proyecto y la Tecnología y Equipos

Teniendo en cuenta que el centro deportivo tendrá variedad de entrenamientos y una demanda satisfecha, requiere reforzar la confianza de los padres de familia que llevaran a sus hijos a una sana distracción y por ello de cada uno de los espacio o áreas donde se realizaran las actividades deberán estar monitoreadas constantemente por el personal encargado para un mejor aprovechamiento del tiempo de los menores y de quien los dirigen.

Cuadro 4. Tecnología y equipos

ÍTEM	EQUIPOS TECNOLÓGICOS	CANTIDAD
1	Consola	1
2	Micrófono	1
3	Equipo de sonido	1
4	Bafles	6
5	Teléfonos inalámbricos	4
6	Celulares	2
7	Tabletas	3
8	Regletas	2
9	Estabilizadores	3
10	Planta eléctrica (pequeña)	1

ÍTEM	EQUIPOS TECNOLÓGICOS	CANTIDAD
11	Computadores de mesa	6
12	Impresora laser	1
13	Impresora convencional	1
14	Teléfono fijo	1

Fuente: Autor

Hace parte de la maquinaria y equipo que se requieren para el desarrollo de la actividad se propone, se cuentan con otro tipo de equipos o herramientas que son útiles para la cómoda para la mejor prestación del servicio, para el cliente potencial y cliente objetivo.

Cuadro 5. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES		
ÍTEM	MUEBLES Y ENSERES	CANTIDAD
1	Escritorios	10
2	Sillas Escritorio	10
3	Mesas de trabajo	4
4	Bolsa de Peso	3
5	Mancuernas	20
6	Discos	12
7	Predicador	2
8	Balones	6
9	Juego bandas elásticas	6
10	Steps	10
11	Discos 2-4 kilos	4
12	Discos 6- 8 kilos	4
13	Discos 10-12	4
14	Lazos para salto	6
15	Guaya crossfit	3
16	Juegos didácticos	6
17	Llantas de Camión	4
18	Bancos de pecho	3
19	Colchonetas	20

20	Pesos Digitales	2
----	-----------------	---

Fuente: Autor

En esta tabla básicamente se relacionan los muebles y enseres que se van a utilizar durante el proceso de afiliación y recuento de lo que los menores allí aprenderán.

El Tamaño del Proyecto y la Localización.

El centro deportivo SPACE GYM contará con sede en la comuna 10 que comprende el sector de Provenza, su ubicación hace parte de una estrategia o punto de ombligo para el centro y área metropolitana es de fácil acceso y cuenta con varias alternativas para evitar congestión.

El Tamaño y el Financiamiento

El financiamiento para la creación del centro deportivo SPACE GYM se obtendrá de socios inversionistas y capital que se pedirá en una entidad financiera, sin excepcionar alguna entidad que quiera patrocinar el proyecto.


Se tiene previsto, que el dicho crédito sea con el BANCO CAJA SOCIAL para que financie un porcentaje de la inversión total, aprovechando las diversas ofertas que la entidad ofrece para incentivar la microempresa.

3.2 DESARROLLO OPERATIVO DEL PROYECTO

Ingeniería del Proyecto.

El objetivo general del estudio de ingeniería del proyecto se cumplió al resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición de equipo y maquinaria, se determinó la distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura de organización y jurídica que habrá de tener la planta productiva. Se determinaron los procesos, equipos, recurso humano, mobiliario y equipo de oficina, terrenos, construcciones, distribución de equipo.

Cuadro 6. Ficha Técnica del Servicio

FICHA TÉCNICA DELSERVICIO	
CARACTERÍSTICAS	DESCRIPCIÓN
Nombre Comercial	Centro Deportivo SPACE GYM.
Servicios principales	Servicio y orientación deportiva para los menores de edad.
Cargo del responsable del servicio	Profesionales en el deporte.
Especificaciones técnicas	Se contará con profesionales en deporte infantil para el desarrollo de las actividades que deben realizar vigiladas por un deporto logó, nutricionista y fisiatra
Slogan	CRECIENDO JUNTOS, SANAMENTE.
Logotipo	
Forma de prestación	Servicio personalizado.
Unidad de medida	Unidades de servicios.

Fuente: Autor

La prestación de servicio del centro deportivo **SPACE GYM**, comienza desde el área interna de la organización donde se otorga a cada uno de los profesionales el caso a tratar según corresponda cada uno de los asesorados, después de este preámbulo lo siguiente es dar a conocer las instalaciones donde se evaluará y se obtendrá la información correspondiente para cada uno de los chicos y en cuál de las áreas del cuerpo quieren lograr un cambio, para adaptación y luego vendrá el aprendizaje de todo lo que implica el deporte.

Se llevará a cabo un plan de acción brindando la asesoría correspondiente de la mano del profesional en deporte, nutrición y fisiatría.

Por último, se tendrá como resultado el aprendizaje y amor propio del menor hacia él y los demás queriendo enseñar y dar a conocer el centro deportivo.

El tratamiento aplicado es un proceso en cada uno de los menores que frecuentan el centro deportivo SPACE GYM para aplicar cada uno de los conocimientos y el cambio deportivo y mental que se puede obtener en un niño en crecimiento, normalmente a esta edad son más fáciles de llevar cuando se tratan con alguna motivación en la que encuentran una fortaleza para el desarrollo de ellos mismos, solo aplicando un poco de disciplina e interés.

Se debe tener en cuenta que no todos los cuerpos y mentes están en la misma condición y no todos aceptan la disciplina como un hábito en ocasiones lo tomarán como un sacrificio que no quieren hacer, pero es ahí donde los profesionales entran a motivar al menor dependiendo la valoración que se haya realizado para el entrenamiento.

3.2.1 Ficha técnica del producto mínimo viable.

SPACE GYM, ofrece cinco servicios descritos a continuación,

Horarios estimados por cupos de clase para el desarrollo de la motricidad, concentración y flexibilidad de los pequeños.

Cuadro 7. Ficha técnica del producto mínimo viable

PLAN	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
<p align="center">PLAN KITTY (Concentración y entrega)</p>	<p>El plan KITTY, es el plan básico en que se busca estimular la flexibilidad y el estiramiento del cuerpo del niño/adolescente, a través de YOGA Y GIMNASIA, claramente, trabajando de igual manera el desarrollo mental.</p>	
<p align="center">PLAN HULK Trabajo de musculación</p>	<p>El objetivo con el plan HULK, es trabajar la FUERZA del niño o niña, desde edades tempranas en pro de un desarrollo saludable y a través de ejercicios acorde a la edad</p>	

PLAN	DESCRIPCIÓN	IMAGEN
	de cada uno de ellos.	
<p>PLAN MAD MOUSE Destreza y trabajo en equipo</p>	<p>El plan MAD MOUSE, incluye además de YOGA, GIMNASIA, que ya se encuentra en el plan kitty, LÚDICA, la cual es fundamental para el desarrollo de habilidades mentales, y el desarrollo psicomotor.</p>	
<p>PLAN DINAMITA Trabajo de resistencia</p>	<p>FULL BODY</p>	
<p>PLAN BIG MOUSE Destreza, creatividad, resistencia.</p>	<p>Es el plan más completo que tiene el centro deportivo, ya que abarca cada uno de los servicios mencionados anteriormente.</p>	

Fuente: Autor

3.2.2 Descripción y diagramación de actividades clave.

Figura 3. Descripción y diagramación de actividades clave.



Fuente: Autor

3.2.3 Características del SG-SST.

SPACE GYM, está comprometido, para llevar a cabo todo el proceso del Sistema de Gestión de la Seguridad y Salud en el Trabajo, de los trabajadores, con un mejoramiento continuo y con un alto grado de responsabilidad.

Es fundamental el compromiso de todos los niveles de dirección, para asumir el deber de promover un ambiente de trabajo sano y seguro, que cumpla con los aspectos legales vigentes.

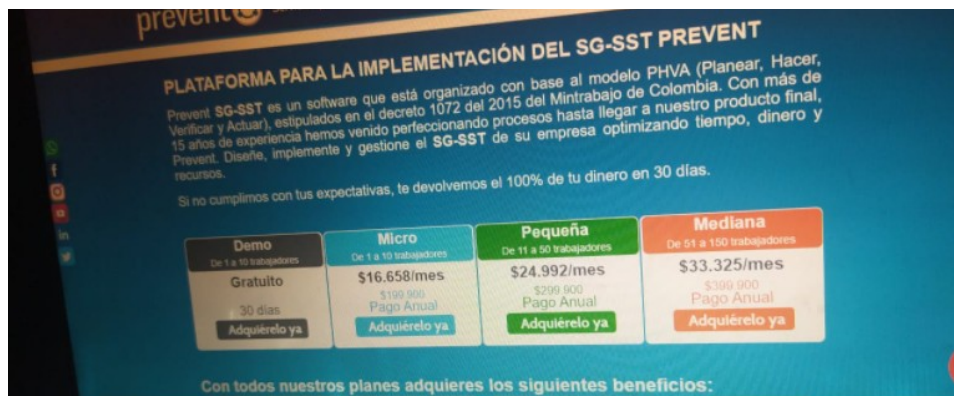
Para cumplir con los objetivos deseados en la institución los aspectos a tener en cuenta son:

- Definir los programas orientados al fomento de la prevención de la salud.
- Dar cumplimiento a la normatividad vigente.
- Cumplir con todas las directrices del SGSST dentro de la organización tanto trabajadores, contratistas y comunidad en general.

- Notificar las condiciones de riesgo, que se puedan generar durante la jornada laboral.

Para cumplir con este propósito, se plantea la contratación de un software llamado preventa, el cual con base al modelo PHVA (Planear, Hacer, Verificar y Actuar), estipulados en el decreto 1072 del 2015 del Min trabajo de Colombia podrá desarrollar el SG-SST acorde para este centro deportivo.

El costo de este servicio es de \$199.000 anualmente.



3.2.4 Análisis Ambiental.

En cuanto al análisis ambiental que se puede realizar inicialmente al centro deportivo, se identificaron los siguientes aspectos.

Cuadro 8. Análisis ambiental

ASPECTO AMBIENTAL	COMPONENTE	EFEECTO	IMPACTO
Lavado de alimentos, utensilios de aseo y limpieza	Agua	<ul style="list-style-type: none"> • Consumo masivo de agua potable • Generación de aguas residuales con alta carga orgánica y grasas 	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción del recurso hídrico • Contaminación del agua
Adecuación y mantenimiento del centro deportivo	Agua	<ul style="list-style-type: none"> • Alto consumo del recurso hídrico • Riego continuo del centro deportivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Contaminación del recurso hídrico • Grandes gastos económicos
	Residuos sólidos	<ul style="list-style-type: none"> • Generación de lodos provenientes de los sistemas de drenaje. 	<ul style="list-style-type: none"> • Taponamiento de redes • Cargas a rellenos sanitarios

ASPECTO AMBIENTAL	COMPONENTE	EFEECTO	IMPACTO
			<ul style="list-style-type: none"> Contaminación de zonas verdes
Mantenimiento de baños y zonas húmedas	Agua	<ul style="list-style-type: none"> Consumo masivo de agua potable 	<ul style="list-style-type: none"> Reducción del recurso hídrico
	Aire	<ul style="list-style-type: none"> Calentamiento de zonas húmedas por medio de calderas 	<ul style="list-style-type: none"> Contaminación atmosférica
Realización de eventos sociales y deportivos	Residuos solidos	<ul style="list-style-type: none"> Consumo de alimentos y bebidas que generan grandes masas de residuos orgánicos e inorgánicos 	<ul style="list-style-type: none"> Grandes cargas a rellenos sanitarios Generación de material reciclable

Fuente: Autor

Sin embargo, para mitigar el impacto ambiental que pueda causar el centro deportivo, es necesario contratar los servicios de una empresa o un profesional capacitado para realizar el estudio, según se pudo investigar tendría un costo aproximado de \$4'500.000 anualmente.

3.2.5 Recursos Clave

RECURSOS

Todos aquellos elementos que se van a utilizar para el desarrollo de las actividades y lograr los objetivos, se clasifican en:

Cuadro 9. Recursos Clave

RECURSOS CLAVE
RECURSO HUMANO
RECURSOS FINANCIEROS
RECURSOS FÍSICOS (Papelería e Insumos)
RECURSOS MATERIALES (muebles y enseres).
RECURSOS TECNICOS Y TECNOLOGICOS (Maquinaria y Equipo).

Fuente: Autor

3.2.5.1. Recurso Humano.

En la administración de empresas se denomina recurso humano al conjunto de personas que aportan un servicio en cierta área de la organización, en el desarrollo de las diversas actividades que se requieren para el manejo de la empresa.

Lo más frecuente es llamar así al sistema o proceso de gestión que se ocupa de seleccionar, contratar, formar, emplear y retener al personal de la organización. Estas tareas las puede desempeñar tanto una persona, como un departamento en concreto junto a los directivos de la organización.

Para el centro deportivo **SPACE GYM** el recurso humano es lo principal la maquinaria e implementos pasan hacer un soporte para el desarrollo de las actividades, pero el verdadero trabajo lo realizan los profesionales que bajo el direccionamiento que tienen hacen que el servicio sea integral y satisfactorio.

Cuadro 10. Recurso Humano

CARGO	ÁREA	CANTIDAD
Gerente	Administrativa	1
Auxiliar administrativo y contable	Administrativa	1
Recepcionista	Administrativa	1
Contador	Administrativa	1
Fisiatra	Operativa	1
Nutricionista	Operativa	1
Deportólogo	Operativa	1
Entrenador	Operativa	3
Aseador/a	Administrativa	1

Fuente: Autor

3.2.5.2. Recursos Físicos / Infraestructura

El centro deportivo **SPACE GYM** cuenta con los siguientes recursos físicos para su funcionamiento.

Tabla 19. Equipo de oficina

EQUIPO DE OFICINA				
ÍTEM	ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Consola	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
2	Micrófono	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000
3	Equipo de sonido	1	\$ 2.200.000	\$ 2.200.000
4	Bafles	6	\$ 600.000	\$3.600.000
5	Teléfonos inalámbricos	4	\$ 190.000	\$760.000
6	Celulares empresariales	2	\$ 700.000	\$1.400.000
7	Tabletas	3	\$ 420.000	\$1.260.000
8	Regletas	2	\$ 60.000	\$120.000
9	Estabilizadores	3	\$ 80.000	\$240.000
10	Planta Eléctrica(pequeña)	1	\$ 4.200.000	\$4.200.000
Total				\$18.280.000

Fuente: Autor

Tabla 20. Equipo de computación y comunicación

EQUIPO DE COMPUTACIÓN Y COMUNICACIÓN				
ÍTEM	ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Computador de mesa	6	\$1.600.000	\$9.600.000
2	Impresora laser	1	\$3.500.000	\$3.500.000
3	Impresora convencional	1	\$1.300.000	\$1.300.000
4	Teléfono fijo	1	\$90.000	\$90.000
Total				\$14.900.000

Fuente: Autor

Tabla 21. Maquinaria y equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO				
ÍTEM	ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Máquina Smith	2	\$ 7.199.000	\$14.398.000
2	Máquina Haca	2	\$ 3.500.000	\$7.000.000
3	Máquina sentadilla	2	\$ 870.000	\$1.740.000
4	Máquina Extensora	2	\$ 1.500.000	\$3.000.000
5	Máquina aductora	1	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
6	Máquina isquiotibiales	1	\$ 1.600.000	\$ 1.600.000
7	Máquina de Hiperextensión	2	\$ 1.600.000	\$3.200.000
8	Máquina Dominadas	1	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000
9	Máquina Pantorrilla	1	\$ 1.900.000	\$ 1.900.000
10	Pecho declinado	2	\$ 2.000.000	\$4.000.000
11	Máquina Extensora Pelvis	1	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000
12	Inbody 370	1	\$ 9.200.000	\$ 9.200.000
13	Barras	6	\$ 150.000	\$900.000
14	Escaladores	2	\$ 10.880.000	\$21.750.000
Total				\$76.898.000

Fuente: Autor

Tabla 22. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES				
ÍTEM	ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	Escritorios	10	\$ 350.000	\$3.500.000
2	Sillas Escritorio	10	\$ 70.000	\$700.000
3	Mesas de trabajo	4	\$ 70.000	\$280.000
4	Bolsa de Peso	3	\$ 190.000	\$570.000
5	Mancuernas	20	\$ 70.000	\$1.400.000
6	Discos	12	\$ 90.000	\$1.080.000
7	Predicador	2	\$ 389.000	\$778.000

MUEBLES Y ENSERES				
ÍTEM	ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARO	VALOR TOTAL
8	Balones	6	\$ 42.000	\$252.000
9	Juego bandas elásticas	6	\$ 40.000	\$240.000
10	Steps	10	\$ 114.000	\$1.140.000
11	Discos 2-4 kilos	4	\$ 80.000	\$320.000
12	Discos 6- 8 kilos	4	\$ 100.000	\$400.000
13	Discos 10-12	4	\$ 110.000	\$440.000
14	Lazos para salto	6	\$ 60.000	\$360.000
15	Guaya crossfit	3	\$ 180.000	\$540.000
16	Juegos didácticos	6	\$ 200.000	\$1.200.000
17	Llantas de Camión	4	\$ 680.000	\$2.720.000
18	Bancos de pecho	3	\$ 380.000	\$1.140.000
19	Colchonetas	20	\$ 70.000	\$1.400.000
20	Pesos Digitales	2	\$ 180.000	\$360.000
Total				\$18.820.000

Fuente: Autor

Tabla 23. Materiales, repuestos y accesorios

MATERIALES, REPUESTOS Y ACCESORIOS				
ÍTEM	ACTIVO	CANTIDAD	VALOR UNITARO	VALOR TOTAL
1	Tintas de impresora	6	\$ 40.000	\$240.000
2	Planta Eléctrica (pequeña)	1	\$ 4.200.000	\$ 4.200.000
3	Ventilador	3	\$ 380.000	\$1.140.000
Total				\$5.580.000

Fuente: Autor

3.2.5.3 Insumos y/o materias primas

Tabla 24. Materiales indirectos

MATERIALES INDIRECTOS				
ÍTEM	ACTIVO	CANTIDAD	VLR. UNITARIO \$	VALOR TOTAL
1	Almohadillas para sellos	19	\$ 35.000	\$ 653.184
2	Caja de Resma	28	\$ 60.000	\$ 1.679.616
3	Tinta Impresora	93	\$ 30.000	\$ 2.799.360
4	Caja de Lapiceros	93	\$ 20.000	\$ 1.866.240
5	Archivadores (rutinas)	5	\$ 60.000	\$ 279.936
6	Toallas Limpiadoras	103	\$ 2.000	\$ 205.286
7	Archivador de contratos	2	\$ 260.000	\$ 485.222
8	Cosedoras de Ganchos	10	\$ 6.000	\$ 61.586
9	Saca Ganchos	20	\$ 6.000	\$ 117.573
10	Separadores plásticos de colores.	199	\$ 1.500	\$ 298.132
11	Resaltadores	20	\$ 15.000	\$ 293.933
12	Tijeras	20	\$ 8.000	\$ 156.764
Total				\$ 8.896.833

Fuente: Autor

Proveedores

El análisis de proveedores derivado de la globalización inicia a mediados de los 60's, de la fuerte competencia entre empresas ya sean locales o multinacionales, a la búsqueda de procesos productivos estandarizados para la optimización de costos e incremento de utilidad y/o calidad en los servicios para la satisfacción de los clientes, se vuelve fundamental el análisis de proveedores como herramienta del control interno de las compañías teniendo así la autonomía de elegir el mejor producto, por calidad y servicio tenga para la cobertura y supla la necesidad del centro deportivo.

Los proveedores son un sin número de empresas que tienen como finalidad satisfacer necesidades donde en algún momento vieron que existía alguna, de esta forma fueron conformadas las empresas distribuidoras, para poder llegar a donde la marca líder, o en movimiento más frecuente no llega ya sea por

protocolo o infinidad de variables como inseguridad o por que sobrepasa los límites acordados entre empresas. Entre estas empresas destacamos algunas como lo es, Colanta, Brithish American Tobacco, Nestlé, Nutresa entre otras.

El análisis se recomienda realizarlo mediante la homologación y evaluación de proveedores.

El análisis realizado a los proveedores del centro deportivo SPACE GYM, contó con los siguientes criterios donde se encontraron los siguientes resultados:

- Cuántas empresas proveedoras de productos deportivos de buena calidad y a precios de mayorista podrían ser opción para el centro deportivo.
- Posición del mercado en el que se encuentran.
- Conocer la opinión en el entorno sobre los 5 proveedores analizados.

Cuadro 11. Análisis de proveedores

ANÁLISIS DE PROVEEDORES			
PROVEEDOR	PRODUCTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO
SPORT FITNESS Es una empresa dedicada a la comercialización de equipos deportivos de la mejor calidad, por más de 25 años en el mercado. https://sportfitness.mx/	Colchonetas	Cl. 31a # 26 - 89 Local 210, Floridablanca	316 6273732
PALACIO DE LOS DEPORTES. Es una reconocida empresa en la ciudad de Bucaramanga donde se encuentra todo tipo de artículos para trabajo funcional, diversas marcas de entrenamientos deportivos. www.elpalaciodelosdeportes.com	Pesas y artículos deportivos.	Cl. 34 #23-20, Bucaramanga, Santander, Colombia	6453620- 3184757257
DEPORTES VERA LIMA	Discos y pesas en general	Cl 37 21 – 29 Bucaramanga	

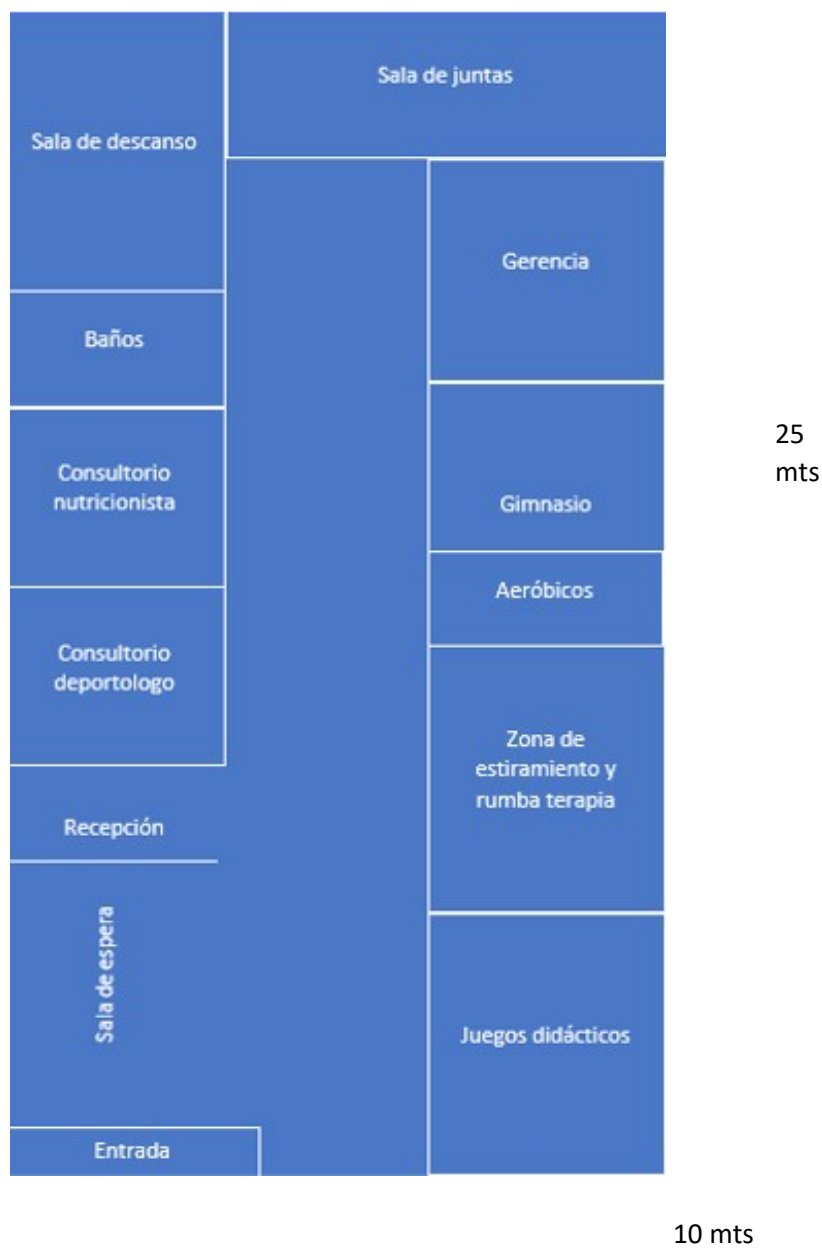
ANÁLISIS DE PROVEEDORES			
PROVEEDOR	PRODUCTO	DIRECCIÓN	TELÉFONO
<p>Fundada hace más de 21 años por un ex deportista y un ibrico de la jagua, donde brindan los mejores implementos deportivos.</p> <p>https://deportesveralima.com</p>			
<p>EVOLUTION FITNESS. Es una empresa que se ubica en la ciudad de Bogotá, con distribución en la ciudad de Bucaramanga, con equipos deportivos de alta calidad y marcas reconocidas a nivel nacional.</p> <p>www.evolutionfitness.co</p>	Artículos en General	Cra 33 48-51	

Fuente: Autor

3.2.6 Distribución de planta

La distribución de planta para el centro deportivo **SPACE GYM** se tornará de la siguiente manera.

Ilustración 1. Distribución de planta



Fuente: Autor

Cuadro 12. Distribución de planta

DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	
ÍTEM	ÁREA
1	Recepción , espacio donde se hace recibimiento de efectivo, documentos, permisos, firma de contrato y membresía, alistamiento de documentos, información oportuna.

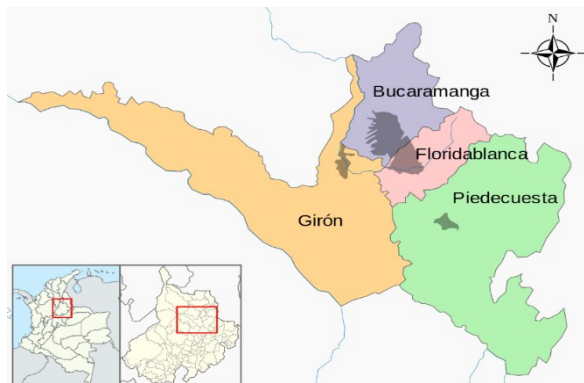
DISTRIBUCIÓN DE PLANTA	
ÍTEM	ÁREA
2	Sala de espera , para brindar un mejor servicio mientras alguien se encuentra en recepción recibiendo información y toma de servicio, en la sala de espera se entrega información básica y distractora para aguardar el turno.
3	Consultorio Nutrición , valoración que se recibe al momento de la inscripción para entrega de tallas, peso e instrucciones alimentarias
4	Consultorio Deportólogo , valoración de estado físico descartando lesiones y movimientos que dependiendo de la edad, se pueden realizar.
5	Gimnasio , se encuentra mancuernas, discos en general, poleas, máquinas, espacio para aeróbicos.
6	Zona de juegos didácticos , desarrollando el sistema nervioso y controlando la ansiedad que puede generar alguna situación donde se encuentra el menor. desarrollo de la motricidad.
7	Baños . se encuentra todo tipo de útiles de aseo organizacional.
8	Zona de estiramiento y rumba terapia . En esta área del centro deportivo se manejará el descanso y estiramiento de músculos por el entrenamiento y se manejan bailes
9	Sala de juntas . se debaten las estrategias, y los planteamientos de la innovación que debe ir teniendo el centro deportivo, discusión de presupuestos.
10	Gerencia . A dónde se dirige la operación se administran los recursos y se ponen en marcha las propuestas para la mejora continua del establecimiento.
11	Zona de descanso . espacio dedicado a los profesionales, entrenadores para su descanso y alimento, adecuado con puf y bebidas para su momento de esparcimiento.

Fuente: Autor

3.2.7 Localización

3.2.7.1 Macro Localización.

Figura 4. Mapa de Bucaramanga



Fuente: Área metropolitana de Bucaramanga

3.2.7.2 Micro localización

El centro deportivo SPACE GYM, está ubicado en el centro del área metropolitana de Bucaramanga con la finalidad de darle trascendencia al lugar hacia los lugares aledaños como los son Floridablanca, centro Bucaramanga, Girón.

La zona de ubicación debe contener espacios amplios y cómodos para el desarrollo de las actividades además el fácil acceso los posibles lugares de ubicación serán:

Cuadro 13. Micro localización

MICRO LOCALIZACIÓN
ZONA DE UBICACIÓN
Zona 1: avenida 105 hasta la plaza satélite.
Zona 2: autopista Bucaramanga - Piedecuesta y viceversa.
Zona 3: autopista Girón -Provenza -centro Bucaramanga, autopista Floridablanca.

Fuente: Autor

Tabla 25. Factores a tener en cuenta para definir microlocalización

FACTORES A EVALUAR	PONDERACION CONCEPTUAL	CALIFICACION POR ZONAS DE ACCESIBILIDAD Escala de 1 a 5			ASIGNACION DE LA PONDERACION		
		Av. 105 hasta la plaza satélite	Autopista Bucaramanga-Piedecuesta y Viceversa	Autopista Giron-Provenza-Centro Bucaramanga, Autopista Floridablanca	Av. 105 hasta la plaza satélite	Autopista Bucaramanga-Piedecuesta y Viceversa	Autopista Giron-Provenza-Centro Bucaramanga, Autopista Floridablanca
Ubicación del Centro Deportivo	20%	4	3	5	0,8	0,6	1,0
Costos de Arrendamiento	30%	5	2	3	1,5	0,6	0,9
Disponibilidad de Servicios Publicos	30%	4	3	2	1,2	0,9	0,6
Vías de Acceso	20%	3	2	5	0,6	0,4	1,0
	100%				4,1	2,5	3,5

Fuente: Autor

De acuerdo con la técnica anterior, de las tres zonas analizadas obtuvo mayor puntaje en la zona (Av 105 hasta la plaza satélite.), debido a la disponibilidad a

las vías de acceso que tiene, es una zona que permite la facilidad de la llegada al centro deportivo.

Se debe tener un canon estipulado de arrendamiento con las características mencionadas, teniendo en cuenta un espacio adecuado para el servicio al cliente.

Servicios Públicos. Es conveniente evaluar la disposición de los servicios públicos básicos requeridos para el normal funcionamiento de la empresa como lo son: agua, luz, teléfono, internet, entre otros.

Transporte y Flujo de Personas. Para este caso se ha evaluado ya, el fácil acceso de transporte tanto para clientes como para proveedores buscando siempre la optimización del proceso de comercialización.

Recursos. Se evalúa la posibilidad de acceder desde el lugar de ubicación a proveedores, insumos, bancos y entes relacionados con la actividad de la empresa buscando siempre la posibilidad de mejora en insumos productos y servicios de alta calidad.

3.2.8 Control de calidad

La importancia del control de calidad se basa en la transparencia y dedicación a la hora de la prestación del servicio, teniendo en cuenta los parámetros, la visión, misión y valores con los que fue constituida la organización.

3.3 CAPACIDAD DEL PROYECTO

La capacidad final del proyecto se calculará analizando los siguientes aspectos:

- capacidad total diseñada.
- capacidad instalada.
- capacidad utilizada y proyectada.

Para este diseño se ha tenido en cuenta los costos a largo plazo, los costos de servicio y las posibilidades de competencia en el mercado la forma en la que fue aceptado por la demanda para la que fue diseñado que nos mostrará los beneficios brutos del proyecto.

El centro deportivo SPACE GYM prestará sus servicios de lunes a sábados de 7:00 am – 12:00 pm y de 2:00 pm – 7:30 pm, lo que significa que prestará un total de sesenta y tres (63) horas semanales.

3.3.1 Capacidad diseñada

Este estudio define la capacidad del proyecto como la cantidad de personas que se pueden atender dependiendo del horario y el tipo de clase o formación que quieren tener en ese día, según el sitio donde va a funcionar, la cantidad de maquinaria que se puede adecuar, recursos económicos y recurso humano del que se pueda disponer. Teniendo en cuenta que por cada servicio se estima una capacidad de atención de 15 niños/adolescentes, la capacidad diseñada es la siguiente:

Cuadro 14. Oferta semanal por línea de servicio

Maquina	Capacidad en personas	Frecuencia	Capacidad/semana	Capacidad/mes	Capacidad/año
PLAN KITTY	25	lunes, miércoles y viernes	75	300	3600
PLAN HULK	25	lunes, miércoles y viernes	75	300	3600
PLAN MAD MOUSE	25	Martes, jueves y sábado	75	300	3600
PLAN DINAMITA	25	Martes, jueves y sábado	75	300	3600
PLAN BIG MOUSE	25	Todos los días	175	700	8400
Total año					22.800

Fuente: Autor

Entonces, para el Centro Deportivo Space Gym, se diseñó una capacidad de atención anual de 9.120 niño/adolescentes.

Bajo su promesa de servicio Desarrollo y Fortalecimiento Integral de la Niñez y la Juventud de la ciudad de **BUCARAMANGA**, la autora busca replantear el concepto de bienestar y pretende ilustrar que, mediante el juego, la lúdica, el yoga, la pasarela, el protocolo y la etiqueta, las terapias de abrazo y el aprender a cuidar del bienestar físico desde edades tempranas.

La capacidad diseñada debe ser flexible es decir se debe adaptar a la dinámica de la planeación de servicios que se proponen ya que se espera que el servicio aumente prolongadamente para llegar a una capacidad real de servicio para atención de la demanda.

3.3.2 Capacidad Instalada

Hace referencia a la capacidad máxima con la cuenta el centro deportivo para la prestación del servicio. Y en este orden de ideas, para el presente proyecto, la capacidad instalada fue ajustada según el nivel de aceptación observado en la encuesta realizada, con el fin de cubrir la demanda, por ello la capacidad de cada servicio fue reducida al 45% respecto de la capacidad diseñada.

Cuadro 15. Capacidad instalada

Maquina	Capacidad en personas	Frecuencia	Capacidad/semana	Capacidad/mes	Capacidad/año
PLAN KITTY	11	lunes, miércoles y viernes	34	135	1620
PLAN HULK	11	lunes, miércoles y viernes	34	135	1620
PLAN MAD MOUSE	11	Martes, jueves y sábado	34	135	1620
PLAN DINAMITA	11	Martes, jueves y sábado	34	135	1620
PLAN BIG MOUSE	11	Todos los días	79	315	3780
Total año					10.260

Fuente: Autor

Así, tenemos que para SpcaGym, la capacidad instalada año es de 10.260 servicios.

3.3.3 Capacidad total utilizada y proyectada

Está relacionada con la fracción de la capacidad instalada que se estará empleando se ha estimado para este centro deportivo en su año de inicio logre un desempeño del 80% de su capacidad máxima y así pueda aumentar un 5% anualmente hasta alcanzar el 100% de su capacidad. Se estima esta capacidad puesto que, como se estableció anteriormente la capacidad diseñada denota una gran facilidad de cubrimiento de la demanda, sin embargo; para no ofertar los servicios muy por encima del nivel de aceptación, se estipula este porcentaje de utilización.

Tabla 26. Capacidad total utilizada y proyectada

CAPACIDAD TOTAL UTILIZADA Y PROYECTADA					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capacidad instalada	10.260	10.260	10.260	10.260	10.260
Porcentaje de utilización de la Capacidad instalada	80%	85%	90%	95%	100%
Capacidad utilizada y proyectada	8.208	8.721	9.234	9.747	10.260

Fuente: Autor

4. ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

Los estudios administrativos se basan en establecer acciones y mostrar los elementos administrativos legales, diseño de estructura organizacional para garantizar el logro de los objetivos de la empresa.

El centro deportivo **SPACE GYM**, se constituirá bajo la modalidad de sociedad de responsabilidad limitada siendo su objeto social brindar servicio deportivo con integridad y propósito de formar hábitos y disciplina en los menores de 5 años hasta los 16 años de edad, estará conformada por:

Cámara de Comercio de Bucaramanga.

- Documento de constitución debidamente autenticado.
- Verificar el nombre de la empresa en este caso, **Centro Deportivo Space Gym.**
- Diligenciar el formulario de matrícula
- Diligenciar el anexo de solicitud, Nit de la DIAN.
- Cancelar los derechos de registro y matrícula.
- Registro de libros de contabilidad.

Notaria.

Escritura pública, donde se detallan los aspectos relevantes, el nombre del representante legal, dirección, descripción de actividades y monto de capital registrado.

DIAN.

- Inscribir el RUT (Registro Único Tributario)
- Obtención del RUT (Número de identificación tributario)

Secretaría de Hacienda Municipal.

- Registro de industria y comercio
- Registro de uso del suelo, condiciones sanitarias y seguridad

Cuadro 16. Forma de constitución

FORMA DE CONSTITUCIÓN	
DENOMINACIÓN	La sociedad girará bajo una denominación o razón social, en ambos casos seguida de la palabra "limitada" o de su abreviatura "Ltda.", que, de no aparecer en los estatutos, hará responsables a los asociados solidaria e ilimitadamente frente a terceros.
CONSTITUCIÓN	Una SRL puede constituirse tanto por escritura pública, como por un documento privado con ciertas características.
ACCIONISTAS	Los socios no excederán de veinticinco. Será nula de pleno derecho la sociedad que se constituya con un número mayor.
RESPONSABILIDAD	En las compañías de responsabilidad limitada los socios responderán hasta el monto de sus aportes. En los estatutos podrá estipularse para todos o algunos de los socios una mayor responsabilidad o prestaciones accesorias o garantías suplementarias, expresándose su naturaleza, cuantía, duración y modalidades
ACCIONES	El capital social se pagará íntegramente al constituirse la compañía, así como al solemnizar cualquier aumento del mismo. El capital estará dividido en cuotas de igual valor, cesibles en las condiciones previstas en la ley o en los estatutos. Los socios responderán solidariamente por el valor atribuido a los aportes en especie.
DECISIONES	En la junta de socios cada uno tendrá tantos votos cuantas cuotas posea en la compañía. Las decisiones de la junta de socios se tomarán por un número plural de socios que represente la mayoría absoluta de las cuotas en que se halle dividido el capital de la compañía. En los estatutos podrá estipularse que en lugar de la absoluta se requerirá una mayoría decisoria superior.
DERECHOS DE INSPECCIÓN	Los socios tendrán derecho a examinar en cualquier tiempo, por sí o por medio de un representante, la contabilidad de la sociedad, los libros de registro de socios y de actas y en general todos los documentos de la compañía.
CAUSALES DE DISOLUCIÓN	Además de las causales generales de disolución, la sociedad de responsabilidad limitada se disolverá cuando ocurran pérdidas que reduzcan el capital por debajo del cincuenta por ciento o cuando el número de socios exceda de veinticinco.

Fuente: Código de comercio

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

4.2.1 Misión

Somos un centro deportivo enfocado y comprometido en cuidar el bienestar físico y psicológico de los integrantes más vulnerable de la sociedad; los niños. Brindando un servicio íntegro, que se ocupe de acompañar a los niños en su crecimiento, tanto físico como mental, para que estos sean parte activa de la sociedad en el futuro.

4.2.2 Visión

Para el 2026, el centro deportivo SPACE GYM, proyecta convertirse en fuerte referente no sólo de Bucaramanga y su área metropolitana, sino del departamento de Santander en el sector del desarrollo psicomotor en los niños, gracias a su innovación, calidad y confiabilidad.

4.2.3 Valores Corporativos

El centro deportivo **SPACE GYM** está comprometido en implementar y aplicar servicio de activación psicomotora, técnicos y administrativos que lleven a la obtención del cumplimiento de los objetivos en las áreas basada en la atención efectiva y trato digno a los niños, así como también a clientes internos y externos.

De igual forma quiere incentivar el crecimiento de las competencias por medio de la motivación a las actividades institucionales, garantizar la calidad en la prestación de servicios, lograr posicionamiento en el área deportiva, como una institución que busca el adecuado desarrollo físico y psicosocial de los niños, fomentar en el cliente interno una cultura de autocontrol y mejoramiento continuo, brindar servicio basado en el respeto y calidez a los usuarios, con alto nivel técnico científico para el aprendizaje deportivo.

Así pues, se garantiza una política integral al tener en consideración tanto a los clientes internos, como a los externos.

En ese orden de ideas, el centro deportivo **SPACE GYM**, establece una serie de políticas que buscan garantizar un procedimiento objetivo para identificar cómo proceder en cada situación que puede atravesar en el ejercicio de la actividad comercial que desarrolle.

Política de compras

La gerencia constituye la puerta de entrada para todos los proveedores y canaliza las relaciones con todas las empresas del sector, garantizando un procedimiento basado en la objetividad, transparencia y no discriminación.

En su relación con los proveedores, y para cumplir estos objetivos, SPACE GYM calificará objetivamente y de forma ponderada las siguientes características, según el servicio/producto de que se trate:

- Precio
- Calidad
- Plazo de entrega
- Comunicación y colaboración
- Nivel de servicio
- Cobertura geográfica nacional e internacional
- Responsabilidad financiera
- Capacidad técnica y productiva

Procesos de Adquisición

Como norma general:

- Para participar en cualquier proceso de adquisición es imprescindible estar homologado y formar parte del catálogo de proveedores.
- Los procesos de adquisición de SPACE GYM se iniciarán con el envío de una solicitud de oferta a los proveedores homologados que cumplan el perfil requerido.

- El proveedor recibirá notificación electrónica de su inclusión en el proceso de adquisición y procederá a realizar su oferta.
- Una vez recibidas todas las ofertas, desde la gerencia, se lanzarán rondas negociadoras con aquellos proveedores que hayan ofertado las condiciones más favorables, hasta alcanzar el acuerdo de adjudicación definitivo.

Política de personal

- Cada empleado tiene una responsabilidad personal en la manera en que coopera con los demás, ya sea como responsable de un equipo o como colega
- Respeto y confianza son dos condiciones previas a una buena relación profesional. Cualquier forma de intolerancia, de acoso o de discriminación será considerada como la expresión de una falta de respeto elemental y no será tolerada. Este principio debe ser aplicado a todos los niveles y en toda circunstancia sin excepción alguna.
- Todos los colaboradores tienen derecho a mantener conversaciones abiertas con sus superiores o colegas.
- La política de contratación consiste en contratar a colaboradores dotados de una personalidad y de aptitudes profesionales que les permitan desarrollar una relación a largo plazo con la empresa.

Política del no fumador en el trabajo

SPACE GYM ha definido y establecido una política de No Fumadores, para prevenir, mejorar, conservar y preservar el bienestar de los colaboradores, mejorando la calidad de vida, que permita un adecuado desempeño y competitividad del personal y de la compañía, así como el fomento de estilos de vida saludables, teniendo en cuenta lo establecido en la resolución 4225 de mayo 29 de 1992.

Es política de SPACE GYM, mantener ambientes sanos de trabajo donde prime la seguridad, la salud y la productividad. La compañía es consciente de que el tabaquismo por parte de los clientes internos y externos, tienen efectos adversos en la capacidad de desempeño y afectan seriamente la salud, seguridad, eficiencia y productividad de otros trabajadores y de la compañía en general.

Para cumplir con este propósito SPACE GYM., ha establecido los siguientes ítems:

Prohíbe fumar, en el desarrollo de los trabajos, dentro de las instalaciones, centros de trabajo o en el traslado a los centros donde se tercerice alguno de los servicios que prestará el centro deportivo durante las jornadas laborales.

Promueve actividades de sensibilización y de capacitación para los clientes internos y externos que buscan la creación de hábitos saludables en relación al daño que causa el cigarrillo a la salud del individuo y de su entorno.

Política de calidad.

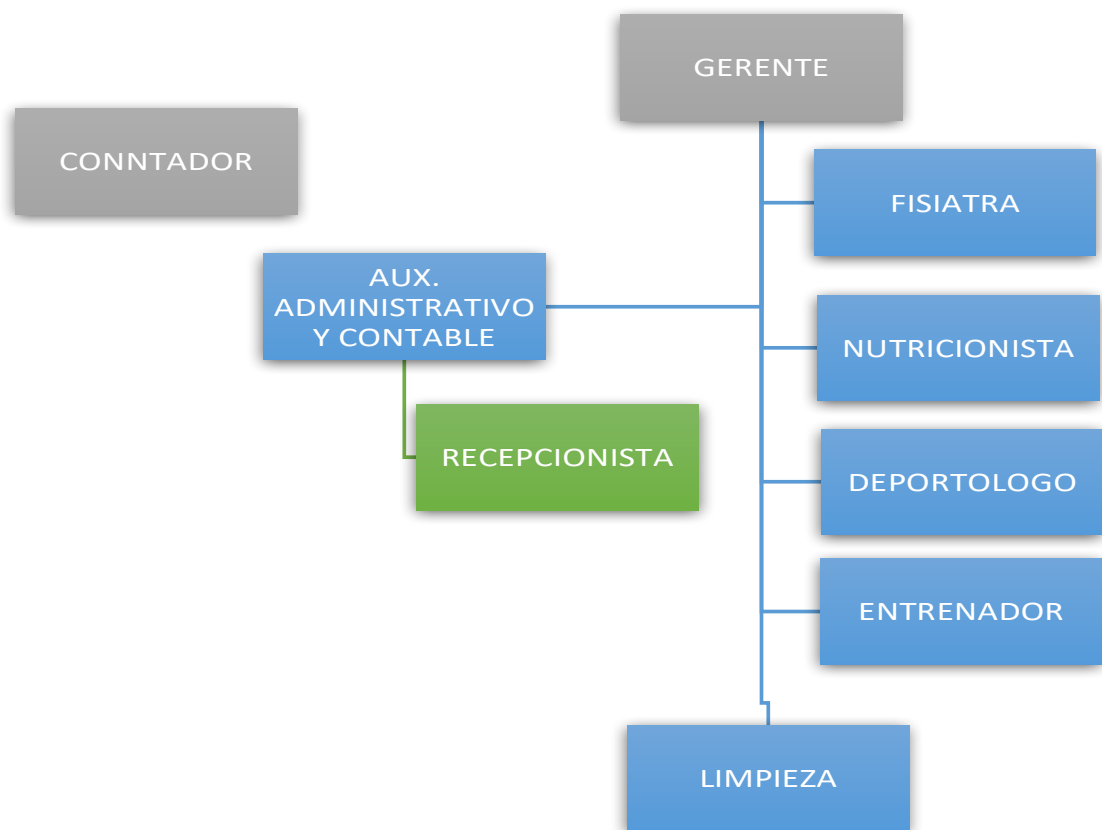
- Lograr la satisfacción de los usuarios, desarrollando estrategias de comunicación permanente con los niños, niñas y sus familias, con el fin de identificar las necesidades, expectativas frente a los servicios prestados en la Organización.
- Asegurar que los niños, niñas y sus familias una atención, cálida, oportuna, accesible y segura, fortaleciendo y monitoreando los servicios prestados.
- Establecer programas de mejoramiento continuo para incrementar los niveles de eficacia, eficiencia y efectividad de los procesos de la organización.

Política de responsabilidad social.

El centro deportivo SPACE GYM expresa su compromiso y responsabilidad social mediante una gestión integral, centrada en el respeto por la ética, las personas, la comunidad y el medio ambiente, formando parte activa de la solución de los retos de la sociedad, logrando un entorno más estable y próspero a favor de su desarrollo sostenible, el crecimiento económico y el bienestar social, más allá del cumplimiento de las leyes y normas, para el mejor desempeño de su objeto social.

4.2.4 Organigrama

Figura 5. Organigrama



Fuente: Autor

4.2.5 Descripción de Cargos

Cuadro 17. Descripción del cargo a gerente general

GERENTE GENERAL	
Formación académica	Profesional en Gestión Empresarial
Años de experiencia	2 a 3 años
Idiomas	Inglés Básico
Objetivo del puesto	Mantener la dirección de la organización en general. Mantener el flujo de información a las jefaturas y a sus subalternos.
Conocimientos y competencias obligatorias	Conocimiento indispensable en el área de manejo de personal, contabilidad y estrategias de mercado. Debe manejar herramientas tecnológicas como el paquete Office e Internet. Debe tener liderazgo, ser analítico y abierto a escuchar. Debe ser una persona con alto grado de responsabilidad y enfocada a resultados. De igual forma, debe ser una persona que sepa resolver problemas.
Habilidades deseables	Deseable conocimiento de la legislación laboral y conocimiento de técnicas de clima organizacional y de entrenamiento.
Funciones Principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto)	<p>Realizar presupuesto de ventas Fijar metas y objetivos, Calcular la demanda, Pronosticar las ventas</p> <p>Realizar los reportes de asistencia del personal a cargo.</p> <p>Realizar el cambio necesario para cubrir al personal libre, en caso de ser necesario.</p> <p>Realizar el análisis de los resultados diarios, semanales y mensuales de la organización.</p> <p>Controlar los costos, gastos y los egresos de la empresa, realizando los informes correspondientes.</p> <p>Llevar el control y estar informado sobre los ingresos que recibe la empresa.</p> <p>Realizar reuniones informativas y motivacionales con su personal a cargo.</p> <p>Supervisar y reentrenar a su personal a cargo de forma periódica para velar por el buen funcionamiento de la organización.</p> <p>Realizar el control de stock de mercancías.</p>

Fuente: Autor

Cuadro 18. Descripción del cargo auxiliar administrativo

AUXILIAR ADMINISTRATIVO	
Supervisión a ejercer	No tiene subordinados
Formación académica	Persona con nivel técnico o tecnológico o en formación profesional de primeros semestres, certificados en el área
Años de experiencia	6 meses
Idiomas	Ninguno
Objetivo del puesto	Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de correspondencia, digitar y registrar las transacciones contables de las operaciones de la compañía y verificar su adecuada contabilización, elaborar nómina y liquidación de seguridad social.
Conocimientos y competencias obligatorias	Manejo de los programas de Office (Word, Excel) Conocimientos actualizados contabilidad y tributaria Manejo de herramientas de oficina Conocimiento como mínimo de un programa contable Conocimiento de los procedimientos del sistema de gestión integrado relacionados en la caracterización del proceso al cual pertenece
Habilidades deseables	Competencias comunicacionales, interpersonales, intrapersonales y de gestión. Trabajo en equipo Iniciativa, creatividad, prudencia y proactividad. Orientación al servicio
	Atender de manera ágil, amable y eficaz las llamadas telefónicas. Recibir la correspondencia, radicar y entregar, tanto interna como externa Atender a todas aquellas personas que

AUXILIAR ADMINISTRATIVO	
Funciones Principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto)	<p>necesiten información. Mantener actualizados los documentos legales de la compañía y entregar al personal que lo requiera Elaborar la nómina y liquidación de seguridad social. Revisión de la contabilización de los documentos Clasificar adecuadamente los documentos contables. Participar en la identificación de los riesgos de su área de trabajo y en la generación de acciones de mejora para su prevención Administrar la papelería y elementos de uso de la compañía llevando registros en las planillas indicadas. Colaboración continua en otras labores asignadas por su jefe inmediato</p>

Fuente: Autor

Cuadro 19. Descripción del cargo recepcionista

RECEPCIONISTA	
Cargo a ejercer	Recepcionista
Formación académica	Curso técnico relacionado con ventas y/o marketing
Años de experiencia	12
Idiomas	Ninguno
Objetivo del puesto	Recibir llamadas, recepción de documentos, toma de firmas y descripción de las clases, recepción de dinero.
Conocimientos y competencias obligatorias	Debe tener conocimiento en servicio al cliente, manejo de dinero, datafonos, sistemas, Word, Excel.
Habilidades deseables	Fluidez verbal, destreza para la redacción de documentos, responsable, honesta y

RECEPCIONISTA	
	capacidades de organización de archivos.
Funciones Principales del puesto (responsabilidades primordiales del puesto)	Brindar la información adecuada a los clientes, con la finalidad de dar a conocer el centro deportivo, mostrar las instalaciones, despejar las dudas, organización de las instalaciones.

Fuente: Autor

Cuadro 20. Descripción del cargo contador

CONTADOR	
Cargo a ejercer	Contador.
Formación académica	Profesional en contaduría
Años de experiencia	3 años
Idiomas	Ninguno
Objetivo del puesto	Realizar actividades administrativas de archivo, control y elaboración de correspondencia, digitar y registrar las transacciones contables de las operaciones de la compañía y verificar su adecuada contabilización, elaborar nómina y liquidación de seguridad social.
Conocimientos y competencias obligatorias	Manejo de los programas de Office (Word, Excel) Conocimientos actualizados contabilidad y tributaria Manejo de herramientas de oficina Conocimiento como mínimo de un programa contable Conocimiento de los procedimientos del sistema de gestión integrado.
Habilidades deseables	Competencias comunicacionales, interpersonales, intrapersonales y de gestión. Trabajo en equipo Iniciativa, creatividad, prudencia y

CONTADOR	
	proactividad. Orientación al servicio.

Fuente: Autor

Cuadro 21. Descripción del cargo fisiatra

FISIATRA	
Cargo a ejercer	Fisiatría
Formación académica	Profesional en Fisiatría
Años de experiencia	3 años
Idiomas	Ninguno
Objetivo del puesto	Realizar el respectivo chequeo en los menores de edad, descartando las posibles lesiones que se presentan a nivel osteomuscular.
Conocimientos y competencias obligatorias	Manejo de Word, Excel y conocimiento en el tema de fisiatría y manejo de pacientes.
Habilidades deseables	Destreza para el trato de los menores.

Fuente: Autor

Cuadro 22. Descripción del cargo nutricionista

NUTRICIONISTA	
Cargo a ejercer	Nutricionista.
Formación académica	Profesional en Nutrición y Dietética
Años de experiencia	3 años
Idiomas	Ninguno
Objetivo del puesto	Controlar y llevar el control de la nutrición de los niños y adolescentes que frecuentan el centro deportivo, Fortaleciendo por medio de

NUTRICIONISTA	
	la nutrición el fortalecimiento del sistema osteomuscular.
Conocimientos y competencias obligatorias	Conocimiento en nutrición y dietética, planes de alimentación para formación de músculos.
Habilidades deseables	Empatía con los menores.

Fuente: Autor

Cuadro 23. Descripción del cargo deportólogo

DEPORTÓLOGO	
Cargo a ejercer	Supervisión del desarrollo deportivo de los jóvenes.
Formación académica	Profesional en Deportes.
Años de experiencia	5 años
Idiomas	Ninguno
Objetivo del puesto	Dar su punto de vista que tan óptimo se encuentra y que tipo de ejercicios se adaptan a las condiciones.
Conocimientos y competencias obligatorias	La tarea del médico Deportólogo comienza con la prevención, realizando estudios médicos básicos por ejemplo desde un simple ECG que estudia al corazón en reposo, hasta una ergometría que estudia al corazón en movimiento, ecocardiograma y análisis completo de sangre como básico.
Habilidades deseables	El éxito de un médico-Deportólogo depende de su habilidad para encontrar y resolver las necesidades médicas y psicológicas del deportista. Interacción de grupos. <ul style="list-style-type: none"> • Rehabilitación. • Farmacología. • Bioquímica y Fisiología del ejercicio. • Biomecánica.

DEPORTÓLOGO	
	<ul style="list-style-type: none"> • Demandas Físicas del deporte específico. • Entrenamiento.

Fuente: Autor

Cuadro 24. Descripción del cargo entrenador

ENTRENADOR (ES)	
Cargo a ejercer	Entrenador deportivo
Formación académica	Profesional en Deportes.
Años de experiencia	2 años
Idiomas	Ninguno
Objetivo del puesto	Los entrenadores o monitores deportivos enseñan las habilidades y técnicas de uno o varios deportes. El objetivo es desarrollar la capacidad, la técnica y el rendimiento.
Conocimientos y competencias obligatorias	competencias del entrenador : Saber escuchar. Capacidad de comunicar. Conocimiento específico de la disciplina deportiva .
Habilidades deseables	<ul style="list-style-type: none"> • Saber escuchar. Es una de las condiciones y cualidades inherentes a cualquier buen entrenador personal. • Ser una fuente constante de motivación. • Ser polivalente. • Ser riguroso. • Ser tolerante. • Ser siempre POSITIVO.

Fuente: Autor

Cuadro 25. Descripción del cargo empleada de limpieza

EMPLEADA DE LIMPIEZA	
Cargo a ejercer	Empleada de limpieza

EMPLEADA DE LIMPIEZA	
Formación académica	Título bachiller
Años de experiencia	Mínimo 1año
Idiomas	Ninguno
Objetivo del puesto	Garantizar la limpieza y buena presentación de las oficinas, consultorios y demás instalaciones de la unidad pediátrica.
Conocimientos y competencias obligatorias	Conocimiento del cargo, calidad, tolerancia al estrés, cuidado de su presentación personal, puntualidad y tolerancia a la frustración.
Habilidades deseables	Buenas relaciones interpersonales, carisma y sentido de pertenencia, conocimiento en limpieza de centros donde se brinden servicios de salud.

Fuente: Autor

4.2.6 Asignación salarial

La asignación salarial se ajusta a lo estipulado en el Decreto 1785 del 29 de diciembre de 2020 teniendo como punto de referencia el Salario Mínimo Mensual Legal Vigente para el año 2021. A continuación, se relaciona la estructura salarial para el centro deportivo **SPACE GYM**.

Tabla 27. Asignación salarial MOD

ASIGNACIÓN SALARIAL MOD					
CARGO	%	FISIATRA	NUTRICIONISTA	DEPORTOLÓGO	ENTRENADOR
SUELDO		\$ 1.500.000	\$ 1.900.000	\$ 3.000.000	\$ 1.100.000
SUB.TRANSP		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 206.464
Cesantías	8,333%	\$ 124.995	\$ 158.327	\$ 249.990	\$ 108.868
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 15.000	\$ 19.000	\$ 30.000	\$ 13.065
Prima de servicios	8,333%	\$ 124.995	\$ 158.327	\$ 249.990	\$ 108.868
Vacaciones	4,167%	\$ 62.498	\$ 79.164	\$ 124.995	\$ 54.434
Salud	8,500%	\$ 127.500	\$ 161.500	\$ 255.000	\$ 93.500
Pensión	12,000%	\$ 180.000	\$ 228.000	\$ 360.000	\$ 132.000
ARL	0,500%	\$ 7.500	\$ 9.500	\$ 15.000	\$ 5.500
SENA	2,000%	\$ 30.000	\$ 38.000	\$ 60.000	\$ 22.000

ASIGNACIÓN SALARIAL MOD					
CARGO	%	FISIATRA	NUTRICIONISTA	DEPORTOLÓGO	ENTRENADOR
ICBF	3,000%	\$ 45.000	\$ 57.000	\$ 90.000	\$ 33.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 60.000	\$ 76.000	\$ 120.000	\$ 44.000
Dotación	5,000%	\$ 75.000	\$ 95.000	\$ 150.000	\$ 55.000
SALARIO REAL		\$ 2.352.488	\$ 2.979.818	\$ 4.704.975	\$ 1.976.698
Nº DE PUESTOS		1	1	1	3
COSTO TOTAL MOD	\$ 229.248.279	\$ 28.229.850	\$ 35.757.810	\$ 56.459.700	\$71.161.119

Fuente: Autor

Tabla 28. Asignación salarial nómina administrativa

ASIGNACIÓN SALARIAL NÓMINA ADMINISTRATIVA						
CARGO	PORCENTAJE	GERENTE	AUX. ADMINISTRATIVO	RECEPCIONISTA	ADMINISTRADOR	EMPLEADO DE LIMPIEZA
SUELDO		\$ 1.200.000	\$ 908.526	\$ 908.526	\$ 1.500.000	\$ 1.100.000
SUB.TRANSP		\$ 106.464	\$ 106.464	\$ 106.464	\$ 106.464	\$ 106.464
Cesantías	8,333%	\$ 108.868	\$ 84.579	\$ 84.579	\$ 133.867	\$ 100.535
Intereses a las Cesantías	1,000%	\$ 13.065	\$ 10.150	\$ 10.150	\$ 16.065	\$ 12.065
Prima de servicios	8,333%	\$ 108.868	\$ 84.579	\$ 84.579	\$ 133.867	\$ 100.535
Vacaciones	4,167%	\$ 54.434	\$ 42.290	\$ 42.290	\$ 66.933	\$ 50.267
Salud	8,500%	\$ 102.000	\$ 77.225	\$ 77.225	\$ 127.500	\$ 93.500
Pensión	12,000%	\$ 144.000	\$ 109.023	\$ 109.023	\$ 180.000	\$ 132.000
ARL	0,500%	\$ 6.000	\$ 4.543	\$ 4.543	\$ 7.500	\$ 5.500
SENA	2,000%	\$ 24.000	\$ 18.171	\$ 18.171	\$ 30.000	\$ 22.000
ICBF	3,000%	\$ 36.000	\$ 27.256	\$ 27.256	\$ 45.000	\$ 33.000
Caja de compensación	4,000%	\$ 48.000	\$ 36.341	\$ 36.341	\$ 60.000	\$ 44.000
Dotación	5,000%	\$ 60.000	\$ 45.426	\$ 45.426	\$ 75.000	\$ 55.000
SALARIO REAL		\$ 2.011.698	\$ 1.554.572	\$ 1.554.572	\$ 2.482.195	\$ 1.854.865
Nº DE PUESTOS		1	1	1	1	1
COSTO TOTAL NÓMINA	\$ 61.450.096	\$ 24.140.373	\$ 18.654.862	\$ 18.654.862	\$ 29.786.343	\$ 22.258.383

Fuente: Autor.

5. ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero se desarrolló definiendo las inversiones, costos de prestación del servicio, tales como; mano de obra, maquinaria y equipo, material directo e indirecto. También se definieron gastos administrativos, financieros, fuentes de financiamiento, y precio de venta.

De otra parte, se calcularon indicadores económicos que le tribuyeron seguridad económica al proyecto.

5.1 INVERSIONES FIJA Y DIFERIDA

5.1.1 Inversión Fija

La estimación de la inversión fija se basa en cotizaciones y/o proformas de los bienes y servicios a utilizarse en la ejecución del proyecto. Forma parte de la infraestructura operativa del negocio, es decir la base para iniciar la producción para el mercado seleccionado.

En ese sentido, la inversión fija del centro deportivo está comprendida por:

Tabla 29. Inversión fija

INVERSIÓN FIJA	
ACTIVO	VALOR TOTAL
Equipo de oficina	\$ 18.280.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 14.490.000
Maquinaria y equipo	\$ 76.898.000
Terreno	\$ 0
Construcciones y edificaciones	\$ 0
Muebles y enseres	\$ 18.820.000
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 5.580.000
Inventario de materia prima	\$ 0
TOTAL INVERSIÓN FIJA	\$ 134.068.000

Fuente: Autor

5.1.2 Inversión diferida

Tabla 30. Inversión diferida

INVERSIÓN DIFERIDA	
CONCEPTO	VALOR
Estudio de Factibilidad	\$ 1.000.000
Licencia de funcionamiento	\$ 0
Registro sanitario	\$ 0
Escritura de Constitución	\$ 36.000
Registro de libros y documentos	\$ 60.000
Estudio impacto Ambiental	\$ 4.500.000
Diseño del SG-SST	\$ 200.000
Otro software	\$ 2.000.000
Software contable	\$ 2.500.000
Adecuaciones-Remodelaciones	\$ 3.500.000

INVERSIÓN DIFERIDA	
CONCEPTO	VALOR
Publicidad Lanzamiento	\$ 4.120.000
Diseño de identidad corporativa	\$ 1.600.000
Patentes	\$ 0
Registro de marca	\$ 0
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA	\$ 19.516.000
Amortización anual	\$ 3.903.200
Amortización mensual	\$ 325.267

Fuente: Autor

5.2 COSTOS Y GASTOS

Costos: Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Al determinar el costo de producción, se puede establecer el precio de venta al público del bien en cuestión (el precio al público es la suma del costo más el beneficio).

Gastos: Un gasto es una erogación de dinero que se invierte o se ocupa en un asunto determinado, particularmente en el consumo de bienes o servicios¹⁹.

5.2.1 Costos de producción

5.2.1.1 Costos fijos

Tabla 31. Costos fijos

COSTOS FIJOS		
CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Arriendo	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Seguros	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Teléfono	\$ 340.000	\$ 4.080.000
Internet	\$ 175.000	\$ 2.100.000
Jefe de producción (MOI)	\$ 0	\$ 0
Depreciación operativa	\$ 1.411.097	\$ 16.933.160
Otro	\$ 0	\$ 0
TOTALES	\$ 4.426.097	\$ 53.113.160

Fuente: Autor

5.2.1.2 Costos variables

Tabla 32. Costos variables

COSTOS VARIABLES		
CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
MOD	\$ 15.967.373	\$ 191.608.479
Materiales directos	\$ 652.160	\$ 7.825.918
Materiales indirectos	\$ 1.500.000	

¹⁹ Enciclopedia de Clasificaciones 2017. Tipos de Gastos. 2017.

COSTOS VARIABLES		
CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
Acueducto	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Energía	\$ 300.000	\$ 3.600.000
Gas	\$ 0	\$ 0
Asesor técnico	\$ 60.000	\$ 720.000
Mantenimiento de maquinaria y equipo	\$ 50.000	\$ 1.200.000
Otro		\$ 0
TOTALES	\$ 18.829.533	\$ 208.554.397

Fuente: Autor

5.2.1.3 Costos totales de producción

Tabla 33. Costos totales de producción

COSTOS TOTALES DE PRODUCCIÓN		
CONCEPTO	VALOR MES	VALOR AÑO
COSTOS FIJOS	\$ 4.426.097	\$ 53.113.160
COSTOS VARIABLES	\$ 17.379.533	\$ 208.554.397
TOTALES	\$ 21.805.630	\$ 261.667.557

Fuente: Autor

5.2.2 Gastos de administración y ventas

5.2.2.1 Gastos fijos de administración y ventas

Tabla 34. Gastos fijos de administración y ventas

GASTOS FIJOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		
CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Nómina administrativa y de ventas	\$ 5.120.841	\$ 61.450.096
Arriendo	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Acueducto	\$ 540.000	\$ 6.480.000
Energía	\$ 480.000	\$ 5.760.000
Gas	\$ 0	\$ 0
Teléfono	\$ 340.000	\$ 4.080.000
Internet	\$ 175.000	\$ 2.100.000
Administración redes sociales	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Licencias tecnológicas	\$ 1.000.000	\$ 12.000.000
Seguros	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Publicidad operative	\$ 333.333	\$ 3.999.996
Contador	\$ 450.000	\$ 5.400.000
Asesoría SG-SST	\$ 110.000	\$ 1.320.000
Papelaría	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Cafetería	\$ 60.000	\$ 720.000
Amortización de diferidos	\$ 325.267	\$ 3.903.200
Depreciaciones administrativas	\$ 2.644.013	\$ 31.728.160
TOTALES	\$ 15.478.454	\$ 185.741.452

Fuente: Autor

5.2.2.2 Gastos variables de administración y ventas

Tabla 35. Gastos variables de administración y ventas

GASTOS VARIABLES DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		
CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos de representación	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Comisiones de ventas	\$ 1.368.000	\$ 16.416.000

GASTOS VARIABLES DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		
CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
TOTALES	\$ 1.488.000	\$ 17.856.000

Fuente: Autor

5.2.2.3 Gastos totales de administración y ventas

Tabla 36. Gastos totales de administración y ventas

GASTOS TOTALES DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS		
CONCEPTO	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos fijos	\$ 15.478.454	\$ 185.741.452
Gastos variables	\$ 1.488.000	\$ 17.856.000
TOTALES	\$ 16.966.454	\$ 203.597.452

Fuente: Autor

Tabla 37. Prorrateso entre costos y gastos

PRORRATEO ENTRE COSTOS Y GASTOS			
RUBRO	PORCENTA JE COSTO	PORCENTA JE GAV	VALOR MES
Arriendo	50%	50%	\$ 2.000.000
Acueducto	10%	90%	\$ 600.000
Energía	40%	60%	\$ 800.000
Gas		100%	\$ 0
Teléfono		100%	\$ 340.000
Depreciación Construcciones y edificaciones	20%	80%	\$ 3.000.000
Internet	30%	70%	\$ 250.000
Seguros		100%	\$ 1.500.000

Fuente: Autor

5.3 CAPITAL DE TRABAJO

5.3.1 Periodo de capital de trabajo

El capital de trabajo considera aquellos recursos necesarios para cubrir los egresos durante un mes de funcionamiento, para lo cual se toman los egresos mensuales totales menos los egresos no monetarios tales como depreciación y amortización de diferidos. Se cuantifican tres meses para los costos de operación.

5.3.2 Estructura del crédito.

Tabla 38. Estructura del crédito

ESTRUCTURA DEL CRÉDITO			
Préstamo	\$ 70.000.000	Interés mensual	1,10%
Periodo	60	Valor cuota mensual	1.599.891
Tasa efectiva anual		14,03%	

Fuente: Autor

5.3.2.1 Amortización del crédito.

Tabla 39. Amortización del crédito

AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO					
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	\$ 829.891	\$ 946.313	\$1.079.068	\$1.230.446	\$1.403.061
2	\$ 839.020	\$ 956.723	\$1.090.938	\$ 1.243.981	\$1.418.495
3	\$ 848.249	\$ 967.247	\$1.102.938	\$ 1.257.665	\$1.434.098
4	\$ 857.580	\$ 977.886	\$1.115.070	\$ 1.271.499	\$1.449.873
5	\$ 867.013	\$ 988.643	\$1.127.336	\$ 1.285.486	\$1.465.822
6	\$ 876.550	\$ 999.518	\$1.139.737	\$ 1.299.626	\$1.481.946
7	\$ 886.192	\$1.010.513	\$1.152.274	\$ 1.313.922	\$1.498.247
8	\$ 895.940	\$1.021.629	\$1.164.949	\$ 1.328.375	\$1.514.728
9	\$ 905.796	\$1.032.866	\$1.177.763	\$ 1.342.987	\$1.531.390
10	\$ 915.760	\$1.044.228	\$1.190.719	\$ 1.357.760	\$1.548.235
11	\$ 925.833	\$1.055.714	\$1.203.817	\$ 1.372.695	\$1.565.266
12	\$ 936.017	\$1.067.327	\$1.217.059	\$ 1.387.795	\$1.582.484
	\$10.583.841	\$12.068.607	\$13.761.668	\$15.692.237	\$17.893.645

Fuente: Autor

Tabla 40. Amortización del crédito primeros 3 meses

AMORTIZACIÓN DEL CRÉDITO PRIMEROS 3 MESES	
PERIODO	AÑO 1
1	\$ 829.891
2	\$ 839.020
3	\$ 848.249
Total	\$ 2.517.160

Fuente: Autor

5.3.2.2 Gastos financieros.

Tabla 41. Gastos financieros

GASTOS FINANCIEROS					
PERIODO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	\$ 770.000	\$ 653.578	\$ 520.823	\$ 369.445	\$ 196.830
2	\$ 760.871	\$ 643.168	\$ 508.953	\$ 355.910	\$ 181.396
3	\$ 751.642	\$ 632.644	\$ 496.953	\$ 342.226	\$ 165.793
4	\$ 742.311	\$ 622.005	\$ 484.821	\$ 328.392	\$ 150.018
5	\$ 732.878	\$ 611.248	\$ 472.555	\$ 314.405	\$ 134.069
6	\$ 723.341	\$ 600.373	\$ 460.154	\$ 300.265	\$ 117.945
7	\$ 713.699	\$ 589.378	\$ 447.617	\$ 285.969	\$ 101.644
8	\$ 703.951	\$ 578.262	\$ 434.942	\$ 271.516	\$ 85.163
9	\$ 694.095	\$ 567.025	\$ 422.128	\$ 256.904	\$ 68.501
10	\$ 684.131	\$ 555.663	\$ 409.172	\$ 242.131	\$ 51.656
11	\$ 674.058	\$ 544.177	\$ 396.074	\$ 227.196	\$ 34.625
12	\$ 663.874	\$ 532.564	\$ 382.832	\$ 212.096	\$ 17.407
	\$8.614.851	\$7.130.085	\$5.437.024	\$3.506.455	\$1.305.047

Fuente: Autor

Tabla 42. Gastos financieros primeros 3 meses

GASTOS FINANCIEROS PRIMEROS 3 MESES	
PERIODO	AÑO 1
1	\$ 770.000
2	\$ 760.871
3	\$ 751.642
Total	\$ 2.282.513

Fuente: Autor

5.3.3 Cuadro resumen del capital de trabajo

Tabla 43. Resumen del capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO		
CONCEPTO	VALOR	3
Costos totales de producción	\$ 65.416.889	
Gastos de administración y ventas	\$ 50.899.363	
Gastos financieros	\$ 2.282.513	
Menos Depreciaciones	-\$ 3.165.330	
Menos Amortización diferidos	-\$ 975.800	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 114.457.635	

Fuente: Autor

5.4 INVERSIÓN TOTAL

Tabla 44. Inversión total

INVERSIÓN TOTAL	
CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$ 134.068.000
Inversión diferida	\$ 19.516.000
Inversión capital de trabajo	\$ 114.457.635
INVERSIÓN TOTAL	\$ 268.041.635

Fuente: Autor

5.5 ESTRUCTURA DE CAPITAL

5.5.1 Recursos propios

Tabla 45. Recursos propios

RECURSOS PROPIOS		
CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Socios fundadores	\$ 55.000.000	20,80%
Nuevos socios	\$ 139.405.348	52,72%

Fuente: Autor

5.5.2 Recursos de financiación

Tabla 46 Recursos de financiación

RECURSOS DE FINANCIACIÓN		
CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Crédito bancario	\$ 70.000.000	26,12%

Fuente: Autor

Tabla 47. Estructura de capital

ESTRUCTURA DE CAPITAL		
CONCEPTO	VALOR	PORCENTAJE
Socios fundadores	\$ 55.000.000	20,52%
Nuevos socios	\$ 143.041.635	53,37%
Crédito bancario	\$ 70.000.000	26,12%
TOTAL	\$ 268.041.635	100,00%

Fuente: Autor

5.6 PRECIO DE VENTA

Tabla 48. Precio de venta

PRECIO DE VENTA	
Costos totales de producción	\$ 261.667.557
Gastos de administración y ventas totales	\$ 203.597.452
Costos y gastos totales	\$ 465.265.009
Capacidad utilizada año 1	8.208
Costos y gastos totales unitarios	\$ 56.684
Margen de utilidad	30%
Precio de venta	\$ 80.978
Margen para el intermediario	0%
Precio al intermediario antes de IVA	\$ 80.978
Tasa de IVA	19%
Precio al consumidor	\$ 99.973

Fuente: Autor

5.7 ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS

5.7.1 Estado de Resultados proyectado

Tabla 49. Estado de resultados proyectado

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos operacionales	\$ 664.667.424	\$ 706.209.138	\$ 747.750.852	\$ 789.292.566	\$ 830.834.280
Ingresos no operacionales					
TOTAL INGRESOS	\$ 664.667.424	\$ 706.209.138	\$ 747.750.852	\$ 789.292.566	\$ 830.834.280
MENOS COSTOS DE PRODUCCIÓN					
Materia prima	\$ 7.825.918	\$ 8.315.037	\$ 8.804.157	\$ 9.293.277	\$ 9.782.397
MOD	\$ 191.608.479	\$ 191.608.479	\$ 191.608.479	\$ 191.608.479	\$ 191.608.479
CIF	\$ 62.233.160	\$ 62.803.160	\$ 63.373.160	\$ 63.943.160	\$ 64.513.160
UTILIDAD BRUTA	\$ 402.999.867	\$ 443.482.461	\$ 483.965.056	\$ 524.447.650	\$ 564.930.244
MENOS GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
Nómina administrativa	\$ 61.450.096	\$ 61.450.096	\$ 61.450.096	\$ 61.450.096	\$ 61.450.096
Gastos generales	\$ 142.147.356	\$ 143.263.356	\$ 144.379.356	\$ 145.495.356	\$ 146.611.356
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 199.402.415	\$ 238.769.009	\$ 278.135.604	\$ 317.502.198	\$ 356.868.792
Menos gastos financieros (Intereses)	-\$ 8.614.851	-\$ 7.130.085	-\$ 5.437.024	-\$ 3.506.455	-\$ 1.305.047
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 190.787.564	\$ 231.638.924	\$ 272.698.580	\$ 313.995.743	\$ 355.563.745
Menos Impuesto de Renta	-\$ 62.959.896	-\$ 76.440.845	-\$ 89.990.531	-\$ 103.618.595	-\$ 117.336.036
Menos Impuesto de Ind y Cio	-\$ 59.820.068	-\$ 63.558.822	-\$ 67.297.577	-\$ 71.036.331	-\$ 74.775.085
UTILIDAD NETA	\$ 68.007.600	\$ 91.639.257	\$ 115.410.472	\$ 139.340.817	\$ 163.452.624
Menos Reserva Legal	-\$ 6.800.760	-\$ 9.163.926	-\$ 11.541.047	-\$ 13.934.082	-\$ 16.345.262
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 61.206.840	\$ 82.475.331	\$ 103.869.424	\$ 125.406.735	\$ 147.107.361

33,00%
9,00%

Fuente: Autor

5.7.2 Flujo de Fondos proyectado

Tabla 50. Flujo de fondos proyectado

FLUJO DE FONDOS PROYECTADO						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Saldo de caja anterior	\$ 0	\$ 114.457.635	\$ 347.225.878	\$ 496.580.751	\$ 668.082.516	\$ 861.662.433
Flujos de efectivo de actividad de operación						
+INGRESOS		\$ 664.667.424	\$ 706.209.138	\$ 747.750.852	\$ 789.292.566	\$ 830.834.280
Operacionales		\$ 664.667.424	\$ 706.209.138	\$ 747.750.852	\$ 789.292.566	\$ 830.834.280
Ingresos no operacionales		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
- EGRESOS		-\$ 412.700.489	-\$ 537.655.573	-\$ 557.050.396	-\$ 576.513.956	-\$ 596.055.894
Materia prima		\$ 7.825.918	\$ 8.315.037	\$ 8.804.157	\$ 9.293.277	\$ 9.782.397
MOD		\$ 191.608.479	\$ 191.608.479	\$ 191.608.479	\$ 191.608.479	\$ 191.608.479
CIF		\$ 62.233.160	\$ 62.803.160	\$ 63.373.160	\$ 63.943.160	\$ 64.513.160
Nómina administrativa		\$ 61.450.096	\$ 61.450.096	\$ 61.450.096	\$ 61.450.096	\$ 61.450.096
Gastos generales		\$ 142.147.356	\$ 143.263.356	\$ 144.379.356	\$ 145.495.356	\$ 146.611.356
Menos depreciaciones		-\$ 48.661.320	-\$ 48.661.320	-\$ 48.661.320	-\$ 48.661.320	-\$ 48.661.320
Menos amortizaciones		-\$ 3.903.200	-\$ 3.903.200	-\$ 3.903.200	-\$ 3.903.200	-\$ 3.903.200
Impuesto de renta		\$ 0	\$ 62.959.896	\$ 76.440.845	\$ 89.990.531	\$ 103.618.595
Impuesto de Ind y Cio		\$ 0	\$ 59.820.068	\$ 63.558.822	\$ 67.297.577	\$ 71.036.331
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE OPERACIÓN	\$ 0	\$ 251.966.935	\$ 168.553.565	\$ 190.700.456	\$ 212.778.610	\$ 234.778.386
Flujos efectivo actividades inversión						
+INGRESOS	\$ 198.041.635	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 70.761.400
Capital social	\$ 198.041.635					
Valor de salvamento						\$ 70.761.400
-EGRESOS	-\$ 153.584.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Compra de Equipo de oficina	\$ 18.280.000					
Compra de Equipo de computación y comunicación	\$ 14.490.000					
Compra de Maquinaria y equipo	\$ 76.898.000					
Compra de Terreno	\$ 0					
Compra de Construcciones y edificaciones	\$ 0					
Compra de Muebles y enseres	\$ 18.820.000					

FLUJO DE FONDOS PROYECTADO						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Compra de Materiales, repuestos y accesorios	\$ 5.580.000					
Compra de Inventario de materia prima	\$ 0					
Inversión activos diferidos	\$ 19.516.000					
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO ACTIVIDADES INVERSIÓN	\$ 44.457.635	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 70.761.400
Flujos de efectivo de actividad de financiación						
+INGRESOS	\$ 70.000.000					
Préstamo bancario	\$ 70.000.000					
-EGRESOS		-\$ 19.198.692	-\$ 19.198.692	-\$ 19.198.692	-\$ 19.198.692	-\$ 19.198.692
Abono a capital		\$ 10.583.841	\$ 12.068.607	\$ 13.761.668	\$ 15.692.237	\$ 17.893.645
Gastos financieros		\$ 8.614.851	\$ 7.130.085	\$ 5.437.024	\$ 3.506.455	\$ 1.305.047
FLUJOS NETOS DE EFECTIVO DE ACTIVIDAD DE FINANCIACIÓN	\$ 70.000.000	-\$ 19.198.692	-\$ 19.198.692	-\$ 19.198.692	-\$ 19.198.692	-\$ 19.198.692
FLUJO DE EFECTIVO NETO (AUMENTO O DISMINUCIÓN)	\$ 114.457.635	\$ 232.768.243	\$ 149.354.873	\$ 171.501.764	\$ 193.579.918	\$ 286.341.094

Fuente: Autor

5.7.3 Estado de Situación Financiera inicial y proyectado

Tabla 51. Estado de Situación Financiera inicial y proyectado

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL Y PROYECTADO						
CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja						
Bancos	\$ 114.457.635	\$ 347.225.878	\$ 496.580.751	\$ 668.082.516	\$ 861.662.433	\$ 1.077.242.127
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	\$ 114.457.635	\$ 347.225.878	\$ 496.580.751	\$ 668.082.516	\$ 861.662.433	\$ 1.077.242.127
ACTIVOS FIJOS						
Equipo de oficina	\$ 18.280.000	\$ 18.280.000	\$ 18.280.000	\$ 18.280.000	\$ 18.280.000	\$ 18.280.000
Equipo de computación y comunicación	\$ 14.490.000	\$ 14.490.000	\$ 14.490.000	\$ 14.490.000	\$ 14.490.000	\$ 14.490.000
Maquinaria y equipo	\$ 76.898.000	\$ 76.898.000	\$ 76.898.000	\$ 76.898.000	\$ 76.898.000	\$ 76.898.000
Muebles y enseres	\$ 18.820.000	\$ 18.820.000	\$ 18.820.000	\$ 18.820.000	\$ 18.820.000	\$ 18.820.000
Materiales, repuestos y accesorios	\$ 5.580.000	\$ 5.580.000	\$ 5.580.000	\$ 5.580.000	\$ 5.580.000	\$ 5.580.000
Inventario de materia prima	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Menos depreciación acumulada	\$ 0	-\$ 48.661.320	-\$ 97.322.640	-\$ 145.983.960	-\$ 194.645.280	-\$ 243.306.600
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 134.068.000	\$ 85.406.680	\$ 36.745.360	-\$ 11.915.960	-\$ 60.577.280	-\$ 109.238.600
ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 19.516.000	\$ 19.516.000	\$ 19.516.000	\$ 19.516.000	\$ 19.516.000	\$ 19.516.000
Menos amortización acumulada	\$ 0	-\$ 3.903.200	-\$ 7.806.400	-\$ 11.709.600	-\$ 15.612.800	-\$ 19.516.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	\$ 19.516.000	\$ 15.612.800	\$ 11.709.600	\$ 7.806.400	\$ 3.903.200	\$ 0
ACTIVOS TOTALES	\$ 268.041.635	\$ 448.245.358	\$ 545.035.711	\$ 663.972.956	\$ 804.988.353	\$ 968.003.527

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA INICIAL Y PROYECTADO						
CUENTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PASIVO						
PASIVOS CORRIENTES						
Obligaciones financieras corto plazo	\$ 10.583.841	\$ 12.068.607	\$ 13.761.668	\$ 15.692.237	\$ 17.893.645	\$ 0
Impuesto de renta	\$ 0	\$ 62.959.896	\$ 76.440.845	\$ 89.990.531	\$ 103.618.595	\$ 117.336.036
Impuesto de Ind y Cio	\$ 0	\$ 59.820.068	\$ 63.558.822	\$ 67.297.577	\$ 71.036.331	\$ 74.775.085
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	\$ 10.583.841	\$ 134.848.571	\$ 153.761.335	\$ 172.980.345	\$ 192.548.571	\$ 192.111.121
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones financieras largo plazo	\$ 59.416.159	\$ 47.347.552	\$ 33.585.884	\$ 17.893.647	\$ 0	\$ 0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	\$ 59.416.159	\$ 47.347.552	\$ 33.585.884	\$ 17.893.647	\$ 0	\$ 0
PASIVOS TOTALES	\$ 70.000.000	\$ 182.196.123	\$ 187.347.219	\$ 190.873.992	\$ 192.548.571	\$ 192.111.121
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 198.041.635	\$ 198.041.635	\$ 198.041.635	\$ 198.041.635	\$ 198.041.635	\$ 198.041.635
Reserva legal acumulada	\$ 0	\$ 6.800.760	\$ 15.964.686	\$ 27.505.733	\$ 41.439.815	\$ 57.785.077
Utilidades ejercicios anteriores acumuladas	\$ 0	\$ 0	\$ 61.206.840	\$ 143.682.171	\$ 247.551.596	\$ 372.958.331
Utilidad del ejercicio	\$ 0	\$ 61.206.840	\$ 82.475.331	\$ 103.869.424	\$ 125.406.735	\$ 147.107.361
PATRIMONIO TOTAL	\$ 198.041.635	\$ 266.049.235	\$ 357.688.492	\$ 473.098.964	\$ 612.439.780	\$ 775.892.404
TOTAL PASIVO MÁS PATRIMONIO	\$ 268.041.635	\$ 448.245.358	\$ 545.035.711	\$ 663.972.956	\$ 804.988.351	\$ 968.003.525

Fuente: Autor

5.8 EVALUACIÓN FINANCIERA

5.8.1 Razones financieras

5.8.1.1 Razones de liquidez

Tabla 52. Razón de liquidez

RAZONES DE LIQUIDEZ							
RAZONES DE LIQUIDEZ	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Razón corriente	activo corriente / pasivo corriente	No veces	2,57	3,23	3,86	4,48	5,61
Prueba acida**	activo corriente - inventarios / pasivo corriente	No veces	2,57	3,23	3,86	4,48	5,61
Capital de trabajo neto	activo corriente - pasivo corriente	unidades \$\$	\$ 212.377.307	\$ 342.819.416	\$ 495.102.171	\$ 669.113.862	\$ 885.131.006

Fuente: Autor

Es claro que, el centro deportivo tendrá la capacidad de asumir sus obligaciones para garantizar el funcionamiento del mismo, incluso desde el primer año operación.

5.8.1.2 Razones de operación

Tabla 53. Razones de operación

RAZONES DE OPERACIÓN							
RAZONES DE OPERACIÓN	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Rotación activo corriente	ventas/activo corriente	No veces	1,91	1,42	1,12	0,92	0,77
Rotación activo fijo	ventas / activo fijo neto	No veces	7,78	19,22	- 62,75	- 13,03	- 7,61
Rotación activo total	ventas / activo total	No veces	1,48	1,30	1,13	0,98	0,86

Fuente: Autor

En los años, 3, 4 y 5 se observa una tendencia negativa en cuanto a la rotación en activos fijos, la cual es normal, teniendo en cuenta que estos activos no saldrán con frecuencia de la empresa ya que es una empresa prestadora de servicios y no de ventas, por lo tanto, la rotación de estos activos irá directamente ligada a la depreciación y deterioro natural de los mismos.

5.8.1.3 Razones de rentabilidad

Tabla 54. Razones de rentabilidad

RAZONES DE RENTABILIDAD							
RAZONES RENTABILIDAD	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen bruto utilidad	utilidad bruta/ ventas	%	60,63%	62,80%	64,72%	66,45%	68,00%
Margen utilidad neta	utilidad neta/ventas	%	10,23%	12,98%	15,43%	17,65%	19,67%
Rendimiento activos	utilidad neta/ activos totales	%	15,17%	16,81%	17,38%	17,31%	16,89%

Fuente: Autor

En todos los cinco años de funcionamiento proyectados se puede evidenciar un comportamiento positivo para empresa, esto muy seguramente se debe al nivel de aceptación que presenta el proyecto y a la demanda insatisfecha se estima que los servicios sean adquiridos en el centro deportivo.

5.8.1.4 Razones de endeudamiento

Tabla 55. Razones de endeudamiento

RAZONES DE RENTABILIDAD							
RAZONES DE ENDEUDAMIENTO	RELACIÓN	UNIDAD DE ANÁLISIS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Endeudamiento total	pasivo total / activo total	%	40,65%	34,37%	28,75%	23,92%	19,85%
Cobertura intereses	utilidad operacional / intereses	No veces	23,15	33,49	51,16	90,55	273,45
Índice participación patrimonial	patrimonio / activo total	%	59,35%	65,63%	71,25%	76,08%	80,15%

Fuente: Autor

Es claro que, el centro deportivo tendrá la capacidad de asumir sus obligaciones financieras, incluso desde el primer año operación.

5.8.2 Indicadores de viabilidad

Tabla 56. Indicadores de viabilidad

INDICADORES DE VIABILIDAD	
Prima de riesgo al riesgo	10%
Inflación	2%
TMAR recursos propios	12,20%
Recursos crédito	14,03%
TMAR Banco	16,31%
Porcentaje aportación recursos propios	73,88%
Porcentaje aportación Banco	26,12%
TMAR MIXTA	13,27%
TMAR MIXTA DEFLACTADA	11,31%

Fuente: Autor

5.8.2.1 Tasa Interna Retorno (TIR).

El resultado obtenido en el cálculo de este indicador económico es sumamente positivo, puesto que se determinó una rentabilidad del 98,96% de beneficio para la inversión realizada.

5.8.2.2 Valor Presente Neto (VPN).

Al realizar el debido cálculo del VAN o VPN se determinó que el proyecto es factible puesto que al tener en cuenta la inversión realizada, los flujos de caja proyectados y la tasa de descuento se obtuvo un total de **\$ 549.609.972**, lo que indica viabilidad del proyecto, si se toma en contraparte la inversión a realizar de **\$ 268.041.635**.

5.8.2.3 Período de recuperación

Tabla 57. Periodo de recuperación

CONCEPTO	PERIODO DE RECUPERACIÓN					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE EFECTIVO NETO	-\$ 198.041.635	\$ 232.768.243	\$ 149.354.873	\$ 171.501.764	\$ 193.579.918	\$ 286.341.094
VNA	-\$ 198.041.635	\$ 205.492.904	\$ 116.403.382	\$ 118.001.599	\$ 117.585.210	\$ 153.549.773
VALOR RECUPERADO		\$ 205.492.904	\$ 321.896.285	\$ 439.897.884	\$ 557.483.094	\$ 711.032.867

Fuente: Autor

5.8.2.4 Punto de equilibrio

Tabla 58.. Formulas punto de equilibrio

FORMULAS PUNTO DE EQUILIBRIO		
PUNTO DE EQUILIBRIO	FÓRMULA	RESULTADO
En función de la capacidad instalada (%)	$PE = CF/(IT-CV)$	54,50%
En función de cantidades producidas (Q)	$PE = CF/(Pu-CVu)$	4.473
En función de volumen de ventas (\$)	$PE^* = CF / 1 - CV/IT$	\$ 362.250.620
En función del número de días año	$PE = PE^* / (VT/N)$	196

Fuente: Autor

Tabla 59.Datos relevantes punto de equilibrio

DATOS RELEVANTES PUNTO DE EQUILIBRIO	
CF: costos fijos	\$ 238.854.612
CV: costo variable	\$ 226.410.397
CT: costos totales	\$ 465.265.009
IT: ingreso total	\$ 664.667.424
Pu: precio unitario	\$ 80.978
CVu: costo variable unitario	\$ 27.584
VT: ventas totales	\$ 664.667.424
N: número días año	360
Capacidad utilizada año 1 (niños)	8.208

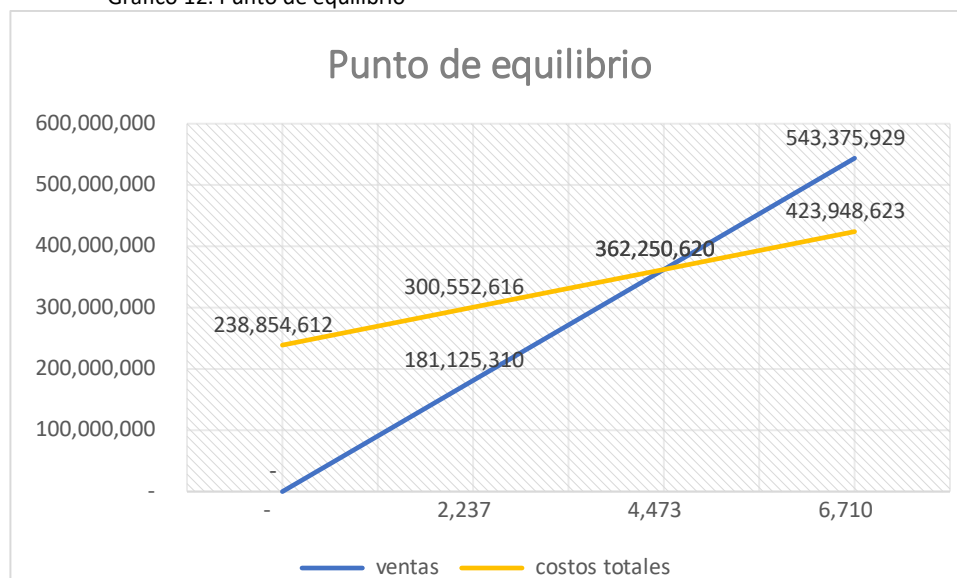
Fuente: Autor

Tabla 60. Punto de equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO				
Punto de equilibrio	-	2.237	4.473	6.710
ventas	-	181.125.310	362.250.620	543.375.929
costos fijos	238.854.612	238.854.612	238.854.612	238.854.612
costos variables	-	61.698.004	123.396.008	185.094.011
costos totales	238.854.612	300.552.616	362.250.620	423.948.623
utilidad	- 238.854.612	- 119.427.306	-	119.427.306

Fuente: Autor

Gráfico 12. Punto de equilibrio




Fuente: Autor





Se encontró, que, para llegar al punto de equilibrio, el centro deportivo SPACE GYM, necesita vender \$362.250.620 pesos, equivalentes a 4.473 servicios. Lo que es una buena noticia, ya que; estos están por debajo de la capacidad que se proyectó utilizar para el desarrollo de la actividad.

6. BUSINESS CANVAS

Cuadro 26. Análisis de factibilidad de negocio por criterio Canvas

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE NEGOCIO POR CRITERIO CANVAS				
<p>Asociaciones Clave</p>  <p>Los profesionales son unos socios invaluable que al fusionar el proyecto con su conocimiento surgirán grandes cambios.</p>  <p>También se contará con la zona de cafetería saludable donde un profesional en nutrición instruirá la alimentación para antes y después del entrenamiento.</p>  <p>Un grupo de personal de mantenimiento será el encargado de mantener la maquinaria en perfecto estado.</p>	<p>Actividades clave</p>  <p>Para cumplir con la misión de Space Gym, será necesario realizar actividades claves, tales como; la preparación de los planes a prestar, la planeación de las clases y la asignación de tareas a los entrenadores según su perfil. Será necesario contar con las evaluaciones previas llevadas a cabo por los profesionales tales como deportólogo y fisiatra para el adecuado desarrollo de las actividades físicas de los menores.</p>    	<p>Propuesta de valor</p>  <p>Aportar de una manera dinámica la disciplina y trabajo en equipo combatiendo el mal uso de la tecnología, sedentarismo entre otros. El deporte físico además de darle simetría forma mentes sanas y armoniosas. Space Gym es un centro deportivo diseñado solo para menores de edad, bajo cuidado de profesionales calificados para este segmento, es un equipo único con un precio asequible, Nuestra marca representa confiabilidad, respeto y pasión por el deporte, con una estrategia clara y novedosa de servicio. Se utilizarán las redes</p>	<p>Relaciones con clientes</p>  <p>Satisfacer la necesidad del cliente, es prioridad y ver que sus hijos tengan un avance educativo y más productivo será la estrategia que lo hagan siempre elegirnos. Estar atentos al soporte de la posventa con la atención brindada.</p>	<p>Segmento de clientes</p>  <p>Nuestros clientes objetivo son los padres de familia que tengan hijos entre los 5 y 16 años de edad. Nuestros clientes, son menores de edad de cualquier sexo, en estado de educación jardín primaria y secundaria,</p>

ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE NEGOCIO POR CRITERIO CANVAS

	<p>Recursos Clave</p>  <p>Infraestructura preparada para el soporte deportivo de los menores,</p>  <p>Entrenadores profesionales, además de personal médico como nutrición, deportólogo y especialistas.</p>	<p>sociales, la tecnología y la voz a voz para contribuir con la tala de árboles y el desperdicio de energía. Paneles solares y sensores en cada área utilizada.</p>	<p>Canales</p> 	
<p>Estructura de Costes Los costes comprenden un costo fijo mensual de \$ 4.426.097 mensuales y \$53.113.160 anuales, mientras que tiene costos variables de \$ 17.379.533 mensuales y \$ 208.554.397 anuales, generando así costos mensuales por \$ 21.805.630 y anuales por \$ 261.667.557. Los costes variables, contienen un rubro muy importante, el cual es el generado por concepto de MOD, el cual tiene un coste mensual de \$ 15.967.373 y anuales de \$191.608.479</p>	<p>Fuentes de Ingresos La fuente de ingresos, claro será la percibida de las matrículas de los niños y la prestación de servicios del centro deportivo.</p> 			
<p>X</p>	<p>X</p>			

Fuente: Autor

7. CONCLUSIONES

El desarrollo de este proyecto ha mostrado que es posible poner en marcha un centro deportivo enfocado en el crecimiento sano e integral para niños y/o adolescentes a través del cumplimiento de las fases de ejecución plasmados en la metodología, donde se propuso determinar la viabilidad técnica, legal y financiera, gracias a la implementación de dicho proyecto y/o estudios se logró determinar y establecer factores de suma importancia para la creación del centro deportivo SPACE GYM, como lo son: la misión y visión de la organización, las necesidades a satisfacer, el mercado objetivo, los competidores, los servicios a ofrecer, la localización de la empresa, el análisis del sector recreacional, el plan de operaciones, el plan de recursos humanos y la forma de su constitución legal.

De igual forma se identificó y estableció el conjunto de medios imperiosos para la puesta en marcha del proyecto, así como la inversión requerida para el funcionamiento del mismo, las fuentes de financiación y se implementaron indicadores económicos que verificaron la viabilidad económica de este.

Por lo que se puede inferir, dado el resultado obtenido en cada una de las fases desarrolladas y cumplidas que el proyecto es viable ya que cuenta con una demanda potencial, además, se evidenció que existe un segmento de la demanda insatisfecho debido a la oferta insuficiente presente en Bucaramanga, lo que significa una gran oportunidad de cubrimiento de esta, también teniendo en cuenta los diferentes factores con los cuales la población encuestada no está conforme ayuda al mejoramiento pensando en el cliente, para ofrecer un mejor servicio y convertirlo en una nueva oportunidad de crecimiento empresarial.

Se hace mención de las leyes, normas, decretos y demás ordenamientos exigidos por los entes pertinentes para el establecimiento y la puesta

gubernamentales en marcha de la comercializadora como son: DIAN Y CAMARA DE COMERCIO

En este estudio de mercado se observó que 96% de la población encuestada tiene hijos entre los rangos de edades a los cuales van dirigidos los planes y servicios estipulados en el proyecto, lo que denota una gran demanda para abarcar, el nivel de aceptación respecto al centro deportivo es de 45%, lo que genera, por supuesto una gran viabilidad para el mismo.

Además, se evidenció que la oferta disponible en el mercado bumangués, no satisface todas las necesidades de desarrollo físico y mental que debería tener un menor en su crecimiento.

El estudio técnico fue realmente una revelación, ya que; dejó claro, que space Gym contará con los proveedores necesarios para la compra de materiales, maquinaria, equipo de comunicación y computación, muebles y enseres y todo los recursos físicos que son necesarios para la puesta en marcha del centro deportivo, sin olvidar, que también se establecieron factores importantes como el tamaño del proyecto, la capacidad con la que contará SPACE GYM, el recurso humano requerido para el funcionamiento del mismo, el plan de procesos, entre otros.

Por su parte, en el estudio administrativo fue posible establecer aspectos muy importantes de la organización como la forma de constitución, donde se estipuló que este se constituirá bajo la figura de empresa limitada, se establecieron aspectos claves que marcan el camino a seguir por todos los que hagan parte del centro deportivo y desde donde se genera la cultura organizacional, como la misión, visión y los valores corporativos y se estableció la asignación salarial según la ley.

En el estudio financiero, se descubrió que, para llevar a cabo la puesta en marcha de este proyecto se requiere una inversión total de \$268.041.635. Según los estados financieros proyectados a 5 años se evidencian resultados positivos con una tasa interna de retorno del 98,96%. Además, los índices

financieros muestran resultados positivos desde el primer año, como por ejemplo una rentabilidad del 10,23% sobre la utilidad neta en el año 1.

De otra parte, otro indicador positivo, es el llamado prueba acida, el cual indicó que SPACE GYM, cuenta con una liquidez que le permitiría cubrir 2,57 sus deudas.

8. RECOMENDACIONES

Claramente en la investigación desarrollada para hallar la necesidad real que presenta Bucaramanga de crear un centro deportivo para niño y/o adolescentes, arrojó una cantidad de resultados que permiten hacer recomendaciones, tanto al sector como a la universidad acerca de lo que se considera es posible mejorar.

El acondicionamiento y mejora de la infraestructura y recursos en organizaciones que ya prestan servicios similares a los que se pretenden implementar en SPACE GYM, iniciando por la ampliación y diversificación en la oferta de servicios que prestan, pensando en ser más integrales con el acompañamiento de los menores estimulando sus capacidades físicas y fortalecer no solo su sistema motriz si no toda su integridad.

En Bucaramanga, se encuentra la ventaja de contar con recursos de infraestructura, que se podrían alquilar o con quienes se podrían establecer alianzas estratégicas para brindar nuevos servicios y actividades recreativas a los menores; sin embargo, varios de estos pertenecen al sector gubernamental, lo que podría significar un problema a la hora de establecer dichas alianzas. En este aspecto se propone el incentivar a la población Bumanguesa que generen emprendimientos similares o suplementarios para generar una cadena de apoyo y suministro en que todos ganen.

Para ello, será fundamental realizar un trabajo de concientización en cuanto a la importancia de la práctica de ejercicios y otras disciplinas que ayuden a los menores en su crecimiento

La consecución de capital semilla, es una de las opciones que tiene actualmente los emprendedores para el apalancamiento de las iniciativas empresariales, por lo cual es importante la presentación de este plan de

negocios ante un Fondo que brinde la facilidad de la puesta en marcha de esta iniciativa empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abello, Rocío y Acosta, Alejandro (2006), Recomendaciones para la Política Pública de Primera Infancia en Materia de Educación Inicial a Partir del Estudio de Cinco Modalidades de Atención a la Primera Infancia en Bogotá, Colombia, Journal of Education for International Development Recuperado de: <http://www.equip123.net/jeid/articles/4/RecomendacionesColumbia.pdf.pdf> on [junio], [12], [2014].

Burrows, R., 2000. ¿Existe realmente una asociación entre la obesidad infantil y la del adulto? In: Obesidad un Desafío Pendiente (C. Aballa, J. Kain, R. Burrow & E. Diaz, org.), pp. 284-285, Santiago: Editorial Universitaria.

Cárdenas-Martínez FJ, Gómez-Ortega OR. Análisis de la situación de enfermería. Cuidando la familia de desde el modelo de adaptación de Roy. Rev Cuid. 2019; 10,1 e601.)

DEPARTAMENTO NACIONAL DE ESTADISTICA, DANE. La información del DANE en la toma de decisiones regionales. Bucaramanga. DANE. 2021

DANE, (Departamento Administrativo Nacional de Estadística), (2018) <https://www.dane.gov.co/index.php/89-espanol/territorial-bucaramanga>

Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.© "Leyes desde 1992 - Vigencia Expresa y Sentencias de Constitucionalidad" ISSN [1657-6241 (En línea)]. Marzo 2021

EL EMPLEO. Cuánto cuesta un empleado para las empresas durante el 2021. {En línea}. {22 diciembre de 2020}. [19 marzo de 2021]. Disponible en: <https://www.eempleo.com/co/noticias/investigacion-laboral/cuanto-cuesta-un-empleado-para-las-empresas-durante-el-2021-6225>

Envejecimiento, Esperanza de Vida, anciano., Informe mundial sobre el envejecimiento, the challenges ahead. Lancet, Organización Mundial de la Salud, 2013.

Irene García-Moya, Carmen Moreno, Francisco Rivera, Pilar Ramos y Antonia Jiménez-Iglesias/ Iguales, familia y participación en actividades deportivas

organizadas durante la adolescencia. Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=235124455019>.

Juan David Gómez Sánchez – John Edwin García Cardona/ Estudio de factibilidad para la creación de un gimnasio infantil especializado en Pereira. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/11059/923>.

Katherine Estrada Villamil, Diana Catalina Martínez Fonseca/ Estudio de factibilidad para la creación de un centro de actividades extraescolares para niños y niñas entre 3-12 años en el barrio Olaya en la ciudad de Bogotá. Recuperado de:
<https://intellectum.unisabana.edu.co/bitstream/handle/10818/11471/Katherine%20Estrada%20Villamil%20%20%20%20%20%28tesis%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

López, Gil, Moreno, Comas, Funes y Parella, Informe Juventud en España 2008.

María Esther Noboa Jara –Giglia Tatiana Villavicencio Holguín/ Estudio de factibilidad para la creación de un gimnasio infantil en la ciudad de San Francisco del Milagro, Ecuador Recuperado de:
<http://www.who.int/dietphysicalactivity/childhood/es>.

M Alapont Serrano, MF Mercade, AC Elizazu, BL Liñer, Valoración de la eficacia y factibilidad de un programa de ejercicio físico multicomponente en sujetos mayores frágiles desarrollado en el ámbito comunitario. (2019)

MINISTERIO DE SALUD. Resolución 4225 de mayo 29 de 1992. Por la cual se adoptan unas medidas de carácter sanitario al Tabaquismo. Mayo 29. [En línea]
https://docs.supersalud.gov.co/PortalWeb/Juridica/OtraNormativa/R4225_92.pdf

Organización Mundial de la Salud, Sala de prensa, Informe de actividad física (2018). Recuperado de:
<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>

PASTOR, Francisco. EL ENTRENAMIENTO DE LA FUERZA EN NIÑOS Y JÓVENES. APLICACIÓN AL RENDIMIENTO DEPORTIVO Journal of Human Sport and Exercise, vol. II, núm. 1, enero, 2007, pp. 1-9 Universidad de Alicante.

Pedro Javier Navarrete Mejía, José Francisco Parodi García, Enrique Vega García, Factores asociados al sedentarismo en jóvenes estudiantes de educación superior. Perú, 2017. Recuperado de:
http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-558X2019000100008

PORTAFOLIO. "Llega al país el primer gimnasio de habilidades cognitivas para niños". {En línea}. {04 abril de 2019}. [19 marzo de 2021]. Disponible en: <https://www.portafolio.co/innovacion/llega-al-pais-el-primer-gimnasio-para-ninos-de-habilidades-cognitivas-528191>

RAMIREZ, William. VINACCIA, Stefano. SUAREZ, Gustavo. El impacto de la actividad física y el deporte sobre la salud, la cognición, la socialización y el rendimiento académico: una revisión teórica. En revista electrónica Uniandes, 2004. Vol 18. Disponible en: <https://revistas.uniandes.edu.co/doi/abs/10.7440/res18.2004.06>

Ruiz, L. Datos del Censo Poblacional 2018: Así vivimos en Santander. Vanguardia (6 de octubre de 2019). Disponible en: <https://www.vanguardia.com/economia/local/datos-del-censo-poblacional-2018-asi-vivimos-en-santander-IA1516684>

RUIZ, Luisa. "Estas son las 25 empresas de Santander, entre las más grandes del país". {En línea}. {17 mayo de 2019}. Disponible en: <https://www.vanguardia.com/economia/local/estas-son-las-25-empresas-de-santander-entre-las-mas-grandes-del-pais-BN953210>

Sandra Golpe Ferreiro, Manuel Isorna Folgar, Patricia Gómez Salgado, Antonio Rial, Boubeta. /Uso problemático de Internet y adolescentes: el deporte sí importa. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=345750049010>

Sandoval, P. Moreno, C. y Jiménez-Iglesias, A. (2011). Análisis de clúster de la actividad física y las conductas sedentarias de los adolescentes españoles, correlación con la salud biopsicosocial, (2012). Recuperado de: http://madridsalud.es/wp-content/uploads/2018/03/BARRIOS-SALUDABLES_20-de-marzo-2018.pdf

ZAMPA, Claudia. LA IMPORTANCIA DE RESPETAR LAS ETAPAS DEL DESARROLLO EN. Revista electrónica de psicología política, 2007, vol DEPORTE. 5, no 14.

ANEXOS

Préstamo	\$ 70.000.000	Interés mensual		1,10%
Periodo	60	Valor cuota mensual		1.599.891
PERIODO	CAPITAL	INTERESES	CUOTA MENSUAL	SALDO
1	\$ 829.891	\$ 770.000	\$ 1.599.891	\$ 69.170.109
2	\$ 839.020	\$ 760.871	\$ 1.599.891	\$ 68.331.089
3	\$ 848.249	\$ 751.642	\$ 1.599.891	\$ 67.482.840
4	\$ 857.580	\$ 742.311	\$ 1.599.891	\$ 66.625.260
5	\$ 867.013	\$ 732.878	\$ 1.599.891	\$ 65.758.247
6	\$ 876.550	\$ 723.341	\$ 1.599.891	\$ 64.881.697
7	\$ 886.192	\$ 713.699	\$ 1.599.891	\$ 63.995.505
8	\$ 895.940	\$ 703.951	\$ 1.599.891	\$ 63.099.565
9	\$ 905.796	\$ 694.095	\$ 1.599.891	\$ 62.193.769
10	\$ 915.760	\$ 684.131	\$ 1.599.891	\$ 61.278.009
11	\$ 925.833	\$ 674.058	\$ 1.599.891	\$ 60.352.176
12	\$ 936.017	\$ 663.874	\$ 1.599.891	\$ 59.416.159
	\$ 10.583.841	\$ 8.614.851	\$ 19.198.692	
13	\$ 946.313	\$ 653.578	\$ 1.599.891	\$ 58.469.846
14	\$ 956.723	\$ 643.168	\$ 1.599.891	\$ 57.513.123
15	\$ 967.247	\$ 632.644	\$ 1.599.891	\$ 56.545.876
16	\$ 977.886	\$ 622.005	\$ 1.599.891	\$ 55.567.990
17	\$ 988.643	\$ 611.248	\$ 1.599.891	\$ 54.579.347
18	\$ 999.518	\$ 600.373	\$ 1.599.891	\$ 53.579.829
19	\$ 1.010.513	\$ 589.378	\$ 1.599.891	\$ 52.569.316
20	\$ 1.021.629	\$ 578.262	\$ 1.599.891	\$ 51.547.687
21	\$ 1.032.866	\$ 567.025	\$ 1.599.891	\$ 50.514.821
22	\$ 1.044.228	\$ 555.663	\$ 1.599.891	\$ 49.470.593
23	\$ 1.055.714	\$ 544.177	\$ 1.599.891	\$ 48.414.879
24	\$ 1.067.327	\$ 532.564	\$ 1.599.891	\$ 47.347.552
	\$ 12.068.607	\$ 7.130.085	\$ 19.198.692	
25	\$ 1.079.068	\$ 520.823	\$ 1.599.891	\$ 46.268.484
26	\$ 1.090.938	\$ 508.953	\$ 1.599.891	\$ 45.177.546
27	\$ 1.102.938	\$ 496.953	\$ 1.599.891	\$ 44.074.608
28	\$ 1.115.070	\$ 484.821	\$ 1.599.891	\$ 42.959.538
29	\$ 1.127.336	\$ 472.555	\$ 1.599.891	\$ 41.832.202

Préstamo	\$ 70.000.000	Interés mensual		1,10%
Periodo	60	Valor cuota mensual		1.599.891
30	\$ 1.139.737	\$ 460.154	\$ 1.599.891	\$ 40.692.465
31	\$ 1.152.274	\$ 447.617	\$ 1.599.891	\$ 39.540.191
32	\$ 1.164.949	\$ 434.942	\$ 1.599.891	\$ 38.375.242
33	\$ 1.177.763	\$ 422.128	\$ 1.599.891	\$ 37.197.479
34	\$ 1.190.719	\$ 409.172	\$ 1.599.891	\$ 36.006.760
35	\$ 1.203.817	\$ 396.074	\$ 1.599.891	\$ 34.802.943
36	\$ 1.217.059	\$ 382.832	\$ 1.599.891	\$ 33.585.884
	\$ 13.761.668	\$ 5.437.024	\$ 19.198.692	
37	\$ 1.230.446	\$ 369.445	\$ 1.599.891	\$ 32.355.438
38	\$ 1.243.981	\$ 355.910	\$ 1.599.891	\$ 31.111.457
39	\$ 1.257.665	\$ 342.226	\$ 1.599.891	\$ 29.853.792
40	\$ 1.271.499	\$ 328.392	\$ 1.599.891	\$ 28.582.293
41	\$ 1.285.486	\$ 314.405	\$ 1.599.891	\$ 27.296.807
42	\$ 1.299.626	\$ 300.265	\$ 1.599.891	\$ 25.997.181
43	\$ 1.313.922	\$ 285.969	\$ 1.599.891	\$ 24.683.259
44	\$ 1.328.375	\$ 271.516	\$ 1.599.891	\$ 23.354.884
45	\$ 1.342.987	\$ 256.904	\$ 1.599.891	\$ 22.011.897
46	\$ 1.357.760	\$ 242.131	\$ 1.599.891	\$ 20.654.137
47	\$ 1.372.695	\$ 227.196	\$ 1.599.891	\$ 19.281.442
48	\$ 1.387.795	\$ 212.096	\$ 1.599.891	\$ 17.893.647
	\$ 15.692.237	\$ 3.506.455	\$ 19.198.692	
49	\$ 1.403.061	\$ 196.830	\$ 1.599.891	\$ 16.490.586
50	\$ 1.418.495	\$ 181.396	\$ 1.599.891	\$ 15.072.091
51	\$ 1.434.098	\$ 165.793	\$ 1.599.891	\$ 13.637.993
52	\$ 1.449.873	\$ 150.018	\$ 1.599.891	\$ 12.188.120
53	\$ 1.465.822	\$ 134.069	\$ 1.599.891	\$ 10.722.298
54	\$ 1.481.946	\$ 117.945	\$ 1.599.891	\$ 9.240.352
55	\$ 1.498.247	\$ 101.644	\$ 1.599.891	\$ 7.742.105
56	\$ 1.514.728	\$ 85.163	\$ 1.599.891	\$ 6.227.377
57	\$ 1.531.390	\$ 68.501	\$ 1.599.891	\$ 4.695.987
58	\$ 1.548.235	\$ 51.656	\$ 1.599.891	\$ 3.147.752
59	\$ 1.565.266	\$ 34.625	\$ 1.599.891	\$ 1.582.486
60	\$ 1.582.484	\$ 17.407	\$ 1.599.891	\$ 0
	\$ 17.893.645	\$ 1.305.047	\$ 19.198.692	