

**FACTIBILIDAD PARA CREAR UN GIMNASIO INFANTIL EN EL MUNICIPIO DE
BARRANCABERMEJA**

**ZULMA IVONNE JARAMILLO GALVEZ
SONIA BEDOYA GOMEZ**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BARRANCABERMEJA
2010**

**FACTIBILIDAD PARA CREAR UN GIMNASIO INFANTIL EN EL MUNICIPIO DE
BARRANCABERMEJA**

**ZULMA IVONNE JARAMILLO GALVEZ
SONIA BEDOYA GOMEZ**

**Proyecto de grado presentado para obtener el título de Profesional en
Gestión Empresarial**

**Director
LUIS FERNANDO PINZÓN LOPEZ
Economista – Especialista en proyectos**

**UNIVERSIDAD INDUSTRIAL DE SANTANDER
INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA
GESTION EMPRESARIAL
BARRANCABERMEJA
2010**

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a Dios, porque nunca se aparta de mí; aunque la mayoría de las veces yo no lo merezca; a María Santísima, porque habita en mi hogar y es el faro que me guía en el camino hacia Dios; a Luis Carlos y María Alejandra, mis hijos, por ser fuente de inspiración continua; a mi mamá, María Meiver, por el apoyo incondicional a mi carrera y a William, mi esposo, porque su sola presencia en mi vida hace que todo sea posible; El esfuerzo no ha sido en vano.

Zulma Ivonne

DEDICATORIA

Hace 17 años tuve la gran oportunidad de iniciar mi proyecto de vida como estudiante universitaria, una oportunidad de ampliar mis conocimientos para ser cada día mejor persona y con una mejor proyección de calidad de vida, pero por errores quizás de mi edad, este sueño no me fue posible, y pasaron más de 8 años, ya con un empleo fijo y con arduas horas de trabajo, un hermoso hijo y un compromiso matrimonial, hicieron que este sueño renaciera una vez más, pero ya con un tiempo limitado, y con muchos más compromisos. Pero fue la decisión más acertada y definitiva para que hoy por hoy viera los frutos de cinco años de esfuerzos, es por esto que quiero dedicar este proyecto a todas las mujeres que piensan que su vida acaba cuando nace un compromiso, a todas aquellas madres solteras, que sienten miedo de dejar sus hijos o temen ser juzgadas porque solo piensan ellas y sacrifican el tiempo de sus hijos en sus logros personales, o a las que ven el tema económico como un imposible, “nunca es tarde para empezar a realizar nuestros sueños”.

Sonia

AGRADECIMIENTOS

Al culminar mi carrera profesional, quiero expresar mi más grande agradecimiento a:

Mi compañera de CIPAS, SONIA BEDOYA, por confiar en mí siempre y permitir que fuera posible ese excelente equipo de trabajo que fuimos hasta hoy; ojala la experiencia se repita en otros escenarios. A mis compañeros de salón, por sus aportes, su crítica que hacían de las sustentaciones, verdaderos debates de opinión, haciéndolas más interesantes. Mis mejores deseos por un futuro profesional exitoso y bendito.

A los tutores ORLANDO ORDOÑEZ, JAIRO HERNANDEZ, HERNANDO ALTAMAR y LUIS FERNANDO PINZON, quienes estuvieron presentes a lo largo de toda mi carrera, tanto que hoy son para mí, además de mis maestros, unos buenos amigos poseedores de toda mi admiración y respeto. Mis votos porque las nuevas generaciones de tutores, tomen de cada uno de ustedes lo mejor.

A ALEJANDRO ÁLVAREZ, ex coordinador del INSTITUTO DE PROYECCIÓN REGIONAL Y EDUCACIÓN A DISTANCIA y GRACIELA HERNANDEZ, su asistente, por ser amigos, por hacer todo lo posible para que cada tutoría se llevara a cabo en las mejores condiciones.

A la UIS, por las personas maravillosas que trajo a mi vida y a mi familia por celebrar mis triunfos como propios y a todas las personas que de una u otra manera ayudaron al cumplimiento de esta meta, no me alcanzaría el espacio para mencionarlos, sabe Dios que los llevo en mi corazón. A mi hermana Blanca Margarita, por sus certeros apuntes.

Para todos con mucho cariño mi eterna gratitud, un beso, un abrazo y mil bendiciones.

Zulma Ivonne

AGRADECIMIENTOS

Este proyecto no sería lo que es sin la ayuda de todos cuantos han contribuido a la formalización de nuestro conocimiento, particularmente la de nuestros profesores Orlando, Luis Fernando, Jairo, Marcelo, Cesar, Ingrid, y todos los que pasaron por todos estos largos años, a mi compañera de cipas Zulma Ivonne, quien siempre estuvo allí dándome las fuerzas y el ánimo para continuar cuando sentía desfallecer por mis muchas ocupaciones, a mis hijos quienes pasaron largas horas sin su madre y a quienes muchas veces no pude ayudar en sus compromisos escolares, a mi esposo, a mi jefe, quien con sus consejos y exigencias hicieron que naciera en mi la necesidad de concluir este sueño, a la empresa para la cual trabajo, la cual me apoyo económicamente en el pago de mi educación, a mis padres por hacer de mi una persona fuerte y emprendedora, a mis compañeros de clase, por permitir conocer un poco de sus vidas y saber que no estamos solos, y a todas las personas que de alguna otra forma estuvieron al frente de todo este proyecto, nuestro mensajero Don Luis, Graciélita, Mery por su entusiasmo cuando le contamos nuestra idea, gracias.....

Sonia

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCION	24
1. GENERALIDADES	25
1.1 ASPECTOS HISTÓRICOS Y GENERALES DE BARRANCABERMEJA	25
1.2 EVOLUCION Y TENDENCIAS DE LA GIMNASIA	29
1.3 ASPECTOS LEGALES	36
2. ESTUDIO DE MERCADOS	39
2.1 OBJETIVOS	39
2.1.1 General.	39
2.1.2 Específicos	39
2.2 DESCRIPCION DEL SERVICIO	39
2.2.1 Definición, Usos y especificaciones del servicio	39
2.2.2 Servicios sustitutos	40
2.2.3 Servicios Complementarios.	40
2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia	41
2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO	41
2.3.1 Mercado potencial.	41
2.3.2 Mercado objetivo.	41
2.3.2.1 Perfil del consumidor	42
2.4 LA DEMANDA	42
2.4.1 Planteamiento del problema.	42
2.4.2 Necesidades de información.	43
2.4.2.1 Ficha Técnica	44
2.4.2.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados	45
2.4.3 Estimación de la demanda.	55
2.4.4 Evolución histórica de la demanda del servicio	56
2.4.5 Proyección de la demanda.	57
2.5 LA OFERTA.	58
2.5.1 Necesidades de información.	58
2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia.	58
2.5.3 Proyección de la oferta.	60
2.6 RELACION ENTRE DEMANDA Y OFERTA	60
2.6.1 Demanda insatisfecha	61
2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION	61
2.7.1 Estructura de los canales actuales.	61
2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.	61
2.7.3 Selección de los canales de comercialización.	62
2.8 PRECIO	63
2.8.1 Análisis de precios.	63

2.8.2 Estrategias de fijación de precios.	63
2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION	63
2.9.1 Objetivos.	63
2.9.2 Logotipo	64
2.9.3 Lema.	64
2.9.4 Análisis de medios.	65
2.9.5 Selección de medios.	65
2.9.6 Estrategias Publicitarias.	66
2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción	66
2.9.7.1 De lanzamiento	66
2.9.7.2 De operación	67
2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO	67
3. ESTUDIO TÉCNICO	69
3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO	69
3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto.	69
3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto.	69
3.1.2.1 Mercado.	69
3.1.2.2 Capacidad financiera.	69
3.1.2.3 Disponibilidad de talento humano.	71
3.1.2.4 Aspectos institucionales.	71
3.1.2.5 Capacidad administrativa.	72
3.1.2.6 Análisis de la competencia.	72
3.1.2.7 Suministro e insumos.	72
3.1.2.8 Tecnología y equipos	72
3.1.2.9 Localización	72
3.1.2.10 Problemas de transporte.	72
3.1.3 Capacidad del proyecto.	73
3.1.3.1 Capacidad total diseñada.	73
3.1.3.2 Capacidad instalada.	75
3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada.	76
3.2 LOCALIZACION	77
3.2.1 Macro localización.	77
3.2.2 Micro localización.	77
3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO	79
3.3.1 Ficha técnica del producto	79
3.3.2 Descripción técnica del proceso	79
3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento	84
3.3.4 Control de calidad.	85
3.3.5 Recursos	88
3.3.5.1 Recurso humano.	88

3.3.5.2	Recurso físico.	88
3.3.5.3	Recurso de insumos.	91
3.3.6	Estudio de Proveedores.	91
3.3.7	Distribución de planta.	91
3.3.8	Logística de Distribución.	94
3.4	CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.	94
4	ESTUDIO ADMINISTRATIVO	95
4.1	FORMA DE CONSTITUCIÓN	95
4.1.1	Tipo de sociedad	95
4.1.2	Procedimiento	95
4.2	CONSTITUCION DE LA EMPRESA	95
4.2.1	Visión.	95
4.2.2.	Misión.	96
4.2.3	Objetivos.	96
4.2.4	Indicadores de Gestión	98
4.2.5	Políticas	99
4.3	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	100
4.3.1	Organigrama	101
4.3.2	Descripción y perfil de cargos	102
4.3.3	Asignación salarial	108
5.	ESTUDIO FINANCIERO	110
5.1	INVERSIONES	110
5.1.1	Inversión fija.	110
5.1.1.1	Terrenos	110
5.1.1.2	Construcciones y adecuaciones.	110
5.1.1.3	Maquinaria y equipo.	111
5.1.1.4	Muebles y enseres.	111
5.1.1.5	Equipos de oficina.	111
5.1.1.6	Herramientas.	112
5.1.1.7	Total inversión fija.	112
5.1.2	Inversión diferida.	113
5.1.3	Inversión en capital de trabajo.	113
5.1.3.1	Costos de producción.	113
5.1.3.1.1	Materia prima o material.	113
5.1.3.1.2	Mano de obra directa	114
5.1.3.1.3	Costos Indirectos de Fabricación.	114
5.1.3.1.4	Total costos de producción.	115
5.1.3.2	Gastos de Administración y ventas.	115
5.1.3.3	Gastos financieros.	115
5.1.3.4	Total capital de trabajo.	116

5.1.4 Inversión total.	116
5.1.5 Fuentes de financiación.	116
5.2 COSTOS	118
5.2.1 Costos fijos.	118
5.2.2 Costos variables.	119
5.2.3 Costos totales unitarios.	119
5.2.4 Precio de venta.	120
5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS	120
5.3.1 Egresos proyectados	120
5.3.2 Ingresos proyectados.	124
5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO.	126
5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO	127
5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO	130
5.7 BALANCE GENERAL	130
5.8 CONCLUSION DEL ESTUDIO FINANCIERO	132
6. EVALUACION DEL PROYECTO	133
6.1 IMPACTO SOCIAL	133
6.2 AMBIENTAL	133
6.2.1 Declaratoria de Impacto.	133
6.2.2 Mitigación de riesgos.	134
6.3 EVALUACION FINANCIERA	134
6.3.1 Valor presente neto (VPN).	134
6.3.2 Tasa interna de retorno TIR.	135
6.3.3 Periodo de recuperación.	135
6.3.4 Razones financieras.	136
CONCLUSIONES	139
RECOMENDACIONES	141
BIBLIOGRAFIA	142
ANEXOS	146

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Distribución de la población en Barrancabermeja	26
Cuadro 2. Distribución de población ajustada por rangos de edad a 2005	27
Cuadro 3. Estratificación Barrancabermeja	27
Cuadro 4. Percepción sobre la importancia del ejercicio físico	45
Cuadro 5. Presencia de menores entre los 0 y 14 años en hogares de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja	46
Cuadro 6. Rangos de edad de menores entre los 0 y 14 años en hogares de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja.	46
Cuadro 7. Practica de actividades físicas entre los niños	47
Cuadro 8. Razones para no practicar actividades deportivas	48
Cuadro 9. Conocimiento de la población objetivo de otros servicios afines al gimnasio infantil	49
Cuadro 10. Adquisición del servicio de gimnasio infantil	50
Cuadro 11. Disposición para aceptar la periodicidad impuesta por el gimnasio	51
Cuadro 12. Sector para la ubicación del gimnasio infantil	52
Cuadro 13. Asignación económica mensual para invertir en el gimnasio infantil	53
Cuadro 14. Medio de comunicación de más aceptación	54
Cuadro 15. Proyección de la demanda a 5 años	58
Cuadro 16. Gimnasios para adultos en Barrancabermeja	59
Cuadro 17. Indicadores del deporte	59
Cuadro 18. Numero de clubes por disciplina	59
Cuadro 19. Cálculo y proyección de la oferta	60
Cuadro 20. Relación entre demanda y oferta	61
Cuadro 21. Presupuesto de publicidad y promoción	66
Cuadro 22. Presupuesto de operación	67
Cuadro 23. Capacidad diseñada	75
Cuadro 24. Capacidad instalada	76
Cuadro 25. Capacidad utilizada y proyectada	76
Cuadro 26. Micro localización	78
Cuadro 27. Ficha técnica del producto	79
Cuadro 28. Mano de obra directa	88
Cuadro 29. Mano de obra indirecta	88
Cuadro 30. Recursos Físicos – construcción y adecuación	89
Cuadro 31. Recursos Físicos – Maquinaria y equipo	90

Cuadro 32. Recursos Físicos – Muebles y enseres	90
Cuadro 33. Recursos Físicos – Equipos de oficina	90
Cuadro 34. Recursos Físicos – Herramientas	90
Cuadro 35. Resultado del estudio de proveedores	91
Cuadro 36. Dimensiones y distribución planta física	92
Cuadro 37. Indicadores de gestión	98
Cuadro 38. Perfil del gerente	102
Cuadro 39. Perfil del Contador	103
Cuadro 40. Perfil del Medico (a)	104
Cuadro 41. Perfil del Nutricionista	105
Cuadro 42. Perfil del auxiliar administrativo (a)	106
Cuadro 43. Perfil del Instructor (a)	107
Cuadro 44. Perfil de Servicios Generales	108
Cuadro 45. Asignación salarial para personal con contrato laboral	109
Cuadro 46. Remuneración para personal por prestación de servicios	109
Cuadro 47. Construcciones y edificaciones	110
Cuadro 48. Maquinaria y equipo	111
Cuadro 49. Muebles y enseres	111
Cuadro 50. Equipo de oficina	112
Cuadro 51. Herramientas	112
Cuadro 52. Resumen inversión fija	112
Cuadro 53. Inversión diferida	113
Cuadro 54. Mano de obra directa	114
Cuadro 55. CIF	114
Cuadro 56. Total costos de producción	115
Cuadro 57. Gastos de Administración y ventas	115
Cuadro 58. Gastos financieros	115
Cuadro 59. Total capital de trabajo	116
Cuadro 60. Inversión total	116
Cuadro 61. Fuentes de financiación	116
Cuadro 62. Amortización crédito	116
Cuadro 63. Costos fijos	118
Cuadro 64. Depreciación	119
Cuadro 65. Costos variables	119
Cuadro 66. Costos totales unitarios	120
Cuadro 67. Precio de venta	120
Cuadro 68. Costo horas hombre primer año	121
Cuadro 69. Capacidad de atención a usuarios por instructor	121
Cuadro 70. Egresos anuales proyectados	123

Cuadro 71. Egresos mensuales proyectados primer año	123
Cuadro 72. Proyección mensual de ventas e ingresos	124
Cuadro 73. Proyección anual de ingresos	126
Cuadro 74. Flujo de caja proyectado mensual primer año	128
Cuadro 75. Flujo de caja proyectado anual	129
Cuadro 76. Estado de resultados proyectado	130
Cuadro 77. Balance general proyectado	131
Cuadro 78. Calculo del valor presente neto	135
Cuadro 79. Calculo tasa interna de retorno	135
Cuadro 80. Amortización periodo de recuperación	135
Cuadro 81. Calculo periodo de recuperación	135
Cuadro 82. Tablero de indicadores financieros	136

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Número de empresas constituidas por municipio	28
Tabla 2. Capacidad Proyectada año 1 - 5	77

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Empresas constituidas en Barrancabermeja	28
Figura 2. Empresas constituidas por sector económico en Barrancabermeja	29
Figura 3. Percepción sobre la importancia del ejercicio físico	45
Figura 4. Presencia de menores entre los 0 y 14 años en hogares de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja	46
Figura 5. Rangos de edad de menores entre los 0 y 14 años en hogares de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja.	47
Figura 6. Practica de actividades físicas entre los niños.	48
Figura 7. Razones para no practicar actividades deportivas.	49
Figura 8. Conocimiento de la población objetivo de otros servicios afines al gimnasio infantil.	50
Figura 9. Adquisición del servicio de gimnasio infantil	51
Figura 10. Disposición para aceptar la periodicidad impuesta por el gimnasio.	52
Figura 11. Sector para la ubicación del gimnasio infantil.	53
Figura 12. Asignación económica mensual para invertir en el gimnasio infantil.	54
Figura 13. Medio de comunicación de más aceptación.	55
Figura 14. Canal de distribución.	62
Figura 15. Logotipo	64
Figura 16. Sesión categoría A	73
Figura 17. Sesión categoría B	74
Figura 18. Sesión categoría C	74
Figura 19. Macro localización	77
Figura 20. Diagrama de flujo del servicio	84
Figura 21. Diagrama de operaciones del servicio	85
Figura 22. Plano – distribución de planta	93
Figura 23. Mapa de procesos Gimnasio infantil	100
Figura 24. Organigrama	101
Figura 25. Flujo de caja	134

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Encuesta de demanda	147
Anexo 2. Cotización equipos categoría A (0 – 5 años)	149
Anexo 3. Cotización equipos categoría C (11 – 14 años)	150
Anexo 4. Cotización Herramientas categoría B (6 – 10 años)	151
Anexo 5. Volante campaña expectativa	152

GLOSARIO

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

Anorexia: es un trastorno alimentario, que se caracteriza por la falta anormal de apetito, y que puede deberse a causas fisiológicas –como por ejemplo, una gastroenteritis–, que desaparece cuando cesa su causa; o bien a causas psicológicas, generalmente dentro de un cuadro depresivo –por lo general en mujeres y adolescentes–, y que puede ser muy grave

Bulimia. Significa hambre en exceso o hambre de buel. Es una enfermedad que se da más en las mujeres que en los hombres aunque hoy en día es una enfermedad que se da en los dos sexos. Su característica esencial consiste en que la persona sufre episodios de atracones compulsivos (comer en exceso), seguidos de un gran sentimiento de culpabilidad y sensación de angustia y pérdida de control. Suele alternarse con episodios de ayuno o de muy poca ingesta de alimentos, pero al poco tiempo vuelven a sufrir episodios de ingestas compulsivas.

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

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

Desorden alimenticio: Existe cuando las actitudes de una persona hacia la comida y el peso, son tales que los sentimientos hacia el trabajo, escuela, relaciones, actividades diarias y emociones, son determinadas por lo que se ha o no se ha comido o por un número en la báscula.

Estrés: es un fenómeno que se presenta cuando las demandas de la vida se perciben demasiado difíciles. La persona se siente ansiosa y tensa y se percibe mayor rapidez en los latidos del corazón. También se considera la respuesta del cuerpo a condiciones externas que perturban el equilibrio emocional de la persona.

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

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

Gimnasio: lugar que permite realizar ejercicio en un recinto cerrado. La palabra gimnasio deriva de la palabra griega *gymnos*, que significa desnudo, y se utilizaba en la Antigua Grecia para denominar el lugar donde se educaban los jóvenes. En 20 de estos centros se realizaba educación física, que se acostumbraba a practicar sin ropa, de la misma manera que los baños y los estudios.

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

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

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

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

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

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

RESUMEN

TITULO:

FACTIBILIDAD PARA CREAR UN GIMNASIO INFANTIL EN EL MUNICIPIO DE BARRANCABERMEJA *

AUTORAS:

JARAMILLO GALVEZ, Zulma Ivonne

BEDOYA GOMEZ, Sonia**

PALABRAS CLAVES:

Gimnasio, Actividad Física, Flexibilidad, Obesidad, Deporte

DESCRIPCIÓN:

El presente documento analiza la viabilidad para la creación de un gimnasio para niños entre 0 y 14 años de edad de los estratos 3, 4 y 5 del municipio de Barrancabermeja, que contribuya al mejoramiento de la calidad de vida de la población infantil, sirviendo como soporte para un sano crecimiento y desarrollo; así como método de prevención contra enfermedades producidas por el sedentarismo y desordenes alimenticios como obesidad, bulimia y anorexia entre otras.

Esta idea constituye una oportunidad de negocio teniendo en cuenta la tendencia de los niños a pasar muchas horas frente a la televisión, el computador y video juegos en general, el ritmo de vida acelerado de los padres ocasiona que proporcionen a sus hijos este tipo de entretenimiento, sin control adecuado lo cual está repercutiendo a nivel mundial en la salud de los más pequeños. Los padres de familia empiezan a ser conscientes de la necesidad de que sus hijos aprendan a ejercitar sus cuerpos, lo cual quedo demostrado mediante el estudio de mercados.

En el estudio técnico se determino ubicar físicamente el gimnasio en la zona conformada por los barrios Recreo, Inscredial y Colombia, y se determinaron los equipos y profesionales adecuados para la atención de estos especiales usuarios, de modo que el servicio se preste no solo en las mejores condiciones, sino garantizando la calidad del mismo. Este estudio muestra además de la existencia de una población insatisfecha representativa, así como grandes posibilidades de crecimiento; al brindar un servicio totalmente innovador en la ciudad, acompañado de la asesoría de profesionales en la salud que vigilen y garanticen la efectividad de las rutinas diseñadas según la edad de los usuarios.

* Proyecto de grado

** Instituto de Proyección Regional y Educación A Distancia. Gestión Empresarial. Economista Luis Fernando Pinzón López

SUMMARY

TITLE:

FEASIBILITY TO CREATE A CHILDREN'S GYM IN THE MUNICIPALITY OF BARRANCABERMEJA *

FOR:

GALVEZ JARAMILLO, Zulma Ivonne

BEDOYA GOMEZ, Sonia **

WORDS KEY:

Gym, physical activity, driving skill, obesity, sport.

DESCRIPTION:

This document examines the feasibility for the creation of a gym for children between 0 and 14 years of age levels 3, 4 and 5 of the Barrancabermeja city, contributing to the improvement of the quality children's life, serving as support for healthy growth and development; and prevention of diseases, caused by physical inactivity and disorder food's, such how the obesity, bulimia and anorexia among others.

This is a business opportunity taking into account the children's trend what prefer spend many hours watching tv, use the computer, playing videogames, the accelerated parent's style life, is the cause that our children don't will know limits of this kind of entertainment without proper control, has creating a very high global impact on the children's health. The parents are taking aware of the need that our children learn train their body, which was demonstrated by the market research.

In the technical study was determined to locate physically the gym in the area formed by the neighborhoods Recreo, Inscredial and Colombia. Also identified the equipment and professional resources to care for these special users, so that the service is not only in best conditions besides ensuring quality. This study shows the existence of a representative unmet population, as well as great opportunities for growth; to provide a completely innovative service in the city, accompanied by the advice of professionals in the health monitor and ensure the effectiveness of the routines designed, according to the age of users.

* Project of Degree

** Institute of Regional Projection and Education Distantly. Business management. Economist Luis Fernando Pinzón López

INTRODUCCION

Las tendencias actuales del mundo muestran la necesidad de que cada país tenga cada día más profesionales que salgan de las universidades a crear empresa y no a buscar empleo; esto les permite generar más ingresos y nuevas fuentes de trabajo terminan por dinamizar la económica de cada nación, redundando por ello en beneficio para todos sus habitantes.

Tal vez esta es la razón de ser para que la UIS cree una carrera como Gestión Empresarial, desde la cual se puede aportar directamente al desarrollo del país; en este caso poniendo a prueba las competencias adquiridas durante toda la carrera con la creación de un Gimnasio para niños en la ciudad de Barrancabermeja, en pro de contrarrestar otra tendencia negativa en el mundo, que es la de los problemas de salud que vienen enfrentando los niños, a causa del sedentarismo y los desórdenes alimenticios, ocasionados por las muchas horas de inactividad física por cuenta del internet, el televisor y los videojuegos; así como las largas horas en las que estos niños permanecen solos a causa de las múltiples ocupaciones de sus padres.

Este proyecto busca ofrecer a los padres un apoyo para que sus hijos puedan tener un crecimiento y desarrollo sanos, y ofrecer a los niños un sitio diseñado solo para ellos, en donde puedan sentirse protegidos y donde todo el tiempo estén divirtiéndose; todo esto enmarcado bajo la supervisión directa de profesionales de la salud y del deporte.

Durante el primer capítulo se podrá conocer a Barrancabermeja, su historia, su evolución y la relación de esta idea de negocio con el entorno actual de la ciudad. En el segundo capítulo, Estudio de mercados, podrá conocerse la posición de los padres de familia o jefes de hogar para con esta tendencia del mundo, su nivel de conciencia acerca de las necesidades deportivas de sus hijos y la cantidad de dinero que están dispuestos a invertir para la prevención de dichos problemas, entre otros aspectos de gran relevancia para el plan de negocios.

El tercer capítulo, estudio Técnico, permite determinar el tamaño de la planta requerida, las herramientas, materiales, insumos y en general todos los recursos requeridos para llevar a cabo este planteamiento. El estudio Administrativo es el capítulo cuarto, y en él se plasma las necesidades administrativas y legales de la empresa, requerimientos para su creación y puesta en marcha del plan de negocios.

Durante los capítulos quinto y sexto, Estudio financiero y evaluación del proyecto, respectivamente; se podrá ver el plan de negocios en cifras, se encontrará el valor requerido para su implementación, la distribución de dichos valores y la conveniencia o no de la inversión, en las áreas sociales, ambientales y económicas.

1. GENERALIDADES

1.1 ASPECTOS HISTÓRICOS Y GENERALES DE BARRANCABERMEJA

El valle medio del río Magdalena presenta una ocupación que se remonta a la época precolombina y que continuó durante el periodo colonial. En el valle medio, el puerto La Tora o La Toca, hoy Barrancabermeja, era uno de los más importantes lugares de intercambio de productos y sitio de llegada del camino que comunicaba el río con el altiplano a través de los cerros del Opón.

Los Mariguíes, grupo étnico que poblaba la zona comprendida entre la desembocadura del río Lebrija hasta la desembocadura del río Casanare en el Magdalena, se dedicaban a la cacería, la recolección de frutos, la pesca, el cultivo de maíz entre otros. Eran además buenos nadadores y navegantes, su eficaz adaptación al medio selvático les permitió mantenerse independientes y belicosos frente al conquistador español.

En 1536 llega la expedición española al mando de Gonzalo Jiménez de Quesada al caserío al que llama BARRANCAS BERMEJAS por el color rojizo de sus tierras.

Vida civil de Barrancabermeja. En 1601 se realizó la fundación de Barrancabermeja y se construye la primera iglesia pajiza con el nombre de SAN LUIS BELTRAN.⁶

La ley 11 de 1873 erigió a Barrancabermeja como corregimiento con el nombre de Puerto Santander.

En 1884 GEO VON LEGUERQUE toma muestra del producto de la quina y los lleva a los laboratorios de Alemania.

En 1902 llega a Barrancabermeja el señor JOSE JOAQUIN BOHORQUEZ DOMINGEZ quien recoge muestras de petróleo con el fin de ingresar a los capitalistas colombianos y formar una sociedad.

A fines de 1904 Bohórquez organizó una expedición laboral hacia las montañas de los ríos Opón y La Colorada con el fin de extraer Tagua, Caucho y Canime; Sin prestar atención al peligro que existía en aquellos bosques don José Joaquín Bohórquez instaló, a la cabeza de una de sus expediciones, un burdo campamento en el lugar de las infantas. Aun kilómetro, poco más o menos, según relató años más tarde, encontró la primera fuente de petróleo.

⁶ ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Barrancabermeja en cifras 1999-2000. Gráficas San Gabriel. Barrancabermeja. 2000. p. 20

En el diario oficial de 07 de Marzo de 1906 (Número 12589) apareció publicado el contrato de concesión para la explotación de petroleros, celebrado entre el gobierno del general Rafael Reyes y don Roberto de Mares el 28 de noviembre de 1905 y aprobado por el consejo de ministros dos días después.

En 1922 Barrancabermeja es erigida municipio por medio de la ordenanza N0.25 del mismo año. La industria petrolera dio lugar a la formación de un nuevo sector social de obreros y asalariados del petróleo. La instalación de la industria petrolera abrió el pequeño poblado de Barrancabermeja a una avalancha de influencias externas y a la vinculación con la economía nacional y con el capital internacional.

Barrancabermeja se convirtió así en el principal centro petrolero del país, asiento de la economía de enclave de capital norte americano, donde con el avance del siglo tuvieron lugar importantes luchas obreras.

Localización Geográfica. El Municipio de Barrancabermeja se encuentra ubicado en la Provincia de Mares, al occidente del departamento de Santander, en el corazón de Colombia en la margen oriental del río Magdalena, se extiende sobre este gran valle, irrigado por los ríos Sogamoso, La Colorada y Opón, con una latitud Norte de 7° 03' 48"; una longitud Oeste de 73° 51' 50" Y con una altitud sobre el nivel del mar de 75.94 metros.

El municipio cuenta con seis corregimientos: El Llanito, El Centro, La Fortuna, Meseta San Rafael, San Rafael de Chucuri y Ciénaga del Opón, los cuales ocupan una extensión de 1.313.84 km², que equivalen al 97.48% del área total del municipio.

Cuadro 1. Distribución de la población en Barrancabermeja

ZONA	AREA	%
URBANA	35	3,0
RURAL	1.119	97,0
TOTAL	1.154	100,0

Fuente. IGAC, oficina de planeación municipal. 2008

El municipio limita:

Norte: Municipios de Puerto Wilches, Sabana de Torres y Girón.

Sur: Municipios de Puerto Parra, Simacota y San Vicente de Chucuri

Oriente: Municipios de San Vicente de Chucuri y Betulia

Occidente: Municipio de Yondó (Antioquia) por el río Magdalena

División Política Administrativa. El perímetro urbano del municipio está dividido en siete 7 comunas, que agrupan 156 barrios y asentamientos humanos. El sector rural se divide en seis 6 corregimientos, en los cuales hay setenta y siete 77 veredas y siete inspecciones de policía.

Población. La población de Barrancabermeja de acuerdo a las proyecciones de la oficina asesora de planeación, basado en el censo para el año 2005 es de 281.990 habitantes, distribuidos en la siguiente tabla por rangos de edad:

Cuadro 2. Distribución de población ajustada por rangos de edad a 2005

RANGOS DE EDAD	HABITANTES A 2005
0-4	34.259
5-9	32.780
10-14	27.258
15-19	20.159
20-24	30.819
25-29	29.600
30-34	24.809
35-39	20.325
40-44	13.405
45-49	9.569
50-54	8.236
55-59	8.965
60-64	7.505
65-69	6.000
70-74	4.311
75-79	2.010
80 y más	1.980
TOTAL	281.990

Fuente: Oficina Asesora de Planeación Municipal. 2005

Los habitantes del casco urbano cuentan en un 85% con servicios de acueducto y alcantarillado, distribuidos por unidades habitacionales de la siguiente manera:

Cuadro 3. Estratificación Barrancabermeja

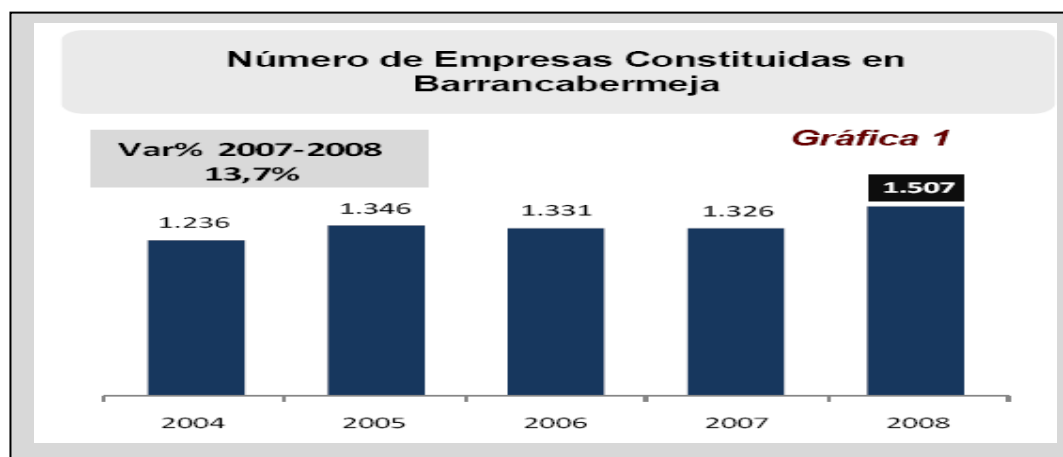
COD. ESTRATO	ESTRATO	CANT. TOTAL
01	Estrato 1	14.787
02	Estrato 2	16.830
03	Estrato 3	9.388
04	Estrato 4	5.249
05	Estrato 5	626
06	Estrato 6- sector industrial	131
90	Oficial – municipal	144
91	Oficial	130
TOTAL		47.285

Fuente. Aguas de Barrancabermeja, Oficina comercial. 2009.

Climatología. Barrancabermeja tiene una temperatura media de 28 grados centígrados. Esta variación mensual se presenta con valores que oscilan entre 21,2°C como la más mínima presentada en el día, y 35.4 °C como la más alta. Los valores más altos se presentan de enero a abril, y los menores en el periodo comprendido entre septiembre y diciembre.

Dinámica Empresarial. La Cámara de Comercio de Barrancabermeja a través del Observatorio Económico y de Competitividad, entrega del informe anual Dinámica Empresarial en la ciudad de Barrancabermeja y la jurisdicción.

Figura 1. Empresas constituidas en Barrancabermeja



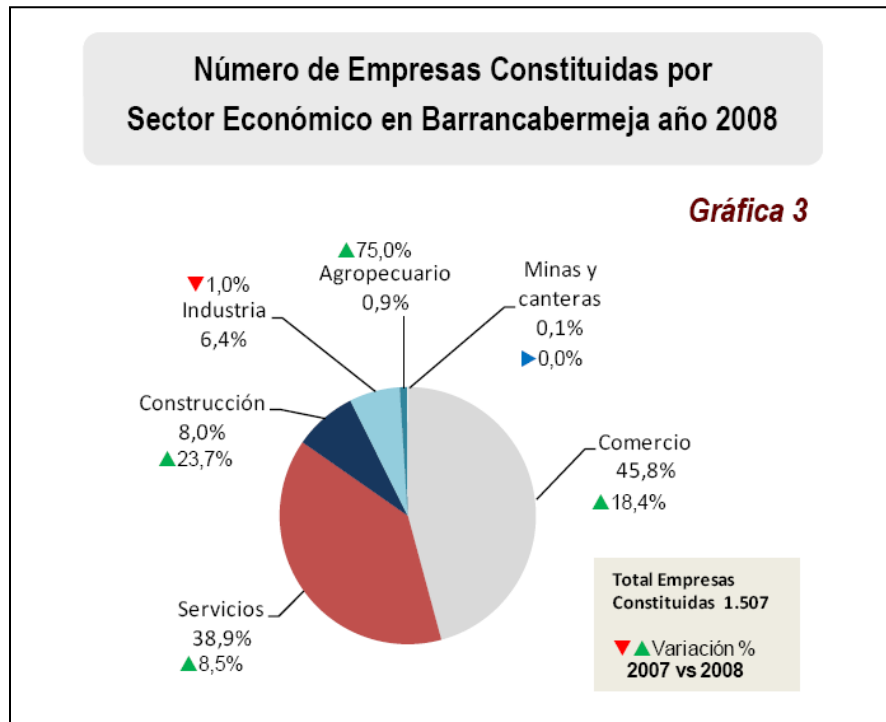
Fuente. Observatorio económico Cámara de Comercio. 2009

Tabla 1. Número de empresas constituidas por municipio

	2007	2008	Var%
Barrancabermeja	1326	1507	13,7
Pto. Wilches	172	288	67,4
Sabana de Torres	93	154	65,6
Cimitarra	136	130	-4,4
San Pablo	82	93	13,4
San Vicente	87	85	-2,3
Cantagallo	28	49	75,0
El Carmen	46	38	-17,4
Pto. Parra	12	12	0,0
Landázuri	22	12	-45,5

Fuente. Observatorio económico Cámara de Comercio. 2009

Figura 2. Empresas constituidas por sector económico en Barrancabermeja



Fuente. Observatorio económico Cámara de Comercio.2009

1.2 EVOLUCION Y TENDENCIAS DE LA GIMNASIA

La gimnasia es uno de los deportes más antiguos del mundo y su origen se remonta a miles de años. En el año 2000 AC, los hombres y mujeres de la antigua Grecia desarrollaron el deporte del salto del toro, el cual es similar a los ejercicios de salto de la gimnasia moderna. En este evento, el atleta corría hacia un toro que los embestía, se apoyaba en sus cuernos y se lanzaba ya sea al lomo del toro o bien encima del animal, ¡librándolo con una pirueta en el aire y aterrizando de pie del otro lado del toro! Este evento requería tanto de valor como de fortaleza, así como agilidad y estilo. Los antiguos romanos utilizaban la gimnasia como parte de su entrenamiento militar para mejorar la fortaleza, equilibrio y flexibilidad de los soldados. Se convirtió en parte de los juegos olímpicos desde 1896 donde los atletas “jugaban” utilizando equipo como anillos, barras, pelotas y tapetes, desarrollado por gimnastas en Alemania y Suecia.

La palabra Gimnasio viene del verbo griego Gymnazo, que quiere decir ejercitarse o esforzarse en una actividad y ese ha sido el significado que se ha impuesto finalmente en los gimnasios actuales. El primer gimnasio fue un terreno cercado con varias divisiones para realizar ejercicios enfocados únicamente al

fortalecimiento muscular. Pero con el desarrollo de la arquitectura paso a ser un local con elegancia, puertas, baños y paredes decoradas con pinturas.

A pesar del éxito de los atletas griegos, a nivel de juegos infantiles, se encuentran autores como Jean Piaget, que plantean que: “pese a los pronósticos proféticos de los grandes educadores, la pedagogía tradicional ha considerado siempre al juego como una pseudo-actividad carente de significación funcional y aun nociva para los niños, a quienes distrae de sus deberes”.⁷ Transcurridas varias décadas desde que Piaget hiciera estas afirmaciones, es posible observar que no han ocurrido cambios significativos y que la escuela de hoy todavía no le asigna el papel que el juego educativo merece. Este autor señala que el juego es casi asimilación pura, es decir, “pensamiento orientado en el sentido dominante de la satisfacción individual”.

Los gimnasios en Colombia. El conocimiento de los empresarios colombianos, de sus características; el análisis de la forma cómo actúan y cómo logran tener éxito es todavía incipiente; sobre todo en lo concerniente a los empresarios del ámbito deportivo y de las comidas que es casi desconocido.⁸ Para el caso de los gimnasios, podría decirse que se ha desarrollado en disciplinas alternas como la hipertrofia, el wellness (bienestar), y los aeróbicos. Dichas disciplinas con el tiempo, se fueron unificando en una sola, dando origen a los gimnasios de hoy día, que son interdisciplinarios.

Hipertrofia y wellness en Colombia. Tener un cuerpo con una gran masa muscular, (hipertrofia) dominó por muchos años la razón de ser de los gimnasios y era el objetivo principal de estos centros, por lo que allí se practicaban rutinas cuyo eje central era el levantamiento de pesas de forma libre y en sesiones de estimulación prolongadas. Este trabajo consistía en una repetición de técnicas de forma empírica, sin ningún tipo de investigación o desarrollo y sin una evaluación sobre las consecuencias y logros efectivos en cada individuo.

Sin embargo, en Estados Unidos hacia 1970, empezaron a desarrollarse equipos como la bicicleta estática y otras máquinas que concentraban y aislaban cada uno de los músculos para maximizar el rendimiento y reducir el esfuerzo y las malas posiciones, de modo que cautivaron a la gente hacia una nueva tendencia de ejercicio más productivo.

⁷ INCABORNE, Óscar Del juego a la Iniciación Deportiva. Internet: (<http://books.google.com.co/books>). (consultado 06-12-2009)

⁸ <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewArticle/22> (consultado 06-12-2009)

Esta tendencia se fortaleció a través del impulso médico que, apoyado en investigaciones sobre el tratamiento de enfermedades a través de la ejercitación física, condujo hacia múltiples publicaciones que popularizaron aún más esta filosofía. Fue en esos días cuando surgió el término Fitness Centers.

En Colombia este movimiento llega en el año de 1997, a través de Bodytech una marca que se encarga de evolucionar esta tendencia, migrando hacia la integralidad de la salud y el bienestar del cuerpo y la mente.⁹

Aeróbicos en Colombia. A finales de 1989, tras una década de entrenamiento de ejercicios aeróbicos sin métrica musical, llegan las primeras influencias estadounidenses por medio de congresos de step y aeróbicos, dando origen a una revolución de fiebre aeróbica en todo el país. En 1991 hay una innovación con técnicas de construcción y ordenamiento de coreografías.

A finales de 1994 se inician programas exclusivos de aeróbicos en las principales avenidas de Bogotá y en los grandes parques, llamados ciclo vía y recreo vía. La asistencia promedio por punto alcanza las 500 personas. La gran demanda de aeróbicos llega a su máximo en el verano de 1997 cuando la asistencia de 32.000 personas rompe el Guinness record de mayor número de personas haciendo aeróbicos en un mismo escenario.

Hasta ese momento se observaban personas que estaban en todas las actividades denominadas “adictos al aeróbico”, hoy en día llamados AERÓBICODEPENDIENTES. En 1998, con este fenómeno en cada rincón del país, se organizan clases de 3 y hasta 4 horas llamadas “maratones de aeróbicos” en las cuales se pone a prueba la resistencia, concentración y estado físico de los participantes por medio de coreografías de alto impacto y grado de dificultad.

El nuevo milenio llega con una revolución tecnológica en la industria del fitness. Se crean importantes cadenas de gimnasios en el país que promueven la actividad física por salud, involucrando un alto grado de conciencia en el deporte y la salud, reevaluando el enfoque tradicional del fitness en Colombia.

Durante dos años (2001-2002) los aeróbicos se ven influenciados por el cambio iniciado en step. Mauro Valderrama, Jhon Benavides y Nelson Gómez introducen estructuras metodológicas aplicadas en las coreografías, modificando la aplicación de los movimientos para disminuir el impacto y mejorar la fluidez de los mismos.¹⁰

Gimnasios Infantiles. Hasta ahora las pesas, las flexiones y las bicicletas estáticas eran palabras del mundo de los adultos, pero la imparable plaga de obesidad entre la infancia de EEUU ha desatado la fiebre por los gimnasios sólo

⁹ <http://www.bodytech.com.co/content/view/13/45/> (consultado 06-12-2009)

¹⁰ <http://www.danzika.com/danzika/historia.php> (consultado 06-12-2009)

para niños. Y es que el porcentaje de niños de entre seis y once años que tienen sobrepeso en EEUU ha pasado del 7 por ciento en 1980 a un 16 por ciento en el 2006, según datos de los Centros para el Control de Enfermedades (CDC).

El primer gimnasio para niños en EEUU, fue fundado por Tonya Manago, quien al darse cuenta de que su hija de seis años llevaba el camino hacia el sobrepeso que ya sufría uno de cada seis niños en ese país. Decidió pasar a la acción y poner en marcha el gimnasio "Youth Visions" en Upper Marlboro (estado de Maryland). Al igual que "Youth Visions", en todo EEUU han brotado recientemente gimnasios dedicados en exclusiva a los menores, que, además, en muchas ocasiones ofrecen programas "después de la escuela" en los que se supervisa su tarea escolar. Las franquicias se han hecho con una porción importante del negocio, como es el caso de JW Tumbles, una compañía con presencia en el sureste asiático y México. Estos centros son gimnasios al uso, con máquinas y ejercicios similares, pero con ciertas peculiaridades que los hacen más apropiados para el uso infantil; por ejemplo, el tamaño de las pesas que levantan los niños suele permanecer oculto para que entre ellos no surjan competencias.

En otras ocasiones, se trata de lugares más modestos, con un equipamiento "doméstico", como el caso de "A Kids Gym", en Oviedo (estado de Florida). Este centro, para edades comprendidas entre los seis meses y los 16 años, abrió puertas en el 2005 y recibe a menores desde la mañana hasta la noche; allí se da mucha importancia a la nutrición, se imparten charlas a los niños y se les enseña a comer bien y variado.

Jorge Gómez, profesor de Pediatría de la Universidad de Texas en San Antonio, destacó en declaraciones a Efe que en EEUU hay más niños inscritos a deportes en sus colegios que nunca, pero no basta con esto. "El ejercicio es muy importante, pero la dieta lo es aún más. Eso es lo que hay corregir primero en un niño obeso", dijo el profesor, quien además destacó "la seguridad" de los gimnasios y del equipamiento que normalmente utilizan; "Los padres que meten a sus hijos en un gimnasio tienen buenas intenciones, pero a los niños hoy en día les falta el juego en la calle, en los patios, que ha desaparecido por los videojuegos y la televisión", señaló Gómez. Precisamente, una de las prioridades de estos gimnasios es recuperar el espíritu de los juegos callejeros y enseñar a los pequeños a disfrutar de un ocio más físico.¹¹

Un ejemplo palpable de ese cambio de pensamiento que se da en adultos, se puede evidenciar en la cadena McDonald's, quienes, han abierto en distintos sitios del mundo, un proyecto llamado: "Ronald Gym Club", dirigido a aquellos seguidores de la comida rápida de esa cadena estadounidense; el sitio ofrece juegos y diversión para que corporalmente la gente se mantenga en forma. Desde

¹¹ <http://www.caracol.com.co/nota.aspx?id=363222> (consultado 06-12-2009)

luego no puede faltar la comida, el cambio radica en que en forma adicional se ha puesto en práctica un proyecto de colocar mini gimnasios para niños, en lugar de las zonas de pelotas que habitualmente se ubican en estos restaurantes.¹²

En Colombia este tipo de negocios es aún incipiente, sin embargo existen gimnasios como “Kids Gym” que mediante franquicias, abrió sedes en Bogotá y Medellín; “International Gymnastyc Center” de Bogotá, “Gimnasio Infantil Creciendo Feliz” de Medellín, “Fitness Infantil” de Cali; “Fitness For Kids And Mom” de Cúcuta, “Gimnasio Gamma” de Neiva, A Little Gym en Bucaramanga (abrió puertas al público en febrero de 2010) creados y diseñados para el mejoramiento de la salud y actividad física en los niños.

Gimnasios en Barrancabermeja. En tanto que en ciudades capitales, la industria de los gimnasios ofrece a sus clientes y usuarios, mayor diversidad de servicios, zonas húmedas, equipos de última generación y profesionales especializados; en Barrancabermeja se sigue manejando de manera muy informal, son pocos los existentes en la ciudad y mas pocos aun los que se encuentran legalmente establecidos. La infraestructura que utilizan es la mínima requerida, y funcionan bajo la metodología del “autoservicio” en donde los clientes sencillamente usan los equipos que consideren pertinentes, en las rutinas que consideren pertinentes, porque no cuentan con una asesoría especializada, conforme a las necesidades individuales.

Cabe anotar que ninguno de los gimnasios existentes en la ciudad, cuentan con servicios para niños.

Gimnasios infantiles en Barrancabermeja. En Barrancabermeja no existen gimnasios con zonas para niños, ni tampoco existe un gimnasio especializado en temas infantiles. La necesidad de tener un establecimiento deportivo que estimule la actividad física en los niños, no es sentida a nivel consciente por los habitantes de Barrancabermeja; sin embargo, así mismo es posible observar que el tema tiene gran aceptación una vez planteado, a esta misma población.

Obesidad en niños y jóvenes colombianos. Anteriormente se consideraba a la persona con sobrepeso como una persona que gozaba de buena salud, sin embargo ahora se sabe que la obesidad tiene múltiples consecuencias negativas en salud; es una enfermedad en la cual las reservas naturales de energía, almacenadas en el tejido adiposo de los humanos y otros mamíferos, se incrementa hasta un punto donde está asociado con ciertas condiciones de salud o un incremento de la mortalidad. Actualmente se acepta que la obesidad es factor causal de otras enfermedades como lo son los padecimientos

¹² <http://elgabo.com/blog/publicidad/mcdonalds-y-su-nuevo-gimnasio/> (consultado 06-12-2009)

cardiovasculares, dermatológicos, gastrointestinales, diabéticos, osteoarticulares, etc.

Este dejó de ser un problema exclusivo de adultos; cada día es más frecuente ver niños con varios kilos de más y aunque culturalmente se considere que esto es una señal de bienestar, lo cierto es que esto puede representar importantes problemas de salud. El gastroenterólogo pediatra Roberto Morán, director mundial de asuntos médicos y nutricionales de McNeil Nutricional, asegura que el sobrepeso y la obesidad infantil han incrementado significativamente, con consecuencias preocupantes para la salud infantil; “en los últimos 20 años, tanto en países desarrollados, como en vías de desarrollo, se han multiplicado el índice de obesidad, pues a medida que los países salen del subdesarrollo, la desnutrición disminuye y la obesidad aumenta”, sostiene Morán.

Estos cambios se atribuyen a dos factores determinantes que mantienen el peso: calorías consumidas (provenientes de la dieta) y calorías quemadas (eliminadas en la actividad física). Morán explica que el consumo de calorías se ve representado en comer azúcares y alimentos de alta densidad energética, que no son sólo altos en azúcares, sino en grasas. En cuanto a la actividad física, los niños ahora no salen a jugar en el parque, sino que se quedan frente al televisor y el computador.¹³

La Asociación Colombiana de Obesidad y Metabolismo (ASCOM) realizó un estudio en 2001, entre los mayores de 18 años que asistían a la Registraduría Nacional por su cédula de ciudadanía y encontró que el cuarenta por ciento tenía sobrepeso y que el cuatro por ciento padecía de obesidad mórbida.¹⁴ Un estudio que involucró a estudiantes de entre 5 y 12 años de centros de educación distrital de los estratos 1 y 2 de Bogotá encontró que el 2,9 por ciento de esta población tenía sobrepeso u obesidad, desvirtuando la creencia de que la obesidad se asocia con mejores condiciones de vida. En algunas familias, incluso, coinciden la obesidad y la desnutrición entre sus miembros.

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

¹³ <http://www.abcdelbebe.com/node/154929>. (consultado 16-03-2010.)

¹⁴ OSPINA AGUIRRE, Jorge, “La obesidad infantil: un problema serio”. Internet: (<http://midoctorvirtual.com/dgtree/scripts/contenidos/cnt.php?page=60&i=3>) (consultado 06-12-2009)

al 8% en los dos géneros ($p=0.954$), en cambio en los adolescentes los hombres presentaron el doble de prevalencia de obesidad (3.3%) que las mujeres (1.5%) ($p=0.018$), lo que muestra la falta de actividad física tanto en escolares como en adolescentes.¹⁵

Adicionalmente, un estudio realizado en colegios del Municipio de Floridablanca en el año 2005, participando 195 estudiantes en edades entre los 11 y 18 años se muestra que 73.3% de los adolescentes manifestó practicar algún deporte dos (2) días a la semana durante (2) horas con un periodo de descanso (sedentarismo) de cuatro (4) horas, las cuales dedicaban a ver televisión.¹⁶

Un estudio realizado por la Universidad Industrial de Santander de la Facultad de Salud, sobre dolor musculo esquelético en adolescentes prevalencia y factores asociados, se evaluaron 468 escolares de sexto a décimo primer nivel correspondiente a 30 instituciones educativas del municipio de Bucaramanga; el objetivo del estudio fue determinar la prevalencia del dolor musculo esquelético y sus factores asociados en adolescentes. La distribución de los escolares por género correspondió a 246 femenino, y 222 masculino con una media de edad de 13.8 +/- 1.8 años. Se determinó el IMC (índice de masa corporal) encontrándose bajo peso en 17 escolares (3.6 IC 95% 1.7 – 5.5), sobrepeso en 53 (11.3% IC 95% 8.7 – 13.9) y obesidad en 24 (5.1 IC 95% 3.0 – 7.2).¹⁷

Al respecto los autores del estudio, plantean que “es importante proponer y evaluar intervenciones en el ámbito escolar, que fomenten estilos de vida saludables para prevenir desordenes musculo esqueléticos, promover la actividad física y los hábitos alimenticios para que contribuyan a mejorar la calidad de vida de los adolescentes”.¹⁸

Los anteriores estudios muestran que la inactividad física es un problema de salud pública relativamente reciente; originado por las tendencias al estilo de vida sedentario que el desarrollo económico y social de las ciudades ha conllevado y que a su vez ha aumentando la prevalencia de sobrepeso y obesidad en la población infantil.

¹⁵ Uscátegui RM, Pérez JA, Aristizábal JC, Camacho JA. Exceso de peso y su relación con presión arterial alta en escolares y adolescentes de Medellín, Colombia. *Archivo Latinam Nutrición* 2003; 53:4.

¹⁶ Gamboa EM, Barbosa N, Quintero DC. Prevalencia de sobrepeso y obesidad en adolescentes del municipio de Floridablanca, Colombia. *MED UNAB* 2007; 10: 5–12. 28

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

¹⁸ Camargo DM, Orozco LC, Herrera E. Dolor musculoesquelético en adolescentes. Prevalencia y factores asociados. *Salud UIS* 2007; 39:159-168.

1.3 ASPECTOS LEGALES

Artículo 52 de la Constitución Política. Establece que “el ejercicio del deporte, sus manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas tienen como función la formación integral de las personas, preservar y desarrollar una mejor salud en el ser humano”.

Ley 181 de 1995 (Ley del deporte). Consagra en su artículo 81 que “las academias, gimnasios y demás organizaciones comerciales en áreas y actividades deportivas de educación física y de artes marciales, serán autorizados y controlados por los entes deportivos municipales conforme al reglamento que se dicte al respecto”. Sobre el particular es necesario aclarar, que el INSTITUTO DE DEPORTE Y RECREACION DE BARRANCABERMEJA, desde su constitución, no ha emitido aun el documento que rija a estos gimnasios, según lo informado por el Jefe de control deportivo Javier Terraza.

Plan Nacional de Desarrollo (2008-2012). El PND dentro de sus dimensiones especiales de desarrollo (7.6.3) contempla e identifica al deporte, la recreación, la actividad física y la cultura han como elementos que tienen que cumplir la función de cohesivos sociales y uno de los ejes articuladores de la política social que ayuden en la construcción de ciudadanía. Así mismo, a través de la acción “deporte y recreación para todos” incluye el apoyo a gran diversidad de formas organizadas y no organizadas de actividades con ejercicios físicos y prácticas deportivas, que promuevan la libertad y el juego espontáneo, el placer del movimiento, el descanso, la adquisición de forma física, la disminución de la tensión física y psíquica entre otros, propende por la reglamentación y puesta en funcionamiento a nivel nacional de la Ley 934 de 2004 y el programa para el desarrollo de la educación física en las instituciones educativas y formativas oficiales y privadas, y fortalece e implementa los programas de centros de educación física y centros de iniciación y formación deportiva del país.

Plan Regional de Desarrollo. El plan de desarrollo departamental 2008-2011, en su eje temático No. 3 titulado “Santander humano al servicio de la gente”; línea estratégica No. 3 (ejercitándonos y recreándonos para un futuro mejor) reza “El nuevo plan de desarrollo sectorial del deporte debe aportar grandes cambios a través de un diagnóstico de necesidades para poder formular indicadores y metas acordes a la necesidades, características y tendencias de la población santandereana en el ámbito del deporte, la educación física, la recreación y la utilización del tiempo libre, y debe generar los mecanismos para crear en Santander su identidad desde la actividad física, que trascienda con beneficios en los campos de la salud, el bienestar social, el nivel deportivo, las expresiones artísticas y culturales que nos permitan definir la verdadera “Cultura Física” de los santandereanos”

Documento CONPES 2759 – MINISTERIO DE EDUCACION- COLDEPORTES-DNP. Las actividades recreativas y deportivas hacen parte del desarrollo integral de las personas y se constituyen en elementos fundamentales de la educación y de la calidad de vida de la población en general. La adecuada y provechosa utilización del tiempo libre encuentra sus espacios de desarrollo en el ejercicio de este tipo de manifestaciones de la cultura contemporánea que nutren y enriquecen las relaciones sociales y permiten una sana afirmación de la identidad del individuo.

La práctica de la recreación y del deporte propicia el desarrollo físico y creativo de las personas y las colectividades y se constituye en un factor fundamental de la promoción de la salud.

Ley mi pyme. La ley marco en la que se suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas en Colombia es la Ley 590 del 10 de julio de 2000, conocida como Ley mi pyme. Fue creada principalmente con el objeto de “Inducir el establecimiento de mejores condiciones del entorno institucional para la creación y operación de micro, pequeñas y medianas empresas”, como un reconocimiento al papel fundamental de las instituciones en el desarrollo empresarial. Las micro, pequeñas y medianas empresas son definidas de acuerdo con el número de personas empleadas y sus activos totales.

La Ley de Fomento a la cultura del Emprendimiento. La Ley 1014 de 2006, o ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento, tiene como objeto “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país.

Código de Comercio. Es el conjunto de normas jurídicas que regula a los comerciantes, las actividades de comercio y los asuntos mercantiles; con fundamento en el bien común. De tal forma, para constituir una empresa es necesario tener en cuenta este conjunto de normas comerciales las cuales van a regular a los comerciantes con su actividad.

Régimen de seguridad social. Salud: Ley 100 de 1993, artículos 203 y 157; Decreto 1703 de 2002, artículo 23. Pensiones: Ley 797 de 2003, artículo 3º; Decreto 510 de 2003

Código sustantivo del trabajo. Es el conjunto de normas jurídicas que regula las relaciones entre el empleado y el empleador y de éste con el Estado; todo con fundamento en el bien común. De acuerdo a la relación entre empleado, empleador y el Estado y las normas que regulan dicha relación, es necesario hacer énfasis en la seguridad laboral y las cajas de compensación familiar.

Ley 902 De 2004 Normas urbanísticas. Las normas urbanísticas regulan el uso, la ocupación y el aprovechamiento del suelo y definen la naturaleza y las consecuencias de las actuaciones urbanísticas indispensables para la

administración de estos procesos y que permiten establecer usos e intensidad de usos del suelo, así como actuaciones, tratamientos y procedimientos de parcelación, urbanización, construcción e incorporación al desarrollo de las diferentes zonas comprendidas dentro del perímetro urbano.¹⁹

Y otras como: Leyes Tributarias, Estatuto de protección al consumidor, Ley de competencia desleal, Leyes de promoción de competencia.

¹⁹ El Congreso De Colombia Rama Legislativa - Poder Público Diario Oficial No. 45.622, de 27 de Julio de Ley 902 de 2004.

2. ESTUDIO DE MERCADOS

2.1 OBJETIVOS

2.1.1 General. Establecer mediante un estudio de mercados la oferta y la demanda de la comunidad Barranqueña, para los aspectos relacionados con las actividades físico - deportivas practicadas por los menores de 14 años; teniendo en cuenta los espacios ya establecidos para este propósito, analizando sus debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas con el propósito de fortalecer el proyecto para la creación un gimnasio infantil en la ciudad de Barrancabermeja.

2.1.2 Específicos

- Determinar los gustos y/o necesidades de la comunidad Barranqueña, en cuanto a actividades físico – deportivas, para los menores entre 0 y 14 años; estableciendo así el mercado existente para los gimnasios infantiles en la ciudad de Barrancabermeja.
- Conocer la oferta existente en la ciudad para los gimnasios infantiles, mediante el análisis de la competencia.
- Averiguar los precios del mercado actual de gimnasios en Barrancabermeja, para determinar así el más adecuado para entrar a competir en este sector.
- Establecer las estrategias publicitarias más adecuadas, para dar a conocer el gimnasio infantil, al mercado objetivo.
- Elegir los canales de comercialización más adecuados, conforme a las necesidades y características del proyecto.
- Determinar una estructura de precios adecuada, conforme a la información recopilada en donde se tengan en cuenta la demanda potencial, los precios del mercado y el I.P.C. proyectado.

2.2 DESCRIPCION DEL SERVICIO

2.2.1 Definición, Usos y especificaciones del servicio. El servicio de gimnasio infantil se define como la prestación de servicios de acondicionamiento físico para niños entre 0 y 14 años, que ayuden al fortalecimiento de un sano proceso de crecimiento y desarrollo, que a su vez sirva como prevención para enfermedades ocasionadas por el sedentarismo, estrés y /o desordenes alimenticios, tales como la obesidad, la anorexia y la bulimia entre otras

Usos y especificaciones. En Small Gym`s, los niños tendrán un espacio para aprender el arte de la gimnasia y a la vez podrán realizar rutinas de ejercicios dirigidos que coadyuven al fortalecimiento de sus músculos y a la adquisición de confianza en si mismos, manteniendo sus cuerpos flexibles y sanos.

Las actividades físicas estarán acompañadas además de charlas sobre nutrición y otras actividades como tareas dirigidas impartidas a los menores y sus padres, en pro de fortalecer el sano crecimiento y desarrollo de los menores.

Los usuarios del gimnasio serán divididos en tres categorías, según su edad así:

- A. 0-5 años
- B. 6-10 años
- C. 11-14 años

Para la categoría A (0-5 años), se usara un circuito de obstáculos de espuma que incluyen piscina de bolas; Para la categoría B (6 a 10 años) y C (11 a 14 años) se usara de forma alterna el salón de bailes y salón de equipos.

Cada categoría tendría un cupo máximo de 10 niños por clase, y se trabajaran 8 horas diarias, de lunes a sábado, en dos jornadas 9 a 12 m y 2 a 7 p.m. Cada usuario tendrá la posibilidad de asistir a 3 clases por semana, lo cual determina la capacidad máxima (480 usuarios) instalada, así:

$$10 \times 8 \times 3 \times 2 = 480$$

Donde:

- 10: numero de niños máximo por clase
- 8: numero de horas laboradas en el día
- 3: numero de salones de clases disponibles (uno por categoría)
- 2: numero de cupos disponibles a la semana. (Si un usuario asiste 3 días por semana, los 3 días restantes pueden ser usados por otro usuario).

2.2.2 Servicios sustitutos

- Gimnasios para adultos, con algunas horas y espacios de atención a menores.
- Jardines Infantiles.
- Escuelas deportivas formales e informales.
- Parques de la ciudad.

2.2.3 Productos Complementarios. Los bienes complementarios son aquellos bienes que tienden a utilizarse en conjunto; por lo tanto, si baja la demanda de uno (por ejemplo, porque aumenta su precio) esto afecta la demanda del bien complementario²⁰. Teniendo en cuenta el tipo de servicio prestado, se determinan

²⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Bien_econ%C3%B3mico. (consultado 28-05-2010)

como servicios complementarios susceptibles de ser prestados por Small gym's o no, los siguientes:

- Venta de ropa e implementos deportivos
- Zonas de hidratación
- Conferencias y/o talleres especializados, tales como: comida sana, ansiedad y depresión, orientación jurídica y psicológica, entre otros.

2.2.4 Atributos diferenciadores del servicio con respecto a la competencia.

El gimnasio infantil es un servicio totalmente innovador en la ciudad de Barrancabermeja por su estructura y por su objeto social en sí mismo. Estos diferenciadores se podrán notar claramente en los siguientes aspectos diferenciadores:

- a. Planta física adecuada a las necesidades de cada niño según su categoría.
- b. Comunicación permanente con los padres de familia, mediante la entrega de reportes periódicos en donde se busca mostrar los avances de cada niño y hacerle un seguimiento a las asistencias.
- c. Un equipo de trabajo conformado por médico, nutricionista y entrenadores físicos que presten en conjunto un servicio completo y de calidad
- d. Precio competitivo con otros servicios dirigidos a niños.
- e. Atención a una problemática de actualidad y casi desatendida como lo son los desordenes alimenticios y el sedentarismo en niños y jóvenes.

2.3 MERCADO POTENCIAL Y OBJETIVO

2.3.1 Mercado potencial. Los jefes de hogar con niños cuyas edades oscilen entre 0 y 14 años de edad y residen en Barrancabermeja y/o su área de influencia, incluida la capital del departamento de Santander.

2.3.2 Mercado objetivo. Se tendrá en cuenta las 15.263 unidades habitacionales, distribuidas en los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja, en los cuales residen menores entre 0 y 14 años de edad.

Se define como mercado objetivo a los estratos 3, 4 y 5 dado que este es un producto no básico en la canasta familiar y se debe tener capacidad económica suficiente para acceder a él. Por otro lado se debe considerar que es en los primeros años de vida, en donde se deben generar las bases de lo que será la personalidad de los futuros adultos, por lo que estas edades son básicas para

generar los hábitos de auto-cuidado así como la prevención de desórdenes alimenticios, que cada día atacan a población más joven.

2.3.2.1 Perfil del consumidor

- **Características demográficas:** Hombres y mujeres entre 0 y 14 años de edad, pertenecientes mayormente a los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja.
- **Estilo de vida.** Personas que tengan actividades extracurriculares, que les guste pertenecer a clubes o redes sociales, y que les llame la atención el verse y sentirse bien, con padres que estén dispuestos a financiar este estilo de vida.
- **Motivos.** Personas que tengan dificultades de sobrepeso, sedentarismo, interacción social y/o que deseen prevenirlas mediante el aprendizaje sobre el cuidado físico de sí mismos., con padres conscientes de la necesidad de corregir estos problemas a tiempo y prevenir desórdenes mayores.
- **Personalidad.** Deseable personas proactivas, con inclinaciones deportivas, que les guste verse y sentirse bien. Receptivas.
- **Valores.** Actitud positiva, comprometidos, responsables, leales.
- **Creencias y actitudes.** Actitud positiva hacia el deporte y cuidado de la imagen.
- **Percepción.** Niños y jóvenes conscientes y atentos al entorno actual, con padres proactivos y vanguardistas.
- **Aprendizaje.** Se usaran las 3 formas de aprendizaje, asociación, experiencia y discernimiento; haciendo énfasis en esta última dada la característica de prevención que maneja el servicio ofrecido.

2.4 LA DEMANDA

2.4.1 Planteamiento del problema. Un estudio de mercado debe servir para tener una noción clara de la cantidad de consumidores que habrán de adquirir el bien o servicio que se piensa vender, dentro de un espacio definido, durante un periodo de tiempo determinado y a qué precio están dispuestos a obtenerlo. La falencia de esta información ocasiona que los empresarios tomen decisiones erróneas que podrían afectar sobremanera el futuro de sus empresas.

Teniendo en cuenta estos aspectos, así como el hecho de que adicionalmente, el estudio de mercado indica si las características y especificaciones del servicio o producto corresponden a las que desea comprar el cliente, qué tipo de clientes son los interesados en nuestros bienes o servicios, y que esta información puede redundar en la orientación de la producción es procedente e indispensable iniciar un proceso de recopilación de datos sobre la empresa de gimnasio infantil que permitan procesar información que facilite la elaboración de proyecciones ajustadas a la realidad.

2.4.2 Necesidades de información. Para esta investigación es necesario recopilar información acerca de los aspectos que a continuación se relacionan:

- La posición de los jefes de hogar, en cuanto a la práctica de actividades físicas para sus hijos menores.
- Conocer si estos niños practican o no actividades físicas y en caso negativo, las causas por las cuales no lo hacen.
- Cuantos jefes de hogar conocen o desearían contratar los servicios de un gimnasio infantil en la ciudad de Barrancabermeja.
- Cuantificar la cantidad de niños que podrían utilizar el servicio de gimnasio.
- El sector de Barrancabermeja que clientes y usuarios prefieren para la prestación del servicio.
- Determinar el monto de la inversión mensual, que los jefes de hogar estarían dispuestos a asignar para que sus hijos asistan al gimnasio infantil.
- Identificar el canal publicitario más efectivo, para este tipo de negocio.

2.4.2.1 Ficha Técnica

Tipo de investigación	Descriptiva. Por cuanto se refiere a un conjunto de métodos y procedimientos que describen a las variables de marketing. Este tipo de estudio ayuda a determinar las preguntas básicas para cada variable contestado quién, cómo, qué y cuándo. Este tipo de estudios permite describir cosas como son las actitudes de los clientes, sus intenciones y comportamientos, al igual que describir el número de competidores y sus estrategias. Se emplean métodos estructurados.
Método de investigación	Se realizara el método de análisis y síntesis, toda vez que los datos recopilados serán previamente analizados y sintetizados para extraer de ellos la información requerida para la elaboración del proyecto.
Fuentes de información	Primarias. Padres de familia o cabezas de hogar, de los estratos 3,4 y 5 en la ciudad de Barrancabermeja. Secundarias. Cámara de comercio, instituto del desarrollo del deporte de Barrancabermeja (Inderba), internet, libros de texto en general.
Técnicas de recolección de información	Muestreo aleatorio simple
Instrumento	Cuestionario estructurado (Anexo A)
Modo de aplicación	La aplicación del cuestionario será directa a cargo de las autoras
Definición de población (elemento, unidad de muestreo)	Población: 15.263 unidades habitacionales distribuidas en los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja. (Fuente. Aguas de Barrancabermeja, 2009. Ver cuadro 3) Elemento. Cabezas de hogar o padres de familia. Unidad de muestreo. Hogares de los estratos 3, 4 y 5.
Proceso de muestreo	Aleatorio por conglomerado. Se tomo durante un fin de semana a la población que acude al parque de La vida, sitio reconocido en la ciudad por contar con afluencia de público de todos los sectores y estratos. Se utilizó la siguiente fórmula para determinar la muestra : $n = \frac{N(p * q)Z^2}{Z^2(p * q) + e^2(N - 1)}$ Probabilidad de éxito: 0,5; probabilidad fracaso: 0,5; Error de estimación: 0,5 n= 381
Marco muestral	Unidades familiares de todos los estratos de la ciudad de Barrancabermeja
Alcance	Las comunas 1 al 7 de la ciudad de Barrancabermeja.
Tiempo de aplicación	Marzo 20, 21 y 22 de 2010

Fuente. Autoras del proyecto

2.4.2.2 Tabulación, presentación y análisis de resultados

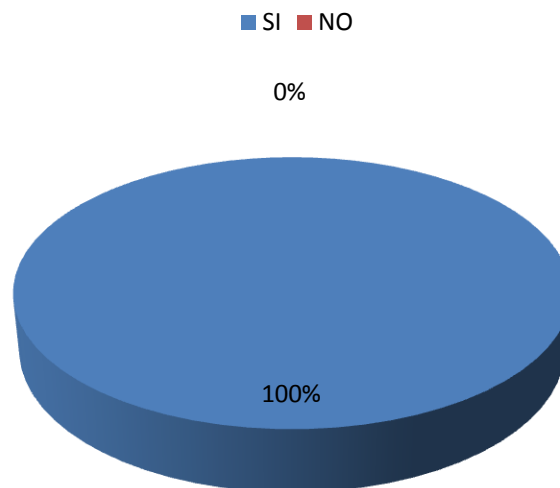
1. ¿Cree usted que el cuidado de la salud a través del ejercicio físico es importante?

Cuadro 4. Percepción sobre la importancia del ejercicio físico.

RESPUESTA	CANT.	%
SI	381	1,000
NO	0	0,000
TOTAL	381	1,000

Fuente. Autoras del proyecto

Figura 3. Percepción sobre la importancia del ejercicio físico.



Análisis. De las 381 personas encuestadas, el 100% considera importante el cuidado de la salud a través del ejercicio físico. El propósito de esta pregunta, es establecer el grado de aceptación del público en general acerca de las actividades deportivas.

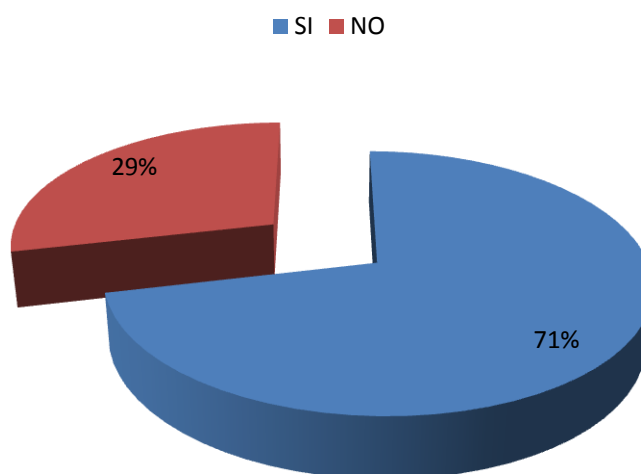
2. ¿Hay en su hogar niños entre los 0 y 14 años de edad? (si la respuesta es no, fin de la encuesta)

Cuadro 5. Presencia de menores entre los 0 y 14 años en hogares de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja.

RESPUESTA	CANT.	%
SI	272	0,714
NO	109	0,286
TOTAL	381	1,000

Fuente. Autoras del proyecto

Figura 4. Presencia de menores entre los 0 y 14 años en hogares de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja.



Análisis. El 71% de los 381 encuestados manifiestan tener en su casa al menos un niño con edades entre 0 y 14 años; esta pregunta busca establecer la presencia de niños que cumplan las condiciones de la población objetivo en los hogares de Barrancabermeja en los estratos 3, 4 y 5.

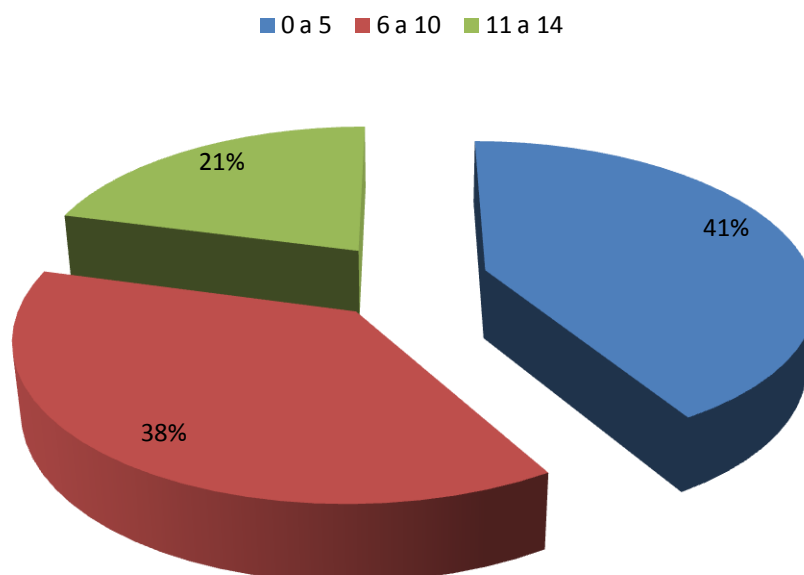
3. De qué edad? (Permite selección múltiple)

Cuadro 6. Rangos de edad de menores entre los 0 y 14 años en hogares de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja.

RESPUESTA	CANT.	%
0 a 5	165	0,415
6 a 10	150	0,377
11 a 14	83	0,209
TOTAL	398	1,000

Fuente. Autoras del proyecto

Figura 5. Rangos de edad de menores entre los 0 y 14 años en hogares de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja.



Análisis. El 41% de los encuestados tienen en sus hogares niños entre 0 y 5 años de edad, el 38% de los mismos manifiestan tener niños con edades entre los 6 y los 10 años de edad; mientras que el 21% manifiesta que los niños de sus hogares tienen entre 11 y 14 años de edad. La información obtenida a través de esta pregunta permite establecer la cantidad de niños que se tendrían en cada categoría de trabajo; así mismo establece, que la edad promedio de los niños presentes en los hogares encuestados es de 7 años de edad.

Es importante aclarar que en algunos hogares hay más de un niño, es por eso que el total de encuestados en esta pregunta, excede el total de 272 enunciados en la pregunta dos.

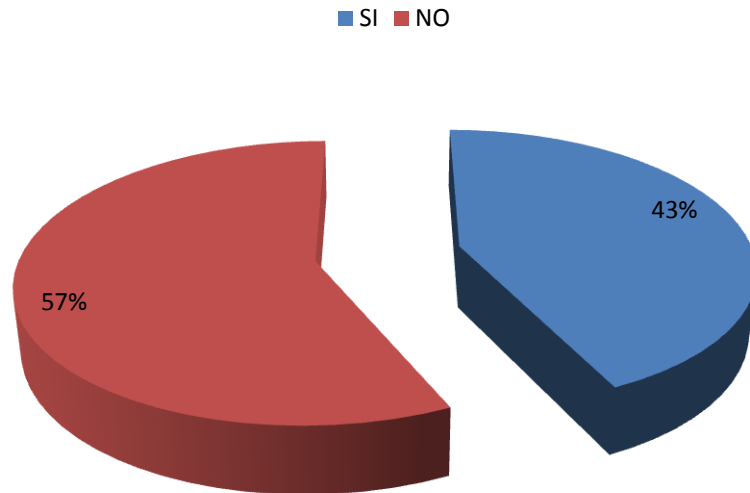
4. Practican estos niños actividades físicas que les permitan mantenerse saludables? (no pregunta 5, si pregunta 6)

Cuadro 7. Practica de actividades físicas entre los niños.

RESPUESTA	CANT.	%
SI	117	0,430
NO	155	0,570
TOTAL	272	1,000

Fuente. Autoras del proyecto

Figura 6. Practica de actividades físicas entre los niños.



Análisis. De acuerdo a lo manifestado por los padres de familia el 57 % de los niños no practican actividades deportivas; esta información es importante ya que indica que la población infantil de Barrancabermeja sigue la tendencia mundial, de la problemática expuesta, lo que a su vez los convierte en población objetivo que requerirá los servicios del gimnasio infantil; sin desechar al 43% que manifiesta que si practican deportes, lo cual hace que el proceso de venta del servicio se facilite, pues estos padres y menores tienen la cultura por los hábitos deportivos.

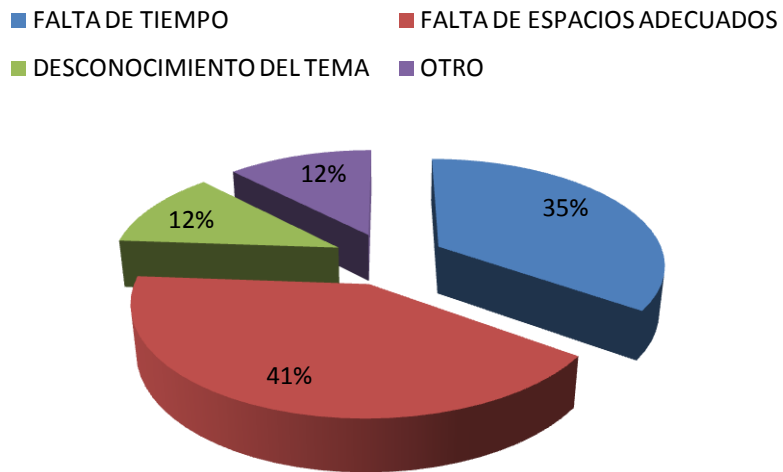
5. Por qué no? (si responde otro, favor informar cual)

Cuadro 8. Razones para no practicar actividades deportivas.

RESPUESTA	CANT.	%
FALTA DE TIEMPO	54	0,348
FALTA DE ESPACIOS ADECUADOS	64	0,413
DESCONOCIMIENTO DEL TEMA	18	0,116
OTRO	19	0,123
TOTAL	155	1,000

Fuente. Autoras del proyecto

Figura 7. Razones para no practicar actividades deportivas.



Análisis. Las razones que los encuestados tienen para que sus hijos no practiquen actividades deportivas, se muestran así: El 41% porque no existen los espacios adecuados, el 35% porque no tienen el tiempo para dedicar a estar actividades de sus hijos, el 12% por desconocimiento del tema, y el 12% restante por razones varias como: el factor económico, la corta edad de los niños o el temor a dejarlos con desconocidos.

Esta información es importante en la medida que ningún jefe de hogar, manifestó desinterés o aversión al tema deportivo, las razones manifestadas son subsanables dentro del diseño del servicio, lo cual permitirá capturar a estos padres o jefes de hogar.

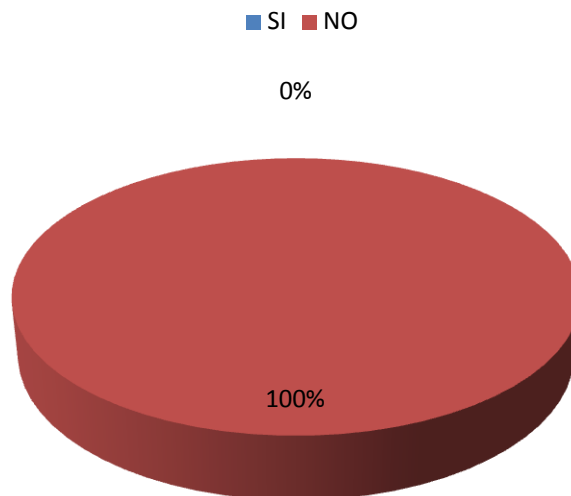
6. Conoce usted en la ciudad un sitio dedicado al cuidado de la salud física de los niños a través de las actividades dirigidas? Si respondió si, favor manifestar cual.

Cuadro 9. Conocimiento de la población objetivo de otros servicios afines al gimnasio infantil.

RESPUESTA	CANT.	%
SI	0	0,000
NO	272	1,000
TOTAL	272	1,000

Fuente. Autoras del proyecto

Figura 8. Conocimiento de la población objetivo de otros servicios afines al gimnasio infantil.



Análisis. Los 272 jefes de hogar, que manifiestan tener hijos entre 0 y 14 años de edad, informan en un 100% , que no conoce un sitio en Barrancabermeja dedicado al cuidado de la salud física de los niños mediante actividades dirigidas.

Esta información indica, que la oferta de servicios de esta clase, en el municipio de Barrancabermeja, es mínima o inexistente.

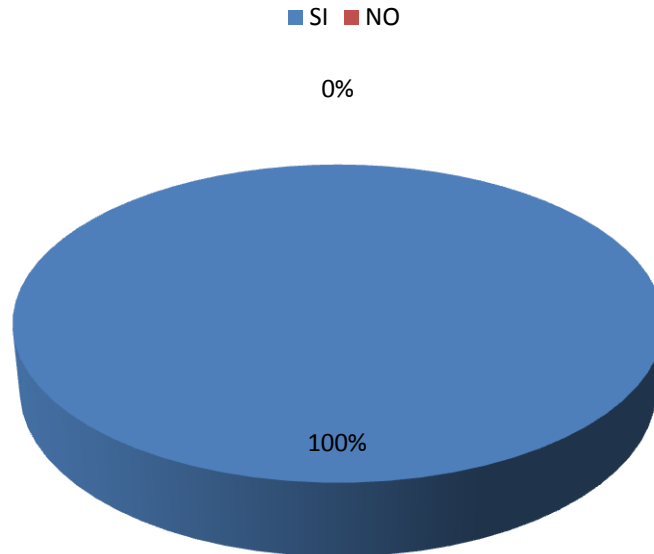
7. Estaría dispuesto a contratar los servicios de un gimnasio dedicado exclusivamente al cuidado físico de los niños, donde ellos puedan aprender a cuidar su cuerpo y les sirva como prevención para enfermedades ocasionadas por desordenes alimenticios? (si pregunta 8, No fin de la encuesta)

Cuadro 10. Adquisición del servicio de gimnasio infantil

RESPUESTA	CANT.	%
SI	272	1,000
NO	0	0,000
TOTAL	272	1,000

Fuente. Autoras del proyecto

Figura 9. Adquisición del servicio de gimnasio infantil.



Análisis. El 100% de la población encuestada, manifiesta que eventualmente estarían en disposición de contratar los servicios de un gimnasio para niños en la ciudad de Barrancabermeja.

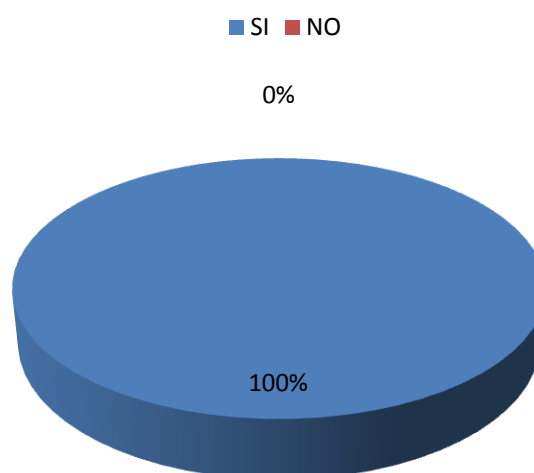
8. Estaría dispuesto a enviar a los niños bajo su cargo a este gimnasio infantil, en forma constante conforme a la periodicidad que determinen las directivas del mismo? (si pregunta 9, No fin de la encuesta)

Cuadro 11. Disposición para aceptar la periodicidad impuesta por el gimnasio.

RESPUESTA	CANT.	%
SI	272	1,000
NO	0	0,000
TOTAL	272	1,000

Fuente. Autoras del proyecto

Figura 10. Disposición para aceptar la periodicidad impuesta por el gimnasio.



Análisis. El 100% del personal encuestado manifiesta tener la disposición de enviar a sus hijos al gimnasio infantil, conforme a las disposiciones que determinen las directivas del mismo.

Esta información es importante dado que, para garantizar los resultados del programa de ejercicios, es necesario que los niños usuarios sean constantes en el cumplimiento de las rutinas 3 días por semana.

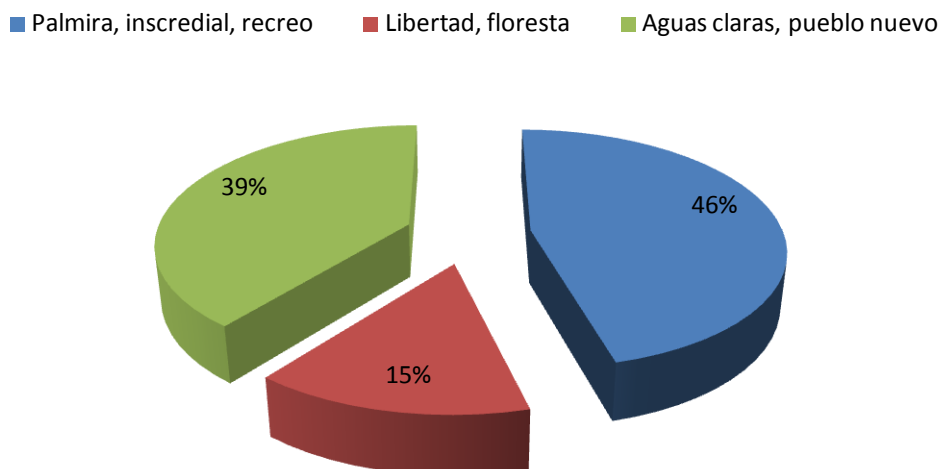
9. ¿En cuál de los siguientes sectores de la ciudad le gustaría que estuviera ubicado este Gimnasio?

Cuadro 12. Sector para la ubicación del gimnasio infantil.

RESPUESTA	CANT.	%
Palmira, Inscredial, recreo	125	0,460
Libertad, floresta	40	0,147
Aguas claras, pueblo nuevo	107	0,393
TOTAL	272	1,000

Fuente. Autoras del proyecto

Figura 11. Sector para la ubicación del gimnasio infantil.



Análisis. El 46% de la población encuestada manifiesta tener preferencia en el sector conformado por los barrios Palmira, Inscredial y recreo para la ubicación de este gimnasio para niños.

Esta información se convierte en un factor más a tener en cuenta, en la ponderación de factores para la selección de la ubicación del gimnasio para niños.

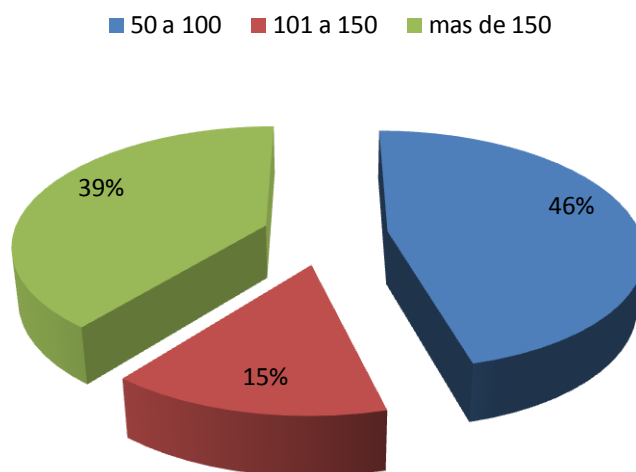
10. Qué presupuesto mensual destina o estaría en disposición de destinar para el pago de las actividades de su hijo en este gimnasio (en miles de pesos)

Cuadro 13. Asignación económica mensual para invertir en el gimnasio infantil.

RESPUESTA	CANT.	%
\$50.000 a \$100.000	125	0,460
\$101.000 a \$150.000	40	0,147
más de \$150.000	107	0,393
TOTAL	272	1,000

Fuente. Autoras del proyecto

Figura 12. Asignación económica mensual para invertir en el gimnasio infantil.



Análisis. El 46% de la población encuestada manifiesta estar en capacidad de invertir entre \$50.000 y \$100.000 en los servicios del gimnasio infantil, el 39% invertiría más de \$150.000 y el 15% entre \$101.000 y \$150.000.

Esta información es importante para determinar el posible precio de venta del servicio, dado que el promedio de las respuestas se ubican en \$112.000 mensuales.

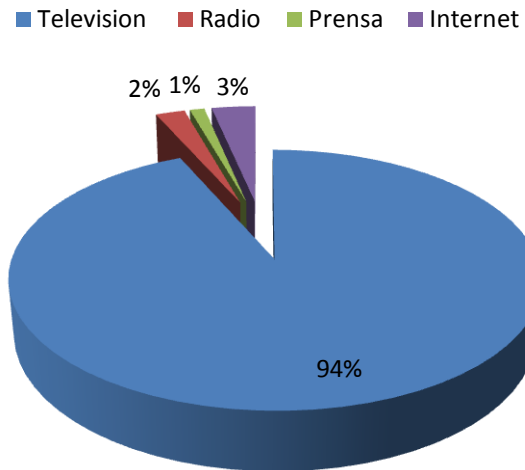
11. A través de qué medios de comunicación le gustaría recibir información acerca del servicio de gimnasio infantil.

Cuadro 14. Medio de comunicación de más aceptación.

RESPUESTA	CANT.	%
Televisión	254	0,934
Radio	6	0,022
Prensa	3	0,011
Internet	9	0,033
TOTAL	272	1,000

Fuente. Autoras del proyecto

Figura 13. Medio de comunicación de más aceptación.



Análisis. Esta pregunta permite determinar los medios publicitarios de mayor acogida por la población encuestada, lo cual permitirá diseñar una estrategia publicitaria más efectiva, en esta ocasión la población encuestada prefiere en un 94% la televisión.

2.4.3 Estimación de la demanda. Para calcular la demanda se aplica la siguiente fórmula:

$$DP = P * \% C * X * F$$

Donde:

DP: Es la demanda potencial

P: Población consumidora del producto. La población encuestada corresponde a las 46.800 unidades habitacionales que existen en los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja²¹; se obtuvo una muestra de 381 unidades habitacionales para ser encuestadas de los cuales el 71,4% equivalen a hogares con hijos en edades entre 0 y 14 años, que corresponden 33.415 familias del total de la población. Conforme a la información suministrada por la oficina de planeación municipal de Barrancabermeja, para el año 2005, existían 5.596 niños en dichas familias²².

C: Porcentaje de las personas que adquieren el producto. En la pregunta 7 de la encuesta aplicada a la población objetiva, queda manifestado que el 100% de los hogares en los que existen niños entre 0 y 14 años de edad, contratarían el

²¹ Aguas de Barrancabermeja S.A. E.S.P. Oficina comercial. 2009.

²² Alcaldía Municipal de Barrancabermeja. Oficina de planeación municipal. 2009

servicio de un gimnasio infantil, si existiera en la ciudad. De esta población el 43% informo que practican actividades deportivas, lo cual los hace un público apto para el servicio, dado que tienen la cultura de los hábitos deportivos.

X: Cantidad promedio de compra. Teniendo en cuenta que el servicio se brinda por paquetes que componen 3 sesiones a la semana, por mes, se determina que la cantidad promedio de compra es uno.

F: Frecuencia promedio de compra: La frecuencia promedio de compra es uno, dado que esta la determinan las directivas del gimnasio infantil conforme a las indicaciones del preparador físico. En la pregunta 8 de la encuesta queda estipulado el deseo de los jefes de hogar, de cumplir con la periodicidad sugerida por el gimnasio, en pro de garantizar la efectividad del programa de ejercicios.

Reemplazando, se obtiene

$$\text{Demanda Potencial} = 5.596 * 0,43 * 1 * 1 = 2.406 \text{ niños}$$

Es válido anotar que el 57% de la población encuestada, aunque manifestó no practicar actividades deportivas, no manifestaron dentro de las causas falta de interés o apatía por este tipo de actividades, si no causas menores subsanables, tales como falta de tiempo, o edad corta de los niños. Con lo anterior se busca dejar aclarado que esta población no está descartada dentro de la población objetivo y que se puede trabajar con ellos en un plazo mediano.

2.4.4 Evolución histórica de la demanda del servicio. Hasta el momento no ha existido en la ciudad de Barrancabermeja, un sitio que ofrezca esta clase de servicios, por lo cual no existen estadísticas que permitan estudiar en detalle el comportamiento de la prestación del servicio de gimnasio infantil; por tales razones no se presentan las cifras respectivas, que serian de gran aporte para el desarrollo del presente estudio. Sin embargo, sobre el particular se pueden citar las cifras que a nivel general se presentan sobre estudios acerca de la salud de los niños y/o jóvenes, que se ve afectada por la falta de actividad física, y que pueden confirmar la tendencia al incremento de dicha problemática, como son:

- Un estudio realizado en 2001 por la Asociación Colombiana de Obesidad y Metabolismo (ASCOM), entre los mayores de 18 años que asistían a la Registraduría Nacional por su cédula de ciudadanía dio como resultado que el Cuarenta por ciento tenía sobrepeso y que el cuatro por ciento padecía de obesidad mórbida.²³

²³ OSPINA AGUIRRE, Jorge, “La obesidad infantil: un problema serio”. Internet: (<http://midoctorvirtual.com/dgtree/scripts/contenidos/cnt.php?page=60&i=3>) (consultado 06-12-2009)

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

La prevalencia de obesidad en los escolares fue cercana al 8% en los dos géneros ($p = 0.954$), en cambio en los adolescentes los hombres presentaron el doble de prevalencia de obesidad (3.3%) que las mujeres (1.5%) ($p = 0.018$), lo que muestra la falta de actividad física tanto en escolares como en adolescentes.²⁴

- Estudios realizados en colegios del Municipio de Floridablanca en el año 2005, en donde participaron 195 estudiantes en edades entre los 11 y 18 años se muestra que 73.3% de los adolescentes manifestó practicar algún deporte dos (2) días a la semana durante (2) horas con un periodo de descanso (sedentarismo) de cuatro (4) horas, las cuales dedicaban a ver televisión.²⁵

- Estudio realizado por la Universidad Industrial de Santander de la Facultad de Salud, sobre dolor musculoesquelético en adolescentes prevalencia y factores asociados, se evaluaron 468 escolares de sexto a décimo primer nivel correspondiente a 30 instituciones educativas del municipio de Bucaramanga; la distribución de los escolares por género correspondió a 246 femenino, y 222 masculino con una media de edad de 13.8 +/- 1.8 años.

Se determinó el IMC (índice de masa corporal) encontrándose bajo peso en 17 escolares (3.6 IC 95% 1.7 – 5.5), sobrepeso en 53 (11.3% IC 95% 8.7 – 13.9) y obesidad en 24 (5.1 IC 95% 3.0 – 7.2).²⁶

2.4.5 Proyección de la demanda. Para la proyección de la demanda se tendrá en cuenta el índice técnico del crecimiento de la población, estimada por el Departamento Nacional de Estadística DANE en un 1.25% por año hasta el 2015.²⁷

²⁴ Uscátegui RM, Pérez JA, Aristizábal JC, Camacho JA. Exceso de peso y su relación con presión arterial alta en escolares y adolescentes de Medellín, Colombia. *Archivo Latinam Nutrición* 2003; 53:4.

²⁵ Gamboa EM, Barbosa N, Quintero DC. Prevalencia de sobrepeso y obesidad en adolescentes del municipio de Floridablanca, Colombia. *MED UNAB* 2007; 10: 5–12. 28

²⁶ Camargo DM, Orozco LC, Herrera E. Dolor musculoesquelético en adolescentes. Prevalencia y factores asociados. *Salud UIS* 2007; 39:159-168.

²⁷ DANE. Proyecciones nacionales y departamentales de población 2006-2020.

Cuadro 15. Proyección de la demanda a 5 años.

DEMANDA POTENCIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
USUARIOS	2406	2436	2467	2497	2529

Fuente. Autoras del proyecto

2.5 LA OFERTA.

La cámara de comercio de Barrancabermeja, informa que hasta diciembre de 2009, no existe en la ciudad un gimnasio infantil o centro de acondicionamiento físico para menores, legalmente constituidos, que presten servicios acorde a lo planteado en el presente proyecto.

Dado lo anterior, se puede afirmar que la oferta en este sector específico es inexistente, toda vez que los gimnasios que existen en la ciudad son dedicados a personal adulto, y aun en su mayoría estos establecimientos incumplen las expectativas del sector atendido, por cuanto algunas instalaciones no se encuentran en condiciones óptimas de funcionamiento, al igual que los equipos, personal y herramientas de trabajo.

Para el caso de los niños se encontró, que no tienen un espacio abierto en estos gimnasios para adultos y deben conformarse con asistir a parques o canchas donde no encuentran una orientación acerca de las actividades a realizar, ni mucho menos una valoración profesional que les indique el plan que cada uno debe seguir conforme a su necesidad particular.

2.5.1 Necesidades de información. Se requiere establecer el número de sitios que ofertan en la ciudad de Barrancabermeja los servicios de gimnasio infantil, con miras a analizar cómo distribuyen este producto, sus precios, formas de pago y estrategias de publicidad para el aumento de ventas y captura de nuevos consumidores.

2.5.2 Análisis de la situación actual de la competencia. De acuerdo a la información encontrada sobre la oferta se reitera que no existe competencia directa en la ciudad de Barrancabermeja dado que no existe un gimnasio con las características aquí descritas. Sin embargo, se realiza análisis de la competencia indirecta, en donde se anotan los gimnasios para adultos y las escuelas de formación deportiva que se dedican a una única disciplina deportiva cada una.

Estos gimnasios prestan servicios muy similares entre sí, como aeróbicos, rumba, pesas y spinning; no cuentan con asesoría de profesionales de la salud o el deporte y tampoco tienen una línea de servicios para los niños.

Cuadro 16. Gimnasios para adultos en Barrancabermeja

ID	RAZON SOCIAL	DIRECCION	TELEFONO	VALOR MES	HORARIOS		
					DIA	AM	PM
1	GIMNASIO HUMAN FORCE	CRA 17 51-32	6027687	\$40.000	LUN-SAB	5 A 12	3 A 9
2	GIMNASIO BODY ATHLETICS	CALLE 73 30-31		\$30.000	LUN-SAB	6 A 10	4 A 9
3	GIMNASIO MUNDO SPINNING	CL 55 36 E 106	6216889	\$30.000	LUN-SAB	6 A 10	4 A 9
4	FLEXIFORMA	CLL 48 N 19 58	6225226	\$40.000	LUN-SAB	6 A 9	4 A 9
5	GIMNASIO TAZZ SPORT	AV 52 N 58 10	6217699	\$30.000	LUN-SAB	6 A 10	4 A 9
6	SPINNIG CLUB	CLL 51 17-01	6025758	\$40.000	LUN-SAB	5 A 10 1/2	4 A 9

Fuente. Autoras del proyecto

Escuelas y clubes deportivos.

Cuadro 17. Indicadores del deporte

CONCEPTO	CANTIDAD
Clubes deportivos	134
Ligas	2
Escuelas de formación deportiva	15

Fuente. Inderba 2009.

Cuadro 18. Numero de clubes por disciplina.

DISCIPLINAS	NO. CLUBES	INTEGRANTES
Ajedrez	2	37
Atletismo	1	19
Baloncesto	6	257
Balonmano	4	80
Boxeo	1	22
Beisbol	4	176
Discapacitados	3	85
Futbol	37	1.222
Ciclismo	5	130
Microfútbol	4	86
Moto club	2	62
Natación	1	19
Patinaje	4	149
Pesas	1	20
Social y cultural	12	1.519
Softbol	22	643
Taekwondo	4	89
Tenis de mesa	1	34
Tejo	6	195
Voleibol	1	21
Varios	13	748
TOTAL	134	5.613

Fuente. Inderba 2009.

Cabe anotar que los clubes aquí enumerados, atienden en su mayoría a la población infantil pertenecientes a los estratos 1 y 2, los cuales se encuentran fuera de la población objetivo del presente proyecto. Solo el 15% de estos clubes son privados y atienden a población de los estratos 3, 4 y 5.

2.5.3 Proyección de la oferta. Como se puede apreciar, en la actualidad no existe una empresa que preste el servicio de gimnasio infantil en la ciudad de Barrancabermeja, lo cual deja se traduce en la inexistencia de oferta directa, que pueda prestar estos servicios en las condiciones aquí estipuladas. Se toma como base para el cálculo de la proyección de la oferta, la población infantil de los estratos 3, 4 y 5 que asisten a los clubes deportivos privados, es decir el 15% de los participantes y el índice de crecimiento de la población que el DANE confirma en 1,25%²⁸.

Cuadro 19. Cálculo y proyección de la oferta.

OFERTA POTENCIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
USUARIOS	838	1.048	1.309	1.637	2.046

Fuente. Autoras del proyecto

2.6 RELACION ENTRE DEMANDA Y OFERTA

Según la encuesta realizada a la posible demanda en la pregunta 4, manifiestan el 43% de los hogares encuestados, tienen hijos entre 0 y 14 años de edad que practican actividades deportivas, lo cual demuestra buena disposición de los jefes de hogar. El 57% de estos hogares, que también tienen niños entre 0 y 14 años, no practican ninguna clase de deporte por causas tales como: falta de tiempo por parte de los padres o falta de sitios adecuados, sin embargo tienen también buena disposición hacia el tema. Para el análisis se toma inicialmente la población objetivo que ya practica algún tipo de actividad deportiva.

En relación a la demanda y oferta, se observa que no existe un sitio que ofrezca directamente los servicios diseñados en el presente proyecto, sin embargo se tiene en cuenta la oferta indirecta constituida por clubes deportivos privados de la ciudad.

²⁸ DANE. Proyecciones nacionales y departamentales de población 2006-2020.

Cuadro 20. Relación entre demanda y oferta.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEMANDA	2.406	2.436	2.467	2.497	2.529
OFERTA	838	848	859	870	881
DEMANDA POT. INSATISFECHA	1.568	1.588	1.607	1.628	1.648
%	65,17%	65,19%	65,14%	65,20%	65,16%

Fuente. Autoras del proyecto

2.6.1 Demanda insatisfecha. Esta demanda la conforma el 65,17% de la población objetivo y la componen por aquellos niños entre 0 y 14 años de edad, pertenecientes a los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad de Barrancabermeja, que practican algún tipo de actividad deportiva y que no alcanza a ser cubierta por las escuelas y clubes deportivos de la ciudad.

2.7 CANALES DE COMERCIALIZACION

2.7.1 Estructura de los canales actuales. La naturaleza de los servicios da origen a necesidades especiales en su distribución, que se pueden dar de dos formas, a saber: a) que el servicio se aplique al demandante en el momento de producirse. Ej.: Una persona que demanda servicio de gimnasio; éste se utiliza en el mismo momento en que se produce y b) que el demandante reciba el servicio y lo utilice posteriormente según su necesidad. Ej.: Cuando una persona hace una reservación de hotel, el servicio es comprado y producido inmediatamente, pero será utilizado hasta que el usuario decida ocupar las instalaciones del hotel.

Los gimnasios y escuelas o clubes deportivos existentes en Barrancabermeja, utilizan un canal de distribución netamente directo, que de acuerdo a las formas de pago establecidas por estos sitios permiten consumir el servicio una vez se cancela, o cancelarlo y consumirlo después por medio de tiqueteras o mensualidades.

2.7.2 Ventajas y desventajas de los canales actuales.

Canales directos. Tiene como ventaja el conocimiento del producto y el contacto directo con el cliente; sin embargo, podría convertirse en un inconveniente en la medida en que se descuide el objeto principal del negocio por atender esta parte. Es decir, que el personal se preocupe mas por vender que por la calidad del servicio que se brinde al cliente.

Canales Indirectos. Su principal ventaja es la especialización y conocimiento de la tarea de vender, muy adecuado para empresas medianas o grandes con presencia en distintas ciudades. Su desventaja se presenta en el hecho de que al tener intermediarios genera aumento de costos del producto ante el consumidor

final, además de que podría distorsionarse la información original acerca de la clase de producto o servicio ofrecido.

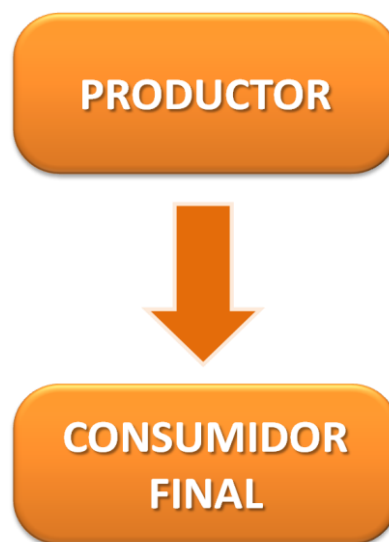
2.7.3 Selección de los canales de comercialización. Cada producto requiere de un manejo especial por parte del canal de distribución para que llegue en buenas condiciones al consumidor. Ejemplo: El pescado necesita llegar rápidamente al punto de venta por tanto se debe utilizar un canal rápido para que el producto no perezca en el proceso; cada empresa tendrá que identificar alternativas para llegar a sus mercados meta, que van desde la venta directa hasta el uso de canales con uno, dos, tres o más niveles de intermediarios. Para los productores de servicios hay dos formas recomendables de distribución, las dos directas, que son:

Productor – Consumidor. Por el carácter intangible de los servicios, con frecuencia se requiere de un contacto personal con el cliente que los requiere (abogados, médicos, maestro, transporte, estética, gimnasios, etc.).

Productor – Agente - Consumidor. Aunque en la mayoría de los casos de los servicios el contacto es directo, este puede tener excepciones en el evento que se contrate un asesor comercial que se encargue de realizar la transacción entre el fabricante de los servicios y los consumidores.

El gimnasio infantil para niños utilizara un canal directo, su desventaja podría disminuirse con una adecuada asignación de funciones, bien pudiera ser contratando a futuro un agente comercial y/o establecer el perfil del gerente y auxiliar administrativo hacia el área comercial.

Figura 14. Canal de distribución.



2.8 PRECIO

2.8.1 Análisis de precios. De acuerdo con la investigación de mercados, en promedio el precio de la oferta por servicios de gimnasio y clubes deportivos en la ciudad de Barrancabermeja es de \$35.000,00. Este valor no es referente suficiente para determinar el precio de venta del servicio, ni como modelo de costos para el gimnasio infantil, toda vez que el servicio difiera en aspectos relevantes como:

- a. La cámara de comercio de Barrancabermeja solo reporta la existencia de 6 gimnasios legalmente constituidos en la ciudad de Barrancabermeja.
- b. De estos 6 gimnasios ninguno presta servicios a niños.
- c. No cuentan con personal profesional competente para dirigir las actividades.
- d. El segmento de clientes atendidos es muy diferente al que se dirige este plan de negocios.

Los costos en los que incurren este tipo de gimnasios son diferentes y mínimos, en comparación con los que maneja un gimnasio especializado para niños, con servicios integrales.

Para el análisis de precios se toma como referente los de gimnasios infantiles ubicados en capitales de Colombia, donde oscilan entre \$150.000 y \$300.000. El gimnasio infantil ubicado en Bucaramanga tiene una tarifa mensual de \$120.000 por 10 clases al mes. Otros servicios para niños en Barrancabermeja y Bucaramanga tales como academias de baile y/o modelaje tienen una tarifa que oscila entre \$60.000 y \$90.000 mensuales por 1 sesión a la semana.

2.8.2 Estrategias de fijación de precios. La estrategia de fijación de precios que se utilizara estará basada en los datos de la encuesta realizada a la población objetivo y a su vez analizando el promedio que cobran los de más gimnasios y servicios para niños en Barrancabermeja y Bucaramanga. Se tendrá como referente además, el diseño de un servicio exclusivo y de calidad que brinde confianza a los padres de familia compradores del servicio.

2.9 PUBLICIDAD Y PROMOCION

2.9.1 Objetivos. Es fundamental tener claridad, que el objetivos que se pretende lograr con las campañas no es vender simplemente; la publicidad comunica, pero para vender debe pensar en el consumidor y su reacción frente a otros factores como las 4P (producto, precio, plaza, publicidad). Los objetivos de publicidad dependen del estado en el Ciclo de Vida del Producto, que para el caso que nos

ocupa es el de Introducción; por lo cual estará enfocada inicialmente a mostrar el producto y sus diferencias con las demás opciones del mercado.

2.9.2 Logotipo

- **Naranja:** El naranja combina la energía del rojo con la felicidad del amarillo, se le asocia a la alegría, el sol brillante y el trópico, representa el entusiasmo, la felicidad, la atracción, la creatividad, la determinación, el éxito, el ánimo y el estímulo. La visión del color naranja produce la sensación de mayor aporte de oxígeno al cerebro, produciendo un efecto vigorizante y de estimulación de la actividad mental; es un color que encaja muy bien con la gente joven, por lo que es muy recomendable para comunicar con ellos.
- **Niño:** Representa la figura no solo del usuario del servicio, sino del espíritu que debe caracterizar al personal que labora para este gimnasio, por cuanto deben estar en sintonía total con los niños.
- **Sello:** Es la marca que representa la exclusividad de la empresa para la atención de los más pequeños.

Figura 15. Logotipo



2.9.3 Lema. Small Gym`s ha adoptado como lema la frase “**Salud y diversión**” teniendo en cuenta que son estas dos actividades las que van a practicar en el gimnasio, además de que estas no deben estar separadas bajo ninguna circunstancia en lo que tiene que ver al entorno infantil.

El asociar el cuidado de la salud como un juego y no como un “deber” aumentara la receptividad de los niños hacia los programas, haciendo que estos sean más fáciles de asimilar.

2.9.4 Análisis de medios. Los medios masivos se suelen clasificar en función del canal o canales que emplean para crear y difundir sus contenidos. Cada uno de ellos determina la utilización de unos códigos y unas condiciones de decodificación que los publicitarios deben tener en cuenta. Así nos encontramos con:

- Medios gráficos: prensa diaria, revistas y dominicales
- Medios auditivos: radio.
- Medios audiovisuales: televisión y cine.
- Medio exterior.
- Medio on line: internet.

Por otra parte, cada medio y cada soporte masivos ofrecen al anunciante una serie de alternativas de espacio/ tiempo a las que llamamos formas publicitarias. El criterio fundamental que las diferencia es el de dimensión/ duración. Éstas son las principales:

- Prensa y revistas: anuncio, encarte, solapa, troquelado, corpóreo, muestras, anuncio por palabras, comunicado...
- Radio: cuña, espacio patrocinado y microprograma.
- Televisión: spot, publirreportaje, patrocinio televisivo, sobreimpresión.
- Cine: película.
- Exterior: vallas, marquesinas, medios de transporte, mobiliario urbano, cabinas...
- Internet: banner, e-mail, web site, intersticial, ciberspot, ventana emergente.

Las formas publicitarias representan maneras concretas de expresar el mensaje creativo. En este sentido la creatividad debe adaptarse no sólo a las condiciones de espacio/ tiempo contratadas, sino a las características que ofrece cada forma.

2.9.5 Selección de medios. Teniendo en cuenta la población a quien va dirigida la presente investigación, los medios que se consideran más adecuados para el producto son:

- El medio televisivo a nivel local y/o regional
- Vallas en sitios y eventos estratégicos como ferias escolares, competencias deportivas, etc.
- Publicidad en las páginas amarillas del directorio telefónico
- Publicidad en pelotas o aros anti stress que harán las veces de tarjetas de presentación entregadas a padres y/o jefes de hogar.

2.9.6 Estrategias Publicitarias. Es necesario utilizar los medios disponibles de modo tal que se logre una publicidad realmente efectiva que llegue directamente y en un lenguaje coherente, tanto a padres como niños. En ese orden de ideas, se aplicaran las siguientes estrategias publicitarias:

- Se utilizaran los medios televisivos para informar a los padres acerca de la existencia del gimnasio y se anunciaran además, una serie de demostraciones públicas que tendrán como finalidad crear expectativa en padres y niños además de, crear el efecto voz a voz en los mismos.
- Se realizara una jornada de “degustación” del servicio durante media hora, dirigida a hijos de periodistas y rectores de colegio locales, con el propósito de que recomienden el servicio con pleno conocimiento de este.
- Realizar un coctel de pre-lanzamiento, para presentar el proyecto a rectores de colegio, pediatras, periodistas y en general personalidades del municipio que tengan cierta influencia en la opinión de los padres y/o jefes de hogar.
- Asistir permanentemente a eventos donde se reúnan posibles clientes, desde eventos culturales hasta reuniones en instituciones educativas.
- Realizar convenios con los rectores y directores de instituciones educativas de modo que permitan fijar publicidad al interior de las mismas.
- Entrega de reportes periódicos de avances a los padres de niños ya inscritos, con el ánimo de asegurar su permanencia en el gimnasio.
- Crear un blog o cuenta en una red social como facebook dirigida a los niños, que les permita reforzar el sentido de pertenencia a un club o similar, que les da status y exclusividad.
- Diseñar una campaña de tipo Best Line, a nivel de spas y salas de belleza, con lo que se pretende llegar de manera efectiva y a bajo costo a las madres con capacidad adquisitiva suficiente.

2.9.7 Presupuesto de publicidad y promoción

2.9.7.1 De lanzamiento

Cuadro 21. Presupuesto de publicidad de lanzamiento

CONCEPTO	VALOR
Comercial de T.V. Un mes 4 veces al día	\$640.000,00
Demostraciones publicas	\$600.000,00
Coctel de lanzamiento	\$3.000.000,00
TOTAL	\$4.240.000,00

Fuente. Enlace 10 TV

2.9.7.2 De operación

Cuadro 22. Presupuesto de publicidad en operación

CONCEPTO	VALOR
Comercial de T.V. Un mes 4 veces al día	\$640.000,00
Demostraciones públicas 2 veces al mes	\$300.000,00
TOTAL	\$940.000,00

Fuente. Enlace 10 TV

2.10 CONCLUSIONES Y POSIBILIDADES DEL PROYECTO

Conforme a los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a la población con capacidad de compra para esta clase de servicios, es posible determinar que existe un nivel de conciencia bastante elevado, en relación a la importancia de las actividades físicas para el cuidado del cuerpo. Así mismo el 71,4% de esta población tiene hijos con edades entre 0 y 14 años, lo que los hace susceptibles de ser usuarios del gimnasio infantil, dada la aceptación manifiesta para este servicios, a pesar de que solo el 43% de estos, manifiestan que sus hijos practican alguna clase de actividad deportiva.

Es de resaltar que del 57% que informo no practicar actividades deportivas, ninguna persona adujo razones apáticas al servicio, solo causas atribuibles a la falta de tiempo, a la falta de un lugar adecuado que les genere confianza para dejar a los niños o a la corta edad de los mismos. Esta aclaración es importante, porque deja claro que esta porción de la población sigue siendo susceptible de ser usuaria del servicio ofertado.

El 100% de la población que tiene en sus hogares menores entre 0 y 14 años, manifestaron estar en disposición de contratar el servicio de gimnasio infantil para sus hijos, además de comprometerse con la asistencia de sus hijos en la frecuencia y hora establecidos por las directivas del mismo.

Con relación al precio se encuentra que el 46% de la población encuestada estaría en disposición de invertir en este gimnasio entre 50 y 100 mil pesos, el 14,7% entre 101 y 150 mil y el 39,3% restante más de 150 mil. Esto permite concluir que existe cierto nivel de aceptación y comprensión del público en cuanto a su costo elevado. Cabe mencionar, que este mayor precio, es debido en gran parte, a la calidad superior del producto, manteniendo coherencia entre la relación calidad y precio.

La comercialización del servicio es realizada por el canal directo que permita darlo a conocer a lo largo de toda la ciudad, y la región, logrando así que las demostraciones públicas cuenten con afluencia de público, y permita generar en los niños el efecto voz a voz, el cual es muy efectivo en las edades que maneja

el proyecto, esto les permitirá a los niños crear identidad del gimnasio como quien pertenece a un club y quiere llevar a él a sus amigos y familiares. Las estrategias de publicidad son adecuadas y permiten que la información llegue directamente al público interesado, además de ofrecer una forma novedosa del servicio postventa a través de la entrega de reportes de avances a los jefes de hogar.

En el estudio de la oferta se observó que no existe competencia directa, este gimnasio infantil será el primero que brinde a los niños exclusividad y que además contará con un selecto grupo de profesionales especializados.

Teniendo en consideración la información anteriormente expuesta, se concluye que el proyecto es viable.

3. ESTUDIO TÉCNICO

3.1 TAMAÑO DEL PROYECTO

3.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. En el tamaño se define la capacidad de prestación de cada uno de los servicios individual o conjuntamente en un mes, el cual debe estar condicionado al comportamiento de la demanda y su capacidad de atenderla, de acuerdo a los recursos disponibles²⁹.

El tamaño de Small Gym`s se determinó por los resultados del estudio de mercado, y se tiene como punto de partida la diferencia existente entre la proyección de la oferta y la demanda que se encuentra en el orden del 65% para la población objeto de estudio del presente proyecto.

3.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto.

3.1.2.1 Mercado. Este factor es uno de los que mayor relevancia tiene, ya que de acuerdo, a los resultados del estudio de mercados, existe una demanda del servicio bastante atractiva, que están dispuestos a contratar los servicios de un gimnasio para niños, en el caso de que se creara. Así mismo, aunque el 57% de la población objetivo manifiesta no practicar actividades deportivas, si dejan claro que no es por aversión o desinterés hacia el tema, sino por falta de tiempo o la misma inexistencia de un centro especializado, lo cual los determina como un segmento del mercado objetivo susceptible de ser clientes del gimnasio para niños.

Se resalta también el hecho de que la ciudad no cuenta con un servicio similar, lo cual llama la atención del público que si practican actividades deportivas, que conforman el 43% de la población que manifestó tener hijos entre 0 y 14 años, dentro del estudio de mercados.

A partir de la información recopilada en el estudio de mercados, se determino que la demanda potencialmente insatisfecha equivale al 65% del mercado, es decir 1.568 niños entre los 0 y 14 años de edad; de esta demanda Small Gym`s entraría a cubrir en un 25%, durante los primeros 5 años de vida es decir el equivalente a 392 niños.

3.1.2.2 Capacidad financiera. Si se tiene en cuenta que por su tamaño, este es un proyecto relativamente grande, con las limitaciones de querer iniciar desde base cero con aspiraciones al crecimiento gradual, se puede concluir que se necesita una gran cantidad de dinero, que podría convertirse en una restricción

²⁹ SAPAG, Reinaldo. Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos. Bogotá. Mc Graw Hill. 1985. p. 125

importante para la ejecución del proyecto, sin embargo existen diversas opciones que promueven el financiamiento para la creación de empresas; Además de la banca privada, se cuenta con otras opciones como:

a. EL FONDO EMPRENDER: Es un Fondo creado por el Gobierno Nacional para financiar proyectos empresariales provenientes de Aprendices, Practicantes Universitarios (que se encuentren en el último año de la carrera profesional) o Profesionales que no superen dos años de haber recibido su PRIMER título profesional.

REQUISITOS: Verificar que cumplen las condiciones para ser beneficiarios del Fondo Emprender y Presentar la iniciativa empresarial ante el Centro de Formación Profesional del SENA o Institución de Educación aprobada por el Estado y solicitar la asesoría técnica para la formulación de su plan de negocio.

PATROCINA: El presupuesto del Fondo Emprender estará conformado por el 80% de la monetización de la cuota de aprendizaje, incluidos los ingresos por intereses por mora, multas por mora en monetización y las multas por no contratación de aprendices; así como por los aportes del presupuesto general de la nación, recursos financieros de organismos de cooperación nacional e internacional, recursos financieros de la banca multilateral, recursos financieros de Organismos internacionales, recursos financieros de fondos de pensiones y cesantías, recursos de fondos de inversión públicos y privados, donaciones y rendimientos financieros generados por los recursos del fondo.

b. VENTURES nació en el año 2000 como una iniciativa para estimular la creación de empresas competitivas en Colombia. con 725 resúmenes ejecutivos evaluados, una cifra que supera los resultados de países como Alemania, España y Argentina, donde existen estos concursos desde hace varios años.

REQUISITOS: Pueden participar colombianos y extranjeros residentes en Colombia de todas las edades con proyectos o simplemente ideas en cualquier sector de la economía que tenga un fuerte impacto para generación de empleo y riqueza en Colombia. Se hará una excepción para aquellos colombianos que residen en el extranjero, que tienen un proyecto para ser implementado en Colombia.

PATROCINA: Revista Dinero y McKinsey & Company se dieron a la tarea de crear un concurso de planes de negocio con el fin de atraer y premiar a los mejores emprendedores del país. Los primeros resultados, en el 2000 llevaron a batir un récord mundial en la categoría de planes de negocio.

c. DESTAPA FUTURO FUNDACION BAVARIA: Este programa entrega capital semilla para la creación de nuevos negocios y empleos a lo largo del país y

está dirigido especialmente a la población desempleada y desplazada, creación de empleo e inversión en comunidades aledañas a todas las cervecerías.

REQUISITOS: Adultos, estudios mínimo tercero de bachillerato, Pasado judicial vigente, no estar actualmente empleado.

PATROCINA: Bavaria canalizará sus contribuciones de responsabilidad social a través de su fundación y concentrará sus esfuerzos en dos áreas: Creación de empleo e inversión.

d. FUNDESMAG: El proyecto apoya programas para fortalecer negocios en plazas de mercado, tiendas de barrio y comercio en general, así como negocios en producción y servicios, producción agrícola y pecuaria, comercio de insumos, de bienes transformados y de bienes de capital, entre otros.

REQUISITOS: Para acceder a los créditos varían de acuerdo con el monto. En ese sentido para la cuantía mínima sólo se requiere diligenciar el formulario de crédito y presentar la cédula de ciudadanía, otras cuantías exigen presentar adicionalmente un codeudor y referencias comerciales y bancarias. Para el monto más alto es necesario presentar el certificado de la Cámara de Comercio, certificado de ingresos y retención en la fuente, si se trata de un agente retenedor.

PATROCINA: Socio Fundador ECOPETROL.

Adicionalmente a las opciones aquí registradas, en la página www.fondoemprender.com, se puede descargar la guía “financiamiento para mi pymes, en donde se dan cuenta gran cantidad de opciones de financiamientos para este tipo de iniciativas empresariales.

3.1.2.3 Disponibilidad de talento humano. El factor humano es quizás el factor más neurálgico a conseguir, dado que se requiere personal, que no solamente tenga conocimiento teóricos en el área deportiva y de la salud, sino que además tenga la pedagogía, don de gentes, habilidades y destrezas para el trato y manejo de niños. Este aspecto, será reforzado a nivel interno, a través de conferencias y capacitación constante.

3.1.2.4 Aspectos institucionales. Define las normas y reglamentaciones vigentes para la correcta operación de una empresa como Small Gym`s. Pudieran llegar a presentarse inconvenientes, en la medida en que su incumplan requisitos establecidos en el código de comercio y/o el estatuto tributario, sin embargo, esta situación se mantendrá controlada al encargar la dirección de la empresa a una persona con formación en todas estas áreas. Se ha determinado además, incluir una póliza de seguros contra accidentes, para prever cualquier circunstancia adversa dentro del gimnasio, al momento de prestar el servicio.

3.1.2.5 Capacidad administrativa. Define la forma en que se deberán organizar las diferentes actividades con todas las garantías para los usuarios de este servicio; esto conllevará a que la empresa logre un posicionamiento a través del tiempo y así capturar nuevos clientes a nivel regional, nacional, y en largo plazo internacional. Así mismo, cuando sea necesario, la empresa ofrece impartir seminarios de capacitación técnica y administrativa, con la finalidad de incrementar la preparación del personal.

3.1.2.6 Análisis de la competencia. Dentro del desarrollo organizacional, la empresa Small Gym`s deberá estar a la vanguardia de las últimas innovaciones en la práctica de actividades físicas, lúdicas, culturales y deportiva, analizando su competencia directa e indirecta, con el ánimo de mantener el interés y entusiasmo tanto de padres como de niños usuarios. Estos deberán tener en todo momento la sensación de tener un producto exclusivo, que innova cada día para su comodidad y satisfacción.

3.1.2.7 Suministro e insumos. Los insumos requeridos para el funcionamiento de Small Gym`s son de fácil consecución a nivel local y a nivel nacional, a precios asequibles, dado que Barrancabermeja cuenta con diversas tiendas de deporte en las cuales, en su totalidad es posible adquirir estos insumos y materiales.

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

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

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

3.1.2.10 Problemas de transporte. Barrancabermeja, cuenta con 19 rutas de transporte público colectivo municipal, atendido por 2 empresas, las cuales tienen una frecuencia promedio de 5 minutos. Adicionalmente existen 7 empresas de servicio público particular representativas. Igualmente existen empresas de transporte especial y/o escolar, con las cuales podría contratarse el servicio de transportes para los padres que así lo requieran.

En lo que tiene que ver con el transporte de materiales e insumos, estos son transportados sin problema alguno por los mismos proveedores de la ciudad.

3.1.3 Capacidad del proyecto. La capacidad del proyecto está definida por la capacidad diseñada, instalada y utilizada. A su vez éstas dependen básicamente de los equipos disponibles, la mano de obra, la planta física y el tiempo requerido por cada sesión. La demanda potencialmente insatisfecha se proyectó en el cuadro 20 (relación entre demanda y oferta), información concluyente para determinar las mencionadas capacidades.

3.1.3.1 Capacidad total diseñada. Para calcular la capacidad total del gimnasio, se deben tener en cuenta los diferentes servicios que ofrecen el establecimiento, sus horarios, el número de participantes por clase o sesión, así:

Servicios ofrecidos.

Los usuarios del gimnasio serán divididos en tres categorías, según su edad así:

- A. 0-5 años
- B. 6-10 años
- C. 11-14 años

Para la categoría A (0-5 años), se usara un salón exclusivo, que estará equipado con colchonetas, balones y obstáculos de espuma. Este salón tendrá una capacidad máxima de 10 niños por sesión, y cada niño deberá contar con un acompañante, las clases se programaran conforme a las edades y necesidades de cada niño.

Figura 16. Sesión categoría A



La categoría B, tendrá un salón en donde podrán acceder a clases de baile, yoga, rumba, Pilates y/o ejercicios dirigidos. El equipamiento de este salón es básicamente de aros, pelotas, conos, colchonetas y afines, su capacidad máxima es de 10 niños por cada sesión.

Figura 17. Sesión categoría B



Para atender a los usuarios de la categoría C, se dispondrá de un salón de “equipos”, con capacidad máxima de 10 usuarios. Esta categoría usara de forma alterna el salón de bailes y salón de equipos.

Figura 18. Sesión categoría C



Jornada laboral y mano de obra. Esta comprendida por 8 horas diarias, de lunes a sábado, en dos jornadas 9 a.m. a 1 p.m. y de 3 p.m. a 7 p.m.; cada salón contara con un instructor y cada usuario tendrá la posibilidad de asistir a 3 clases por semana (1 por día), lo cual duplica la cantidad de usuarios que se podrían atender al mes, teniendo en cuenta, que quedarían disponibles 3 días de la semana, para un usuario diferente.

La capacidad total diseñada se determinaría así:

$$10 \times 8 \times 3 \times 2 = 480$$

En donde:

10: número de niños máximo por clase

8: número de horas laboradas en el día

3: numero de sesiones a las que asiste cada usuario por semana

2: numero de cupos disponibles a la semana. (Si un usuario asiste 3 días por semana, los 3 días restantes pueden ser usados por otro usuario).

Cuadro 23. Capacidad diseñada.

HORARIO	JORNAD	CATEGORIA A (0 - 5 AÑOS)						CATEGORIA B (6 A 10 AÑOS)						CATEGORIA C (11 A 14 AÑOS)						TOTAL
		GRUPO A			GRUPO B			GRUPO A			GRUPO B			GRUPO A			GRUPO B			
		LUN	MIER	VIER	MAR	JUEV	SAB	LUN	MIER	VIER	MAR	JUEV	SAB	LUN	MIER	VIER	MAR	JUEV	SAB	
9 A 10	MAÑANA	10			10			10			10			10			10			60
10 A 11		10			10			10			10			10			10			60
11 A 12		10			10			10			10			10			10			60
12 A 1		10			10			10			10			10			10			60
3 A 4	TARDE	10			10			10			10			10			10			60
4 A 5		10			10			10			10			10			10			60
5 A 6		10			10			10			10			10			10			60
6 A 7		10			10			10			10			10			10			60
CAPACIDAD TOTAL DISEÑADA																		480		

Fuente. Autoras del proyecto

De acuerdo a los datos registrados en el cuadro 20, la capacidad total diseñada, teniendo en cuenta las categorías en las que se divide el servicio, corresponde a 480 usuarios, distribuidos en dos grupos y 8 sesiones por día, las cuales tendrán una duración de 45 minutos cada una.

3.1.3.2 Capacidad instalada. Se establecerá para la capacidad instalada el 80% de la capacidad total diseñada.

Cuadro 24. Capacidad instalada.

HORARIO	JORNAD	CATEGORIA A (0 - 5 AÑOS)						CATEGORIA B (6 A 10 AÑOS)						CATEGORIA C (11 A 14 AÑOS)						TOTAL
		GRUPO A			GRUPO B			GRUPO A			GRUPO B			GRUPO A			GRUPO B			
		LUN	MIER	VIER	MAR	JUEV	SAB	LUN	MIER	VIER	MAR	JUEV	SAB	LUN	MIER	VIER	MAR	JUEV	SAB	
9 A 10	MAÑANA	8			8			8			8			8			8			48
10 A 11		8			8			8			8			8			8			48
11 A 12		8			8			8			8			8			8			48
12 A 1		8			8			8			8			8			8			48
3 A 4	TARDE	8			8			8			8			8			8			48
4 A 5		8			8			8			8			8			8			48
5 A 6		8			8			8			8			8			8			48
6 A 7		8			8			8			8			8			8			48
CAPACIDAD TOTAL INSTALADA																	384			

Fuente. Autoras del proyecto

3.1.3.3 Capacidad utilizada y proyectada. Small Gym`s calcula que el flujo de usuarios, durante el primer año de vida del proyecto será del 40% de la capacidad total diseñada, por cuanto se empieza con la campaña de penetración en el mercado y es necesario hacer conciencia dentro de los usuarios y clientes, de la necesidad de este servicio. Para los años subsiguientes, se calcula un incremento en número de clientes del 13% anual, hasta alcanzar el 92% de la capacidad total diseñada, en el quinto año de vida del proyecto. Esta proyección, puede apreciarse, en detalle, en la tabla 2 capacidad proyectada año 1 a 5.

Cuadro 25. Capacidad utilizada y proyectada.

HORARIO	JORNAD	CATEGORIA A (0 - 5 AÑOS)						CATEGORIA B (6 A 10 AÑOS)						CATEGORIA C (11 A 14 AÑOS)						TOTAL
		GRUPO A			GRUPO B			GRUPO A			GRUPO B			GRUPO A			GRUPO B			
		LUN	MIER	VIER	MAR	JUEV	SAB	LUN	MIER	VIER	MAR	JUEV	SAB	LUN	MIER	VIER	MAR	JUEV	SAB	
9 A 10	MAÑANA	4			4			4			4			4			4			24
10 A 11		4			4			4			4			4			4			24
11 A 12		4			4			4			4			4			4			24
12 A 1		4			4			4			4			4			4			24
3 A 4	TARDE	4			4			4			4			4			4			24
4 A 5		4			4			4			4			4			4			24
5 A 6		4			4			4			4			4			4			24
6 A 7		4			4			4			4			4			4			24
CAPACIDAD TOTAL INSTALADA																	192			

Fuente. Autoras del proyecto

Tabla 2. Capacidad proyectada año 1 – 5

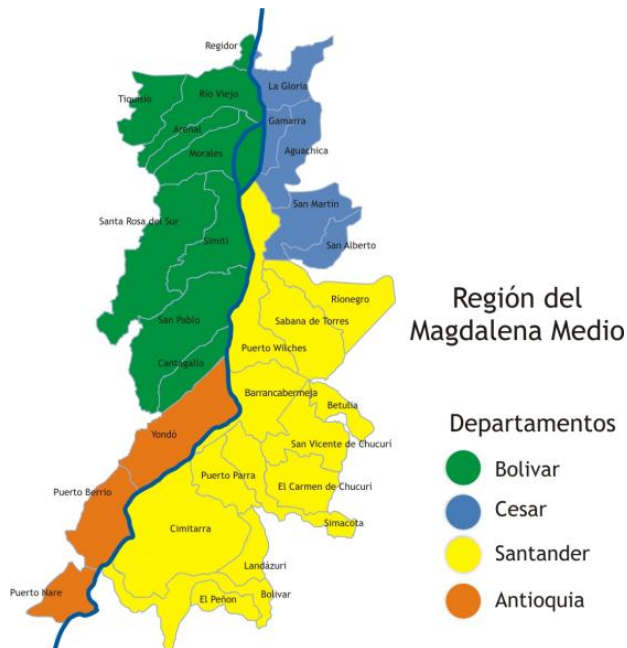
AÑO	META NO. CLIENTES	TECNICOS EN DEPORTES REQUERIDOS
1	192	1
2	228	2
3	271	2
4	323	2
5	384	3

Fuente. Autoras del proyecto

3.2 LOCALIZACION

3.2.1 Macro localización. La empresa tendrá un radio de acción que comprende las poblaciones ubicadas en la región del Magdalena Medio y su área de influencia, correspondientes a los departamentos de Bolívar, Santander (incluyendo su capital Bucaramanga), y Antioquia.

Figura 19. Macro localización



3.2.2 Micro localización. Se utilizara el método cuantitativo por puntos teniendo en cuenta los factores relevantes para seleccionar la mejor ubicación posible, a saber:

- **Tamaño de la planta.** Hace referencia al tamaño de las casas y construcciones observadas en el sector, dando mayor puntaje según el área en m² de las mismas.
- **Cercanía al sector comercial.** Se toma en cuenta la cercanía al sector comercial de la ciudad, por la afluencia de público que pueden saber de la existencia del gimnasio, en los recorridos de su quehacer diario.
- **Costo de la vida.** Tiene que ver con el costo de los arrendamientos y los servicios públicos.
- **Factores sociales.** Representa el aspecto de seguridad y nivel de vida de las personas del sector, las cuales además son clientes potenciales.

Cuadro 26. Micro localización.

FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	SECTOR A (QUINTAS DEL PARQUE)		SECTOR B (LA LIBERTAD)		SECTOR C (RECREO - INSCREDIAL)	
		calificación	calificación ponderada	calificación	calificación ponderada	calificación	calificación ponderada
Transporte	0,05	5	0,25	8	0,4	10	0,5
tamaño de la planta física	0,4	9	3,6	10	4	10	4
Cercanía sector comercial	0,2	10	2	5	1	10	2
Costo de la vida	0,2	5	1	8	1,6	5	1
Factores sociales	0,15	7	1,05	8	1,2	9	1,35
TOTALES	1	36	7,9	39	8,2	44	8,85

Fuente. Autoras del proyecto

Tomando como referencia las calificaciones ponderadas obtenidas, encontramos que el sector más apropiado para la ubicación del gimnasio infantil es el C, que corresponde a los barrios Recreo e Inscredial; esta selección cumple a satisfacción con lo manifestado por los jefes de hogar en la pregunta número 8 de la encuesta aplicada en el estudio de mercados.

3.3 INGENIERIA DEL PROYECTO

3.3.1 Ficha técnica del producto

Cuadro 27. Ficha técnica del producto.

Producto principal	Small Gym`s brindara servicio de actividades físicas, utilizando métodos de ejercicios mediante gimnasia aeróbica, Pilates, balones, bandas elásticas y danzas proporcionada por profesionales en el área del deporte.
Diseño	Sobre las instalaciones existentes se adecuara la zona de prestación del servicio de gimnasio, y el área administrativa. El área deportiva será destina para para dictar clases dirigidas de actividades físicas tales como Pilates, aeróbicos, rumba, yoga, por categorías acorde a la edad de los niños.
Especificaciones técnicas	El servicio será prestado por personal competente en educación física y manejo de niños. Los grupos contarán con máximo 10 integrantes, dándole a la clase un toque personalizado, toda vez que los instructores deberán ejecutar con los participantes los programas diseñados de acuerdo a las valoraciones dadas por los profesionales médicos al momento de la inscripción en Small Gym`s.
Vida útil	5 años

Fuente. Autoras del proyecto

3.3.2 Descripción técnica del proceso. El gimnasio objeto del presente estudio, tiene como objetivo principal, la prestación de servicios de acondicionamiento físico para niños entre 0 y 14 años, que ayuden al fortalecimiento de un sano proceso de crecimiento y desarrollo, que a su vez sirva como prevención para enfermedades ocasionadas por el sedentarismo, estrés y/o desordenes alimenticios, tales como la obesidad, la anorexia y la bulimia entre otras. En concordancia con este objetivo, se deberán seguir los siguientes pasos a nivel general, en las tres categorías:

a. Ingreso. Anterior a la matricula, se le programa un examen de ingreso para el usuario por parte del médico del gimnasio, quien ordenara los exámenes de laboratorio pertinentes (cuadro he mático, glicemia y colesterol) para determinar el estado de salud del menor, y posibles incapacidades o restricciones para las prácticas deportivas. Estos exámenes pueden ser realizados a través de la EPS del usuario o a nivel particular; en todo caso estos representan un costo adicional que deberá ser asumido por el cliente.

b. Matricula. Una vez revisados y aprobados los resultados de los exámenes de laboratorio, por parte del médico se procede a llenar la ficha de matrícula en donde se llevara un control del crecimiento y desarrollo de cada niño.

c. Plan de trabajo. Luego de la matricula, se hace entrega al profesional en nutrición el plan a seguir por cada niño conforme a las recomendaciones

consignadas por el médico en la ficha de ingreso; se acuerda con los tutores del menor los horarios en que este asistirá al gimnasio y se le programan las respectivas clases, en un grupo acorde a su edad. El profesional en cultura física y deporte, prepara las clases conforme a estas mismas indicaciones.

d. Ejecución del servicio. Un profesional en cultura física y deporte, ejecuta las clases bajo los parámetros establecidos en el punto c. Entrega a la dirección las observaciones que considere pertinentes en cuanto al desempeño del menor, para ser registrados en su historia particular.

e. Revisión. Mensualmente el profesional en Nutrición revisa el comportamiento del menor y el buen desempeño del proceso de crecimiento y desarrollo y consigna las observaciones que considere pertinentes. Si algún menor presenta inconsistencias en su desarrollo, será remitido con el profesional médico para evaluación. En todo caso, los menores usuarios del servicio del gimnasio para niños, tendrán revisión con el profesional médico, como mínimo cada 2 meses.

f. Entrega de reportes. La dirección del gimnasio elaborara mensualmente informes para entregar a los padres, donde se puedan apreciar los progresos alcanzados por sus menores a cargo, durante el desarrollo a cabalidad del programa.

A nivel interno, cada categoría realizara las siguientes actividades:

Categoría A. (0 – 5 años)

Objetivo: Dar al niño los conocimientos, ayuda y experiencia necesarios para que logre lo mejor de su capacidad en el control del lenguaje, de los movimientos de su cuerpo, finos y gruesos, en su relación con el medio que lo rodea y en su conducta de exploración y manipulación.

Tiempo: 45 minutos.

Recursos: Gimnasios, colchonetas, texturas, pelotas, piscinas de pelotas, espejos, cojines, juguetes de todo tipo, minicomponente, Cds de música.

Personal: Profesional del deporte o fisioterapeuta.

0 – 4 meses

- Poner boca abajo al bebé para que ejercite su cuello.
- Acostar al niño y jugar con él a dar palmaditas con sus manos.
- Hablar con él imitando sus sonidos

- Mover una sonaja cerca de él.
- Utilizar colores en blanco y negro
- enseñar a voltearse

5- 9 meses

- Sentar al bebé apoyado por cojines y darle objetos de colores llamativos.
- Darle objetos de diferentes colores y formas para que juegue.
- Acostar al niño boca arriba y tomarle las manos para que se apoye; moverle las manos y pies hacia delante y atrás.
- cambio de gateo por bipedestación
- Ponerlo frente al espejo para que conozca su imagen.
- Hacer que imite sonidos y sílabas y llamarlo por su nombre.

9 a 12 meses

- Darle objetos para ejercitar su presión con 2 dedos o estimular la pinza
- Jugar con él a enviar y recibir una pelota rodándola.
- Ayudarlo a caminar alrededor de una cama o corral.
- Permitir que explore la cara de las personas y nombrarle sus partes (nariz, boca, etc.).
- Dejar que el niño empiece a tomar en taza y comer solo.
- Hacer juegos con cantos y movimientos corporales.
- Hablar con él y pronuncie con claridad las palabras.
- Esconder objetos llamativos para que los encuentre.
- Colocar objetos llamativos en diferentes alturas para que el niño trate de alcanzarlos y se incorpore.

1 a 2 años

- Animarlo y ayudarlo para darle seguridad y pierda el miedo en sus primeros pasos.
- Darle juguetes y darle un recipiente para que los meta y los saque.
- Darle hojas de papel y lápiz para que haga garabatos.
- Mostrar una revista para que de vuelta a las hojas.
- Repetir sílabas, MA, MA, PA, PA y sonidos animales.
- Darle órdenes de ven acá, siéntate, dame pan, etc.
- Dejarlo que coma solo, y animarlo a lavarse las manos haciendo movimientos circulares.
- Jugar con él a patear la pelota.
- Enseñarle y nombrarle objetos conocidos.
- Bañarlo y nombrarle las partes del cuerpo que va limpiando.
- Jugar con él a contar los escalones que sube y baja.

- Actividades de imitación al líder.

2 a 3 años

- Ayudarlo y animarlo a subir escalones.
- Sujetarlo de las manos y ayudarlo a brincar desde alturas pequeñas.
- Darle cubos para que intente hacer torres con más de 7 cubos y jugar al tren.
- Enseñarle y nombrarle objetos conocidos y familiares para ampliar su vocabulario; permitir que el niño maneje su vocabulario, pero enseñar al padre a repetirlo correctamente.
- Permitirle comer solo y jugar a que él da de comer.

3 a 5 años

- Ponerlo a copiar dibujos o trazos que contengan círculos y líneas.
- Enseñarlo a hacer bolitas con papel, masa o plastilina y darle revistas viejas para que pueda rasgarlas.
- Jugar a las carreras y otros juegos infantiles de ronda.
- Leerle cuentos infantiles con muchas ilustraciones.
- Decirle el color de los objetos y hacer que los repita.
- Responder siempre a las preguntas que el niño haga.
- Permítale subir a columpios, sube y baja, etc.
- Enseñarle cuál es su mano derecha y cuál su izquierda.
- Jugar con él a carreras y saltos con un pié.
- Permitir que el niño utilice su vocabulario y fomentarle la buena pronunciación de las palabras.

Nota. En esta categoría, (hasta los 3 años) es indispensable el acompañamiento de uno de los padres, ya que es en esta edad, donde se crean los lazos más fuertes y se afianza la relación padre – hijo.

Categoría B. (6 – 10 años)

Objetivo: En esta etapa los niños ejecutarán fundamentos técnicos de gimnasia aeróbica, danza, y ejercicios de expresión corporal. La fuerza y la flexibilidad son capacidades físicas muy importantes dentro de esta actividad y serán estimuladas por medio de dinámicas que llamen la atención de los niños (juegos, competencias, o aventuras). Se utilizan técnicas como Pilates y danza.

Tiempo: 45 minutos.

Recursos: Salón de baile, colchonetas, pelotas, lazos, bandas y conos.

Personal: Profesional del deporte o fisioterapeuta.

Método Pilates: El Método Pilates es un entrenamiento físico basado en seis principios básicos: concentración, control, centralización, fluidez de movimiento, precisión y respiración ; un sistema de ejercicios centrado en mejorar la flexibilidad y fuerza para todo el cuerpo sin incrementar su volumen; utiliza una serie de movimientos controlados atractivos tanto para la mente como para el cuerpo.

Tanto el sedentarismo como la realización de ejercicio físico de forma regular, puede producir desequilibrios musculares en los niños, con la técnica Pilates se ayudara a aumentar la fortaleza frenando los desequilibrios musculares entre otros beneficios. Constituye una forma equilibrada y natural de expresarse con el cuerpo, invita a mantener posturas correctas, fortalece y alarga los músculos, estimula cuerpo y mente, trabaja la coordinación.

Es una actividad útil tanto para prevención como para corrección.

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

Además de ser una buena opción para reducir el estrés y superar la timidez, el baile estimula la circulación sanguínea y mejora la flexibilidad y la resistencia; el baile contribuye a ejercitar la coordinación y agilidad de movimientos, así como el equilibrio. Además, favorece la tonificación de la piel y aumenta el drenaje de líquidos y toxinas.

Categoría C. (10 – 14 años)

Objetivo: En esta etapa los niños ejecutarán fundamentos técnicos de gimnasia aeróbica, danza, y ejercicios de expresión corporal. La fuerza y la flexibilidad son capacidades físicas muy importantes dentro de esta actividad y serán estimuladas por medio de dinámicas que llamen la atención de los niños (juegos, competencias, o aventuras). Se utilizan técnicas como Pilates y danza.

Tiempo: 45 minutos.

Recursos: Salón de maquinas y salón de baile. Elíptica, Caminador, Remo, Canguro

Personal: Profesional del deporte o fisioterapeuta.

El aumento de actividad física se ha asociado con una mayor expectativa de vida y un menor riesgo de desarrollar una enfermedad cardiovascular. La actividad física

produce beneficios generales físicos, psicológicos y sociales. Los niños inactivos tienden a convertirse en adultos inactivos, la actividad física ayuda a:

- controlar el peso
- reducir la presión arterial
- elevar el nivel de colesterol HDL ("bueno")
- reducir el riesgo de desarrollar diabetes y algunos tipos de cáncer
- mejorar el bienestar psicológico, lo que incluye aumentar la confianza en uno mismo y elevar la autoestima

Las clases se harán mediante circuitos que impliquen el uso de varios equipos, que ejerciten varias partes del cuerpo.

Es importante anotar, que la actividad física será complementada con charlas hacia los padres y talleres especiales para los niños, dictadas por un profesional en psicología.

3.3.3 Diagrama de operación, proceso y procedimiento

Figura 20. Diagrama de flujo del servicio

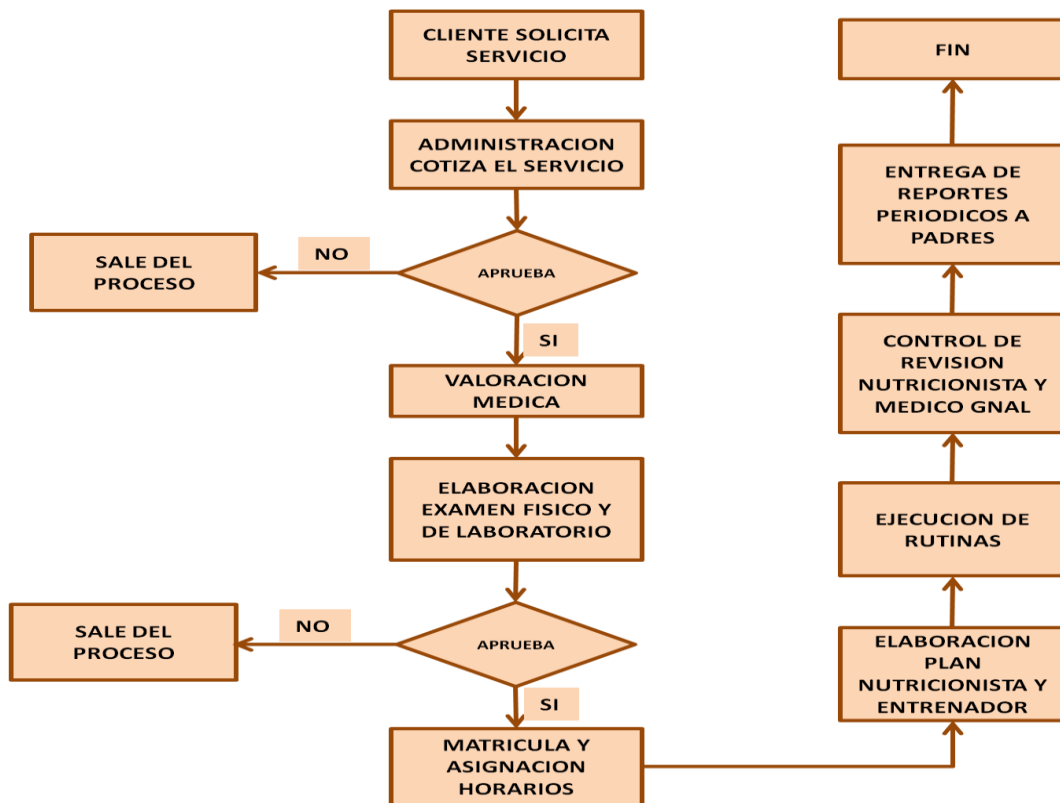
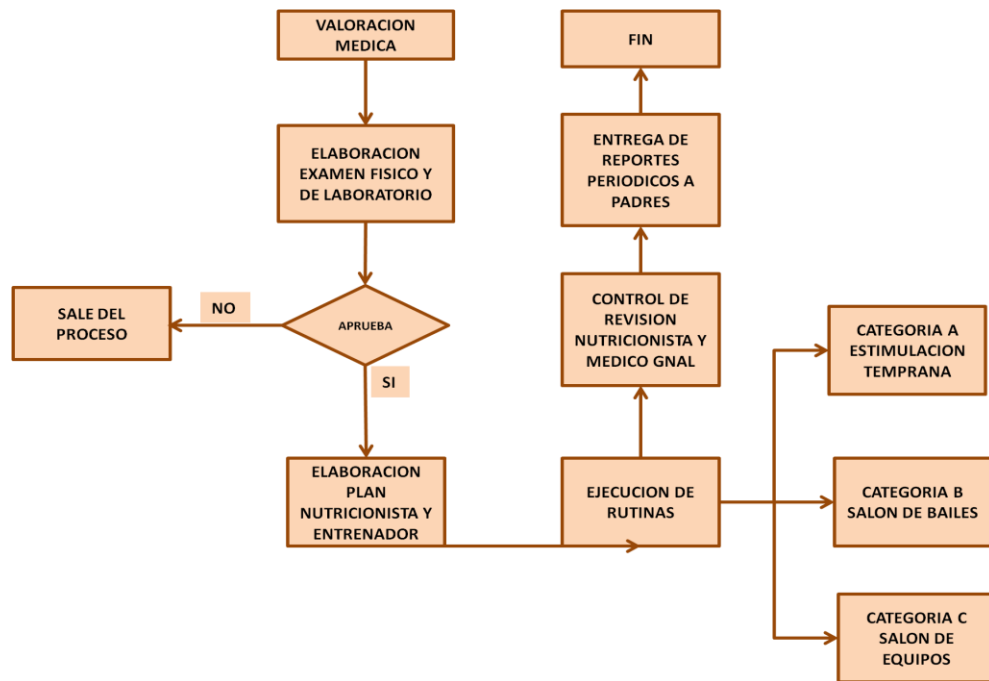


Figura 21. Diagrama de operaciones del servicio



3.3.4 Control de calidad. El control de calidad del gimnasio se hará con base en la norma de calidad ISO 9001:2008, la cual se ajusta perfectamente al proyecto dados su principio de enfoque al cliente, ya que este servicio maneja una clase de clientes que por su condición de niños, adquieren una connotación de especial cuidado, dadas las implicaciones éticas, morales y legales que conlleva el trabajo con niños.

Esta norma fundamenta su buen desempeño en la gestión por procesos, la comunicación entre los mismos y la comunicación con el cliente; el uso adecuado de esta herramienta aumenta las probabilidades de tener éxito mediante la prestación de un servicio con altos estándares de eficacia y eficiencia.

La medición de la calidad de servicio puede hacerse con instrumentos varios como: encuestas de satisfacción al cliente, evaluaciones de desempeño a los trabajadores, observación directa, buzón de sugerencias, buzón de quejas, etc.

Este sistema de Gestión de calidad deberá diseñarse conforme a los siguientes parámetros:

- a) Identificar los procesos necesarios para el sistema de gestión de la calidad y su aplicación a través de la organización,
- b) Determinar la secuencia e interacción de estos Procesos,

- c) Determinar los criterios y métodos necesarios para asegurarse de que tanto la operación como el control de estos procesos sean eficaces,
- d) Asegurarse de la disponibilidad de recursos e información necesarios para apoyar la operación y el seguimiento de estos procesos,
- e) Realizar el seguimiento, la medición y el análisis de estos procesos, e
- f) Implementar las acciones necesarias para alcanzar los resultados planificados y la mejora continua de estos procesos.

En los casos en que la organización opte por contratar externamente cualquier proceso que afecte la conformidad del servicio con los requisitos, la organización debe asegurarse de controlar tales procesos. El control sobre dichos procesos contratados externamente debe estar identificado dentro del sistema de gestión de la calidad.³⁰

Así mismo, deberá tener en cuenta específicamente, los siguientes aspectos:

Enfoque al cliente. La alta dirección debe asegurarse de que los requisitos del cliente se determinen y se cumplen con el propósito de aumentar la satisfacción del mismo.

Recursos humanos. El personal que realice trabajos que afecten a la calidad del servicio debe ser competente con base en la educación, formación, habilidades y experiencia apropiadas.

La organización debe:

- a) Determinar la competencia necesaria para el personal que realiza trabajos que afectan a la calidad del servicio.
- b) Proporcionar formación o tomar otras acciones para satisfacer dichas necesidades.
- c) Evaluar la eficacia de las acciones tomadas.
- d) Asegurarse de que su personal es consciente de la pertinencia e importancia de sus actividades y de cómo contribuyen al logro de los objetivos de la calidad.
- e) Mantener los registros apropiados de la educación, formación, habilidades y experiencia.

³⁰ NTC ISO 9001:2008

Ambiente de trabajo. La organización debe determinar y gestionar el ambiente de trabajo necesario para lograr la conformidad con los requisitos del servicio prestado.

Procesos relacionados con el cliente. La organización debe determinar:

- a) Los requisitos especificados por el cliente, incluyendo los requisitos para las actividades de entrega y las posteriores a la misma.
- b) Los requisitos no establecidos por el cliente pero necesarios para el uso especificado o para el uso previsto, cuando sea conocido.
- c) Los requisitos legales y reglamentarios relacionados con el servicio.
- d) Cualquier requisito adicional determinado por la organización.

Comunicación con el cliente. La organización debe determinar e implementar disposiciones eficaces para la comunicación con los clientes, relativas a:

- a) La información sobre el servicio.
- b) Las consultas, contratos o atención de pedidos, incluyendo las modificaciones.
- c) La retroalimentación del cliente, incluyendo sus quejas.

Producción y prestación del servicio. La organización debe validar aquellos procesos de producción y de prestación del servicio donde los productos resultantes no puedan verificarse mediante actividades de seguimiento o medición posteriores. Esto incluye a cualquier proceso en el que las deficiencias se hagan aparentes únicamente después de que el producto esté siendo utilizado o se haya prestado el servicio.³¹

La validación debe demostrar la capacidad de estos procesos para alcanzar los resultados planificados.

La organización debe establecer las disposiciones para estos procesos, incluyendo, cuando sea aplicable.³²

- a) Los criterios definidos para la revisión y aprobación de los procesos.
- b) La aprobación de equipos y calificación del personal.
- c) El uso de métodos y procedimientos específicos.
- d) Los requisitos de los registros.
- e) La revalidación.

³¹ NTC ISO 9001:2008

³² NTC ISO 9001:2008

3.3.5 Recursos

3.3.5.1 Recurso humano. Los directivos de Small Gym's, deben analizar y determinar los cargos y la cantidad de personas requeridas en cada uno, de acuerdo a horarios y tiempos requeridos para el desarrollo de cada actividad; así como el tipo de contrato que tendrán.

Cuadro 28. Mano de obra directa

CARGO	TIPO DE CONTRATO	CANT
Instructores	Contrato laboral	3
Nutricionista	Prestación de servicios	1
Medico general	Prestación de servicios	1
Servicios generales*	Contrato laboral	1
TOTAL		6

Fuente. Autoras del proyecto

Se relaciona el personal de servicios generales como mano de obra directa, dado que por la frecuencia del servicio, se requiere una limpieza meticulosa luego de cada término de sesión.

Cuadro 29. Mano de obra indirecta

CARGO	TIPO DE CONTRATO	CANT
Gerente	Contrato laboral	1
Auxiliar Servicios Administrativos	Contrato laboral	1
Contador publico	Prestación de servicios	1
TOTAL		3

Fuente. Autoras del proyecto

3.3.5.2 Recurso físico. Comprende los implementos necesarios para prestar el servicio de manera óptima y eficiente:

Cuadro 30. Recursos Físicos – construcción y adecuación.

REQUERIMIENTO	CANT	DESCRIPCION
Construcción y adecuación		
Reparaciones y adecuaciones	1	Comprende las adecuaciones que se harían al local donde funcionaria el gimnasio, estas son: pintura, instalaciones eléctricas, instalación de equipos, divisiones.

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 31. Recursos Físicos – Maquinaria y equipo

REQUERIMIENTOS	CANTIDAD	DESCRIPCION
Maquinaria y equipo		
Circuito obstáculos de espuma incluida piscina de bolas – línea lúdica	1	Los juegos de ejercicio con material lúdico son aquellos que consisten básicamente en repetir una y otra vez una acción por el placer de los resultados inmediatos. Estos juegos tienen, entre otros, los siguientes beneficios: a) Desarrollo de los sentidos, b) favorecen la coordinación de distintos tipos de movimientos y desplazamientos, c) contribuyen también a la consecución de la relación causa-efecto, a la realización de los primeros razonamientos, a la mejora de ciertas habilidades y al desarrollo del equilibrio. ³³
Elíptica 70 cm x 40 cm x 90 cm	1	Maquina de estructura metálica, manillares y estructuras de contacto protegidas, con espuma de alta densidad y estribos en plástico. Ejercita músculos de la cadera anterior (flexión) posterior (extensión) y el sistema cardiovascular.
Caminador 70 cm x 60 cm x 70 cm	1	Maquina de estructura metálica, manillares y estructuras de contacto protegidas, con espuma de alta densidad. Cuenta con indicador electrónico con switches de manejo para medir velocidades, tiempos y distancias recorridas. Estimula el sistema cardiovascular. Especial para desarrollar la coordinación de movimientos, estabilidad y el equilibrio. Ejercita extremidades inferiores en general.
Bicicleta 50 cm x 36 cm x 70 cm	1	Maquina de estructura metálica y carenaje plástico, manillares con espuma de alta densidad. Estribos plásticos de seguridad. Indicador electrónico con switches de manejo para medir velocidades, tiempo y distancias recorridas. Cuenta con un selector de intensidad para dar mayor o menor presión. Estimula el sistema cardiovascular, ejercita musculatura de las extremidades inferiores en general.
Pecho 70 cm x 54 cm x 84 cm	1	Banco de estructura metálica, espaldar acolchado. La pesa para pecho es una pieza independiente de material liviano. Todas las partes más expuestas están protegidas por espumas para protección del niño. Como es un banco multifuncional, tiene también la posibilidad de movimiento de extensión y flexión de pierna, ejercitando cuádriceps (muslo anterior) y los isquiotibiales (muslo posterior). Ideal para crear conciencia de secuencias, lateralidad (el arriba y el abajo) control de movimiento, disciplina, memoria, atención y concentración.
Remo 1 m x 30 cm x 20 cm	1	Maquina de estructura metálica, amortiguador de resistencia con graduación, estribos de seguridad, y sillín con desplazamiento. Fortalece el sistema cardiovascular, se ejercita la zona muscular dorsal (espalda) y brazos (bíceps y tríceps) adicionalmente, el muslo anterior.
Salto diam. 80 cm x 20 cm	1	Cama elástica de estructura metálica protección en material sintético, resorte y malla. La ejecución de saltos consecutivos contribuye con la capacidad propioceptiva y el buen desarrollo y fortalecimiento de ligamentos, tendones, articulaciones y mejora el equilibrio del cuerpo en el espacio.
Remo dos gatos 90 cm x 50 cm x 18 cm	1	Maquina de estructura metálica, amortiguador de resistencia con graduación, estribos de seguridad, y sillín con desplazamiento. Fortalece el sistema cardiovascular, se ejercita la zona muscular dorsal (espalda) y brazos (bíceps y tríceps) adicionalmente, el muslo anterior.
Canguro 80 cm x 40 cm x 1m	1	Maquina de estructura metálica, sillín acolchado, manillares con espuma de alta densidad y estribos de seguridad. Ejercita la zona lumbar (espalda baja) cuádriceps (muslo anterior) y las extremidades superiores incluyendo el hombro. Estimula el sistema cardiovascular, exige en el desarrollo del movimiento controlado, la estabilidad y el equilibrio.
Minicomponentes	4	Se requiere para instalación de sonido en cada uno de los 3 salones de clase y 1 en la recepción. Deben ser independientes pues la música de cada área es diferente conforme a la clase de actividades que se desarrollan en cada una.
Tv LCD 40"	1	Se utilizara en la sala de espera, para entretenimiento de padres que esperan a sus hijos o niños que esperan su turno de ingresar a clases.
Cámaras web	4	Cumplen función de vigilancia de la empresa, se puede acceder a ellas a través de internet con una única clave de acceso. Sirve además para monitorear los salones de clase.
Software hoja de vida paciente y. pág. web	1	El software se mandara a elaborar a la medida del gimnasio, sirve para manejar las hojas de vida de los usuarios, y a su vez para imprimir los reportes de avances periódicos. La pagina web tiene como objeto dar publicidad al gimnasio y ser un instrumento para interactuar con el cliente y el usuario.

Fuente. Autoras del proyecto

³³ <http://www.recuerdame.net/infancia/beneficios2.php> (consultado 06-12-2009)

Cuadro 32. Recursos Físicos – Muebles y enseres

REQUERIMIENTO	CAN	DESCRIPCION
Muebles y enseres		
Archivador	1	Se requiere para dar buen resguardo a los documentos físicos que se originen en el gimnasio infantil.
Escritorio	3	Corresponden a cada puesto de trabajo diseñado para la administración a saber, Gerente, auxiliar administrativo y personal por prestación de servicios.
Sillas giratorias ergonómicas	3	Corresponden a los requerimientos de cada puesto de trabajo.
Aire acondicionado	1	Se requiere para ambientar la sala de espera.
Juego de muebles de sala	1	Se requieren para la sala de espera
Cafetera exprés	1	Se requiere para la cafetería interna del gimnasio.
Mesa cafetera	1	Se requiere para la cafetería interna del gimnasio.

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 33. Recursos Físicos – Equipos de oficina

REQUERIMIENTO	CAN	DESCRIPCION
Equipos de oficina		
Computador	2	Herramientas de trabajo para administración.
Impresora multifuncional	1	
Teléfonos	2	
Fax	1	

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 34. Recursos Físicos – Herramientas

REQUERIMIENTO	CAN	DESCRIPCION
Herramientas		
Pelotas platicas de letras no. 7	20	Herramientas para el desarrollo de clases, material lúdico adicional.
Cuerdas para saltar corrientes	20	
Ula ula de 70 cm diámetro	20	
Colchonetas de 1 x 50 x 5	20	
Conos en PVC 20 cm	20	
Bandas elásticas suaves	20	
Mancuernas	20	
Aros para encestar	2	
Balones medianos	10	
Bascula	1	Se requiere para control de crecimiento y desarrollo
Metro	1	Se requiere para control de crecimiento y desarrollo

Fuente. Autoras del proyecto

3.3.5.3 Recurso de insumos. Los insumos para el gimnasio infantil son mínimos y corresponden a la categoría de aseo y cafetería, así como de elementos de papelería en general, no son de gran relevancia sobre la prestación del servicio.

3.3.6 Estudio de Proveedores. Para escoger la proveeduría de recursos físicos necesarios para la prestación del servicio de gimnasio infantil, se realizó un estudio de proveedores a partir de directorios empresariales en Barrancabermeja, por internet y con referidos. A continuación se muestran los resultados del estudio de proveedores realizados y el nombre de la razón social de los mismos.

Cuadro 35. Resultado del estudio de proveedores

PROVEEDOR	SUMINISTRO	EXPERIENCIA	CAPACIDAD ECONOMICA	FORMA DE PAGO
Distribuciones Royca Fernando Cardenal Pineda Móvil: (57) 316 6323303 (57) 314 7169058 Bogotá - Medellín www.distribucionesroyca.com	Material lúdico, obstáculos en espuma	10 años	Suficiente	Contado
Almacén El Deportista María Graciela Martínez Trillo Móvil: (57) 313 891 66 96 Fijo: (57) 6 22 38 05 Calle 52 No. 28 – 02 Barrio Palmira Barrancabermeja	Material lúdico, dotación, uniformes	30 años	Suficiente	Contado
JV Electronics Javier Mauricio Vargas Calle 89 # 17-50. Tel / Fax: 6365688 Cel.: 3002095815 - 3167525540 - 3005639442 Email: jvelectronics@gmail.com Bucaramanga	Equipos de computo, impresoras, software, cámaras web	5 años	Suficiente	Contado
KIDS fitness games Calle 18 35-69 ofic. 461 Centro Empresarial Palms Avenue Email: Kidsgyms@gmail.com Tels. (574) 4447788 Medellin www.kidsfitnessgames.com	Equipos para línea de motricidad y coordinación.	5 años	Suficiente	Contado

Fuente. Autoras del proyecto

3.3.7 Distribución de planta. Las instalaciones del servicio de gimnasio se diseñarán de tal manera que se pueda economizar los espacios disponibles, los

cuales son reducidos (esto debido a que inicialmente se buscara una casa en alquiler, teniendo en cuenta que para el inicio del proyecto no es recomendable la construcción de una sede propia, pues crecería en forma considerable la inversión inicial), pero maximizando la producción, garantizando la calidad del servicio, y respetando su diseño, sobre todo en lo concerniente a no mezclar categorías, en pro de la seguridad y comodidad de los usuarios y en dar a cada una las herramientas necesarias para el desarrollo de las sesiones.

Se requerirá de un área de 112,6 m² que se distribuirán en los salones para la prestación del servicio de gimnasio de la siguiente manera:

La distribución y las dimensiones de la planta física se pueden observar en el siguiente plano:

Cuadro 36. Dimensiones y distribución planta física.

AREA	DIMENSION M ²
a. sala de espera	3,32
b. recepción	3,32
c. gerencia	6,64
d. consultorio	3,32
e. Sala de baile o categoría B	30
f. sala de maquinas o categoría C	30
g. sala de bebes o categoría A	30
h. tienda*	4
i. área de lockers	2
Total Área en M ²	112,6

Fuente. Autoras del proyecto

Tienda

Es un área del gimnasio dedicada a la venta de bebidas y demás, propias de la actividad deportiva como ropa, implementos y afines. Esta actividad no corresponde al objeto social principal, sin embargo se creó un espacio dentro del plano, por considerarse un servicio adicional esencial. Este servicio no será tenido en cuenta para los cálculos financieros, ya que se considera un área del negocio susceptible de ser tercerizada en función de que la empresa enfoque su esfuerzo a las actividades que directamente generan valor.

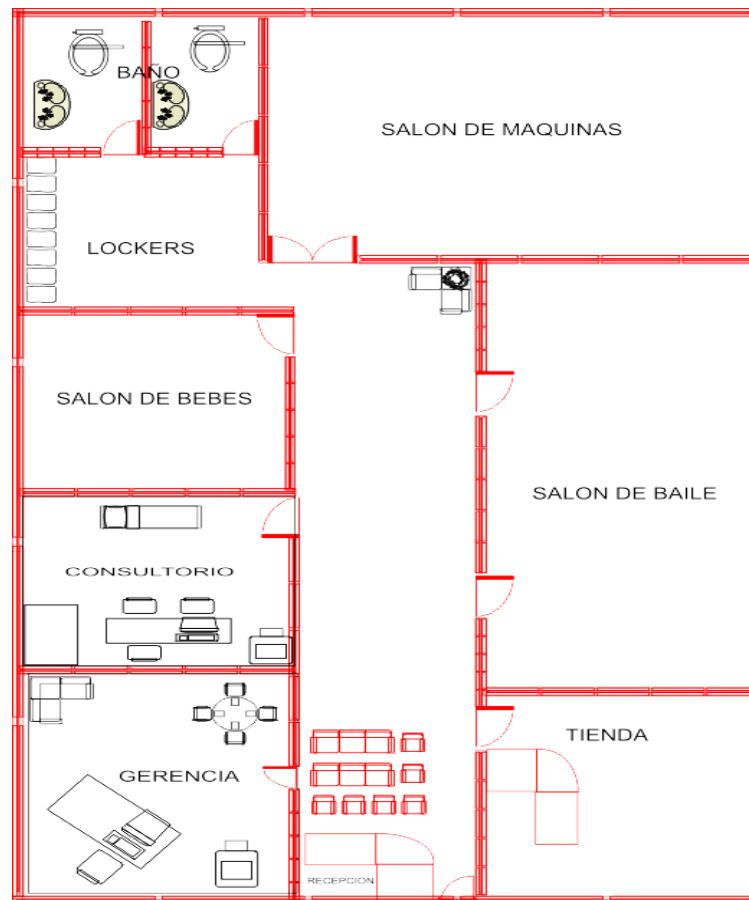
Zonas de vestier y zonas húmedas.

Las zonas de vestier no se consideraron aptas por cuanto el espacio físico es reducido y las sesiones tienen una duración de 45 minutos únicamente, una sesión por día. Este corto espacio de tiempo en el que cada usuarios utiliza las instalaciones del gimnasio, justifican su exclusión. Se contempla un área de lockers, en donde se le asignara a cada usuario un casillero que podrá utilizar,

únicamente durante el tiempo que dure la sesión (45 minutos) para guardar entre tanto, sus pertenencias personales tales como bolsos, celulares, ropa, etc. Se descartaron las zonas húmedas por cuanto los saunas, piscinas y spa no aplican para el servicio diseñado y su utilización tendría que darse bajo la responsabilidad directa y absoluta del padre de familia, lo cual no siempre será posible, dado que el tipo de población a la que se dirige el servicio, la componen en su mayoría padres que laboran.

Las duchas fueron descartadas mediante un análisis de la relación beneficio/costo, en el cual se concluyó que la inversión en su instalación es alta, así como el mantenimiento de las mismas; una zona de duchas, implicaría contar con personal dedicado exclusivamente a su supervisión; además que los riesgos para menores en duchas de este tipo son mayores. Igualmente se tuvo en cuenta, que la permanencia del usuario en las instalaciones está supeditada a la duración de las sesiones (45 minutos), 1 por día, 3 veces por semana, factor que hace manejable su ausencia; los menores deberán llegar con ropa de asistir a clase y deberán ducharse en sus domicilios.

Figura 22 Plano – distribución de planta



3.3.8 Logística de Distribución. La planta será distribuida teniendo en cuenta los procesos que se llevaran a cabo conforme a la edad de los niños y las categorías asignada; las áreas de trabajo serán equipadas conforme a las necesidades de estas mismas categorías y previendo el crecimiento que se proyecta en el mediano plazo, de modo tal que no será necesario hacer adecuaciones significativas en el caso de que los usuarios excedan en número lo proyectado.

Se contara además de los salones de clases, una oficina para los profesionales que laboran por prestación de servicios (dado que no estarán de tiempo completo en la empresa), el área administrativa, un área de lockers, una recepción con salón de espera para padres y/o familiares y una sala de ventas donde se podrá adquirir todo lo necesarios para la actividad deportiva y el tipo de alimentación sana que le gustaría a los niños, tales como cereales en caja y barras.

3.4 CONCLUSIONES SOBRE LA VIABILIDAD TÉCNICA DEL PROYECTO.

Se concluye que el proyecto es viable técnicamente ya que analizados los componentes de este estudio encontramos que los equipos y herramientas necesarios para la prestación del servicio se pueden conseguir a nivel local y nacional sin mayor dificultad, toda vez que los proveedores de la ciudad están en capacidad de satisfacer la necesidad generada.

La demanda presentada en el cuadro 20 (relación entre oferta y demanda) del estudio de mercados, es congruente y permite un crecimiento al proyecto conforme a lo establecido en número y en el tiempo. Existe oferta laboral local y regional, suficiente del recurso humano requerido, el cual presenta fortaleza en el aspecto técnico deportivo, sin embargo es prudente y necesaria la implementación de un plan de capacitaciones permanente, donde se haga énfasis en temas como el manejo de niños entre otros.

Se destaca que la planta física tendrá capacidad para atender, sin entrar en costos adicionales, el crecimiento de los usuarios hasta por un plazo de 5 años, conforme a lo proyectado en los cuadros 23, 24 y 25, del presente estudio.

4 ESTUDIO ADMINISTRATIVO

4.1 FORMA DE CONSTITUCIÓN

4.1.1 Tipo de sociedad

El gimnasio infantil será creado bajo la figura de sociedad Ltda. y contara con 2 socios. Los pasos para su constitución son los siguientes:

- Nombre de la empresa.
- Nombre, documento de identidad, domicilio y dirección del representante legal.
- Dirección de la empresa.
- Término de la duración de la sociedad.
- Enunciación clara y completa de las actividades comerciales.
- El monto del capital, estipulado el aporte de cada socio.

4.1.2 Procedimiento

- a. Elaborar la minuta de la constitución de la empresa.
- b. Tramitar el Certificado de Homonimia en la cámara de Comercio.
- c. Elaboración de la Escritura Pública de Constitución en la Notaría Pública.
- d. Expedición del NIT y el RUT.
- e. Información a cerca de Industria y Comercio, Avisos y Tableros, Uso de Suelo, en las respectivas dependencias de la Alcaldía.
- f. Tramitar la expedición del Certificado de Seguridad.
- g. Certificado de no usuario de Música en la Oficina de SAYCO y ACINPRO.
- h. Visita de Control Sanitario por parte de la secretaria de salud.
- i. Inscripción ante la AFP y la EPS escogida.
- j. Afiliación a Caja de Compensación Familiar para cumplir con la obligación de los Aportes Parafiscales.
- k. Afiliación a la Administradora de Riesgos Profesionales. ARP.

Disolución: aparte de las causales generales, artículo 218 del Código de Comercio, este tipo de sociedad provee dos especiales: Pérdidas que reduzcan el capital por debajo del 50 %. y/o Incremento del número de socios a más de 25.

4.2 CONSTITUCION DE LA EMPRESA

4.2.1 Visión. En el año 2014, Small gym's será reconocida por toda la comunidad de Barrancabermeja, como el gimnasio infantil líder en la prestación de servicios de acondicionamiento físico para niños entre 0 y 14 años, por su innovador sistema de entrenamiento personalizado por categorías según las edades de sus usuarios; siendo motivadores para que los padres de familia entren

a formar parte activa de esta herramienta de prevención contra enfermedades ocasionadas por sedentarismo y/o desordenes alimenticios.

4.2.2. Misión. SMALL GYM`S es una empresa dedicada a la prestación de servicios de acondicionamiento físico a niños entre 0 y 14 años, propensos a enfermedades ocasionadas por el sedentarismo o desordenes de tipo alimenticio con el propósito de mejorar su calidad de vida, sirviendo como base para el alcance de sus objetivos individuales y brindando a sus padres la confianza de tener una institución que comparte la preocupación por la salud de sus hijos; proveemos a nuestros usuarios bienestar en base a un servicio profesionalizado, a nuestros proveedores una relación a largo plazo basada en el mutuo apoyo; a nuestros trabajadores estabilidad y confianza para su desarrollo personal y/o familiar y a la comunidad en general, el compromiso con la dinamización de su economía y el desarrollo de planes de responsabilidad social.

4.2.3 Objetivos.

Generales

- Estructurar una empresa de sociedad Limitada, que sea competitiva, dedicada a la prestación de servicios de acondicionamiento físicos y motrices que sirvan como prevención de enfermedades ocasionadas por desordenes alimenticios, tales como la obesidad, la anorexia y la bulimia entre otras y que a su vez apoyen los procesos de crecimiento y desarrollo de los niños. Esta empresa deberá ser rentable y sostenible en el tiempo.

Sociales

- La prestación de servicios de acondicionamiento físico para niños entre 0 y 14 años, que fortalezca los procesos de acondicionamiento físicos y motrices y que a su vez sirva como prevención de enfermedades ocasionadas por desordenes alimenticios, tales como la obesidad, la anorexia y la bulimia entre otras.
- Brindar a padres de familia apoyo y asesoría en los eventos que se requieran durante los procesos de crecimiento y desarrollo.
- Generar en los primeros cinco años de vida del proyecto, empleo sostenible para nueve familias de la comunidad barranqueña.

Económicos

- Independencia laboral y económica para las fundadoras del proyecto
- Alcanzar el punto de equilibrio en el primer año

Ambientales

- Diseñar un programa de disposición de residuos acorde a la línea de negocio, que además sirva como ejemplo a los niños usuarios del servicio.

Mercado

- Lograr una participación de por lo menos el 30% del mercado potencialmente insatisfecho, que son alrededor de 1.500 menores entre los 0 y 14 años de edad.
- Lograr un crecimiento de la participación del mercado de un 13% anual.

Administrativo

- Generar una planta de personal con 6 empleos directos y 3 indirectos.
- Implantar un sistema de gestión de calidad que aplique desde el inicio de la vida del proyecto.
- Diseñar, implementar y mantener un programa de capacitación para todo el personal que labore en el gimnasio, independientemente de su tipo de contrato.

Operación o producción

- Lograr una capacidad instalada de mano de obra directa de 6 puestos de trabajo y 3 indirectos, en un término máximo de 5 años.
- Lograr una producción de unidades de 24 clases diarias, 3 por cada hora laboral.
- Mantener una política de servicio semipersonalizado que admita tan solo 10 usuarios por clase.

Financieros

- Lograr una margen operacional mínimo del 25% en un término de 5 años.
- Lograr un margen sobre ventas mínimo del 20% en un término de 5 años.
- Lograr un crecimiento en ventas en valores de 400.000.000 para el quinto año de operación.
- Lograr una tasa interna de retorno sobre utilidad neta a 5 años de 35%.

De calidad

- Disminuir los niveles de deserción de los usuarios del gimnasio
- Disminuir permanentemente el número de quejas y reclamos
- Mantener en un nivel superior la satisfacción de clientes y usuarios
- Mantener una política de inversión permanente en publicidad
- Optimizar la capacidad instalada de los equipos, planta física y recurso humano.
- Diseñar e implementar programas de capacitación, de acuerdo al perfil que se requiere en cada puesto de trabajo y haciendo énfasis en el manejo de clientes.
- Mejorar continuamente los procesos institucionales

4.2.4 Indicadores de Gestión

Cuadro 37. Indicadores de gestión

Área	Nombre	Descripción	Indicador
Comercial	Productividad	Mide el desempeño del área comercial, con relación a la meta planteada por la gerencia de la empresa. Meta 80%	Ventas realizadas por semana/ventas programadas semana
	Cartera	Mide el comportamiento de la cartera morosa, con relación a las ventas obtenidas.	Valor mensual cartera/valor mensual de venas
Calidad	Calidad de servicio	Permite determinar el nivel de satisfacción del usuario conforme a su nivel de cumplimiento. Meta 80%	No. de clases efectivas/No. de clases programadas
	Quejas y reclamos	Establece el nivel de conformidad de los clientes con relación a los servicios prestados. Máximo 5	No. de quejas y reclamos interpuestas durante el trimestre
	Encuestas de satisfacción clientes	Permite mostrar por áreas y en conjunto el nivel de satisfacción de los usuarios. Se aplicaran dos tipos de encuestas uno dirigido a padres de familia y otro dirigido a los niños usuarios del servicio. Mínimo 80%. Seguimiento trimestral.	Resultados cuestionario
Gestión	Marketing	Muestra el nivel de gestión de la gerencia en la consecución de convenios o contratos a nivel macro con instituciones públicas, privadas o mixtas.	No. de propuestas presentadas en el trimestre
	Mejoramiento RR.HH.	Indica el nivel de compromiso de la Dirección con la capacitación constante de su recurso humano. Se mide semestralmente.	2% sobre las ventas netas.

Fuente. Autoras del proyecto

4.2.5 Políticas

Personal: Los ingresos de personas a la empresa, ya sean en nivel directivo, administrativo y/o operativo estarán regularizadas de acuerdo a las necesidades reales de la empresa, quien aplicara desde este momento un proceso que permita evaluar las competencias de todo este personal, para determinar si las compensaciones se ajustan a su desempeño y a los objetivos institucionales. Este proceso permitirá además, determinar la ubicación efectiva del personal en cada una de las áreas.

Compras: Ejecutar y supervisar las compras de mobiliario, equipo y materiales y contratación de servicios, con apego a la normatividad, garantizando además la eficiente aplicación de los recursos mediante la adquisición oportuna de los bienes en las mejores condiciones de precios, pago, calidad, soporte técnico y garantía. Todas estas condiciones serán respaldadas por escrito mediante cotizaciones, facturas, órdenes de compra y contratos de compraventa.

Ventas. Dada la condición de consumo masivo se emplearan estrategias que permitan llamar la atención de los clientes tales como:

Sistema de afiliación. Consiste en el pago de una cuota mensual fija que podrá variar conforme a los servicios a los que acceda cada usuario. También se tendrá en cuenta los usuarios que se afilien por grupos familiares.

Demostraciones en público. Realizar eventos rápidos en sitios públicos como parques o instituciones reconocidas, con el ánimo de tener un contacto directo con futuros clientes y proporcionarles a estos un conocimiento directo del producto ofrecido.

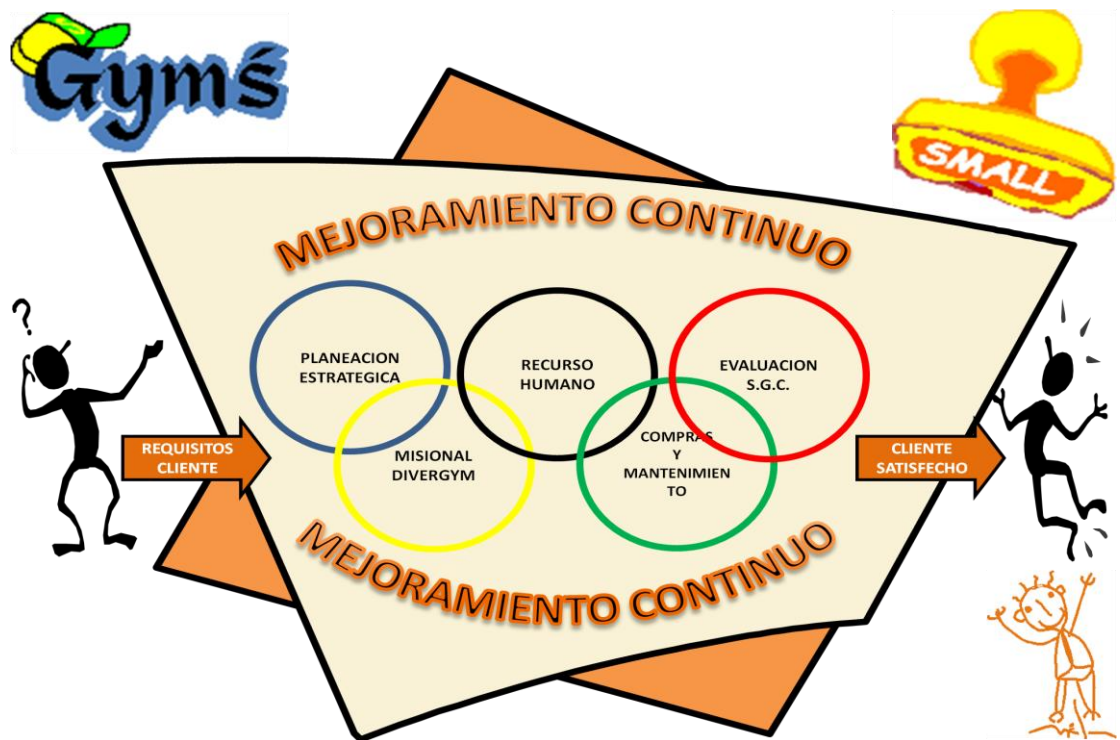
Bonos de sesiones gratis. Regalar bonos para sesiones gratis a usuarios interesados, pero que podrían presentar algún tipo de indecisión. Este método sirve también para generar “enamoramamiento” para con el producto.

Calidad. En el gimnasio infantil SMALL GYM`S, contribuimos a la formación de una cultura deportiva en el Municipio de Barrancabermeja, garantizando el aprovechamiento del tiempo libre mediante el ofrecimiento de actividades físicas saludables, prácticas y experiencias deportivas y recreativas, en espacios seguros y adecuados.

El sistema de gestión de calidad de SMALL GYM`S está enmarcado en los principios de la prevención de enfermedades y la creación de buenos hábitos de vida; nos comprometemos a brindar servicios orientados a lograr la satisfacción de las necesidades y expectativas de clientes y usuarios, con personal competente y calificado, garantizando un mejoramiento continuo de los procesos y una

adecuada administración de los recursos financieros, físicos, tecnológicos y ambientales

Figura 23. Mapa de procesos Gimnasio infantil

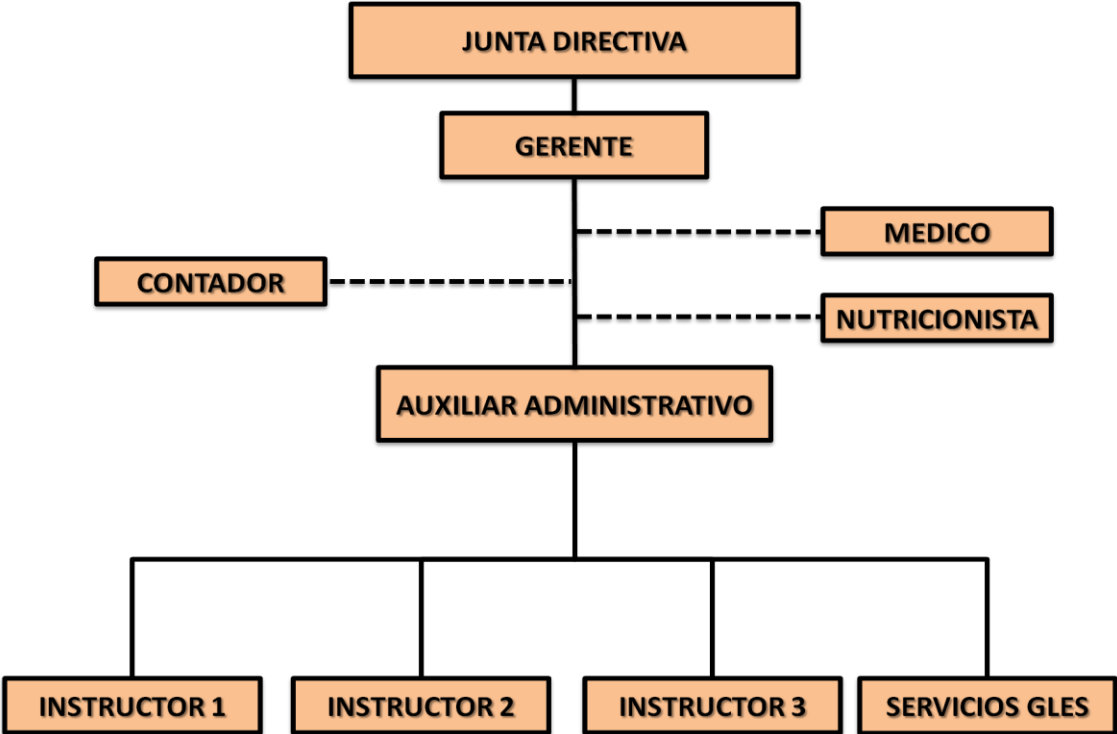


4.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura organizacional de Small Gym's es de tipo lineal. En la organización existirán relaciones de tipo formal jerárquico, de autoridad, subordinado y de responsabilidad, que pueden verse con más claridad en el organigrama de la misma.

4.3.1 Organigrama

Figura 24. Organigrama



4.3.2 Descripción y perfil de cargos

Cuadro 38. Perfil del gerente

NOMBRE DEL CARGO: Gerente	
REPORTA A: Junta directiva	NUMERO DE CARGOS IGUALES: Ninguno
SUPERVISA A: Todo el personal	
<p>FUNCIÓN PRINCIPAL: Gerencia y supervisa la eficiente prestación del servicio. Es el encargado de diseñar y ejecutar las acciones correspondientes para alcanzar los objetivos planteados para la empresa en áreas administrativas, comerciales y de prestación del servicio.</p>	
<p>DETALLE DE FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hacer los pedidos de herramientas e insumos necesarios para los servicios a prestar por la empresa. • Revisar que los insumos cumplan con los requisitos de seguridad exigidos. • Verificar los procesos de la prestación del servicio para garantizar la calidad del mismo. • Velar por el mantenimiento del equipo • Revisar la calidad del servicio prestado. • Elaborar y cumplir presupuestos de ventas, costos y gastos. • Crear y mantener la imagen exterior de la empresa con bancos y clientes. • Realizar las transacciones con clientes importantes. • Crear un buen clima de trabajo. • Mantener una comunicación fluida con todo el personal de la empresa. • Trabajar en equipo con el contador. • Analizar con el contador el balance y los estados de resultados. • Vigilar la cancelación oportuna de las obligaciones tributarias. • Elaborar un plan de mercadeo de la empresa a corto, mediano y largo plazo. 	
<p>HABILIDAD:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Educación: Profesional en Gestión Empresarial o ramas afines • Experiencia: 1 año • Habilidad mental: Alto • Habilidad manual: Medio 	

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 39. Perfil del Contador

NOMBRE DEL CARGO: Contador	
CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente administrativo	NUMERO DE CARGOS IGUALES: Ninguno
SUPERVISA A: Ninguno	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Asesorar a la gerencia de la empresa en el correcto y eficiente manejo de la contabilidad; elaboración de informes periódicos para la gerencia y los que la ley determine, así como los impuestos.	
<ul style="list-style-type: none"> • Revisar ingresos y egresos. • Elaborar ajustes mensuales. • Elaborar Estados de Resultados, Balance General. Declaraciones de Impuestos • Preparar mensualmente los estados financieros. • Revisar Libros Diario y Mayor y Balances. • Hacer Conciliaciones Bancarias y Resultado de Balance. • Efectuar Cálculos de amortización y depreciación. • Asesorar a la gerencia en los temas que sea requerido 	
HABILIDAD: <ul style="list-style-type: none"> • Educación: Profesional en contaduría publica • Experiencia: 1 año • Habilidad mental: Alto • Habilidad manual: bajo 	

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 40. Perfil del médico (a)

NOMBRE DEL CARGO: Medico (a)	
CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente administrativo	NUMERO DE CARGOS IGUALES: Ninguno
SUPERVISA A: Ninguno	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Examen y valoración médica para el ingreso de los usuarios y su respectivo control periódico.	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar historias clínicas de los usuarios • Valoración médica, diagnóstico, para iniciar actividades. • Recomendaciones al usuario y la familia. • Presentar informe mensual de sus actividades al Gerente. • Reportar inmediatamente a gerencia, cualquier anomalía presentada por algún usuario • Control periódico de los usuarios • Asesorar a la gerencia en los asuntos en que sea requerido • Las demás funciones inherentes al cargo que le sean asignadas por el Gerente 	
HABILIDAD: <ul style="list-style-type: none"> • Educación: Profesional en medicina o medicina deportiva. • Experiencia: 1 año, de los cuales por lo menos 6 meses debe haber trabajado con niños • Habilidad mental: Alto • Habilidad manual: bajo 	

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 41. Perfil del nutricionista

NOMBRE DEL CARGO: Nutricionista	
CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente administrativo	NUMERO DE CARGOS IGUALES: Ninguno
SUPERVISA A: Ninguno	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Elaborar las dietas de los usuarios del gimnasio y el respectivo control de las mismas.	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar dieta nutricional. • Recomendaciones al usuario y la familia. • Control periódico de los usuarios • Presentar informe mensual de sus actividades al Gerente. • Asesorar al gerente en los temas en que sea requerido • Las demás funciones inherentes al cargo que le sean asignadas por el Gerente 	
HABILIDAD: <ul style="list-style-type: none"> • Educación: Profesional en Nutrición • Experiencia: 1 año • Habilidad mental: Alto • Habilidad manual: bajo 	

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 42. Perfil del auxiliar administrativo (a)

NOMBRE DEL CARGO: Auxiliar administrativo (a)	
CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente	NUMERO DE CARGOS IGUALES: Ninguno
SUPERVISA A: Instructores	
<p>FUNCIÓN PRINCIPAL: Servir como soporte al Gerente en todas las labores administrativas de la empresa, atender a los clientes que solicitan el servicio y supervisar la asistencia y labores de los instructores físicos</p>	
<p>DETALLE DE FUNCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Recibir y radicar la correspondencia que llegue a la empresa y darla a conocer a la gerencia. • Hacer y recibir llamadas pertinentes a la empresa. • Elaborar facturas, órdenes de pedido, cotizaciones y cuentas de cobro. • Manejar inventarios de insumos. • Reportar afiliaciones y autoliquidaciones a la E.P.S al cual está inscrita la empresa. • Elaborar toda la documentación necesaria para la contratación. • Controlar la existencia de útiles y papelería en general. • Elaborar la nómina de empleados para su revisión y aprobación por la gerencia. • Registrar las transacciones comerciales a los libros de contabilidad. • Atender las solicitudes del servicio prestado a los clientes. • Ofrecer un óptimo servicio de atención al cliente. • Atender debidamente los reclamos de los clientes. • controlar las labores de los instructores, así como reportar la asistencia a clases por parte de los usuarios. • Comunicar al gerente sobre futuras necesidades de herramientas a fin de incluirlos en el comprobante de requerimiento. • Cumplir con las demás funciones que le sean asignadas por su jefe inmediato, asumiendo las respectivas responsabilidades, bien sea relacionadas directamente con su cargo o con otros que guarden analogía y compatibilidad a su jerarquía y necesidades presentes. 	
<p>HABILIDAD:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Educación: CAP SENA en Secretariado Ejecutivo, estudiante, técnico o tecnólogo en carreras administrativas • Experiencia: 1 año • Habilidad mental: Alto • Habilidad manual: Alto 	

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 43. Perfil del Instructor (a).

NOMBRE DEL CARGO: Instructor (a)	
CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente / Auxiliar administrativo	NUMERO DE CARGOS IGUALES: tres
SUPERVISA A: Ninguno	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Diseñar y/o dirigir a los niños y jóvenes, de acuerdo a los requerimientos planteados por el profesional en Nutrición y medicina.	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar planes de actividad de física dependiendo del estado físico y etapa del desarrollo de cada uno de los usuarios. • Dirigir, las actividades físicas de acuerdo a las edades de los niños y jóvenes. • Observar y ayudar a los niños y jóvenes en las ejecuciones de rutinas • Elaborar rutinas de ejercicios. • Dar atención inmediata a niños y jóvenes principiantes. • Velar por el buen uso de las instalaciones. • Capacidad en el análisis y generación de nuevas técnicas de trabajo en aspectos osteo-muscular y cardiovasculares, así como de estimulación integral (biopsicosocial) de los niños. • Manejo confiable de las historias clínicas de los usuarios. • Recomendaciones al usuario y la familia. • Asesorar a la gerencia en los temas en los que sea requerido. • Presentar informe mensual se sus actividades al Gerente 	
HABILIDAD: <ul style="list-style-type: none"> • Educación: Tecnólogo o profesional universitario en fisioterapia, cultura física y/o deporte • Experiencia: 6 meses trabajo con niños • Habilidad mental: Alto • Habilidad manual: Alto 	

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 44. Servicios Generales

NOMBRE DEL CARGO: Servicios Generales	
CARGO JEFE INMEDIATO: Gerente /auxiliar administrativo	NUMERO DE CARGOS IGUALES: Ninguno
SUPERVISA A: Ninguno	
FUNCIÓN PRINCIPAL: Velar por el completo orden y aseo del gimnasio.	
<ul style="list-style-type: none"> • Aseo general del gimnasio. • Limpiar y desinfectar equipos y salones, tan pronto se termine cada clase. • Mantener limpios y desinfectados los baños. • Mantener limpios y organizados los lockers. • Las demás funciones Inherentes al cargo que le sea asignado por el Gerente. 	
HABILIDAD:	
<ul style="list-style-type: none"> • Educación: Bachiller • Experiencia: 1 año • Habilidad mental: Baja • Habilidad manual: Alta 	

Fuente. Autoras del proyecto

4.3.3 Asignación salarial

Los criterios a tener en cuenta para la asignación salarial serán:

- Habilidades y destrezas para el manejo de público
- Responsabilidad contacto con el cliente
- Experiencia
- Educación
- Precios del mercado

Al ser un proyecto que empieza se asignaran inicialmente los salarios tomando como referencias los que ofrece actualmente el mercado. Previa consulta de páginas web buscadoras de empleo e indagando personalmente, con

profesionales afines a los solicitados, se pudo establecer la siguiente estructura salarial:

Cuadro 45. Asignación salarial para personal con contrato laboral.

CARGO	CANT	SALARIO BASE	SUB. TRANS	FACTOR PRESTACIONAL	PROV SEG SOCIAL	SUB TOTAL	TOTAL MES
GERENTE	1	\$ 1.100.000		\$ 240.130	\$ 335.984	\$ 1.676.114	\$ 1.676.114
AUX. ADMITIVO - VENTAS	1	\$ 850.000	\$ 61.500	\$ 198.980	\$ 259.624	\$ 1.370.104	\$ 1.370.104
INSTRUCTORES	3	\$ 800.000	\$ 61.500	\$ 188.065	\$ 244.352	\$ 1.293.917	\$ 3.881.752
SERVICIOS GENERALES	1	\$ 515.000	\$ 61.500	\$ 125.850	\$ 157.302	\$ 859.652	\$ 859.652
TOTAL NOMINA PERSONAL DE PLANTA							\$ 7.787.622

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 46. Remuneración para personal por prestación de servicios

CARGO	CANT	HONORARIOS	SUB TOTAL	TOTAL MES
Contador	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
Medico	1	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00	\$ 600.000,00
Nutricionista	1	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00
Total nomina personal prestación de servicios				\$ 1.500.000,00

Fuente. Autoras del proyecto

Total mensual de gastos de personal	\$ 9.287.622,35
--	------------------------

El personal por prestación de servicios deberá asistir al gimnasio infantil, únicamente dos días en el mes, distribuidos en 4 jornadas de medio día cada una, en horario acordado mutuamente.

5. ESTUDIO FINANCIERO

5.1 INVERSIONES

En este aparte se observan en detalle el monto total del dinero requerido para la implementación de un gimnasio para niños, con servicios acorde a los presentados en el estudio técnico del presente documento.

5.1.1 Inversión fija. En términos generales, el activo fijo es aquel activo que no está destinado para ser comercializado, sino para ser utilizado o explotado por la empresa. Los activos físicos o tangibles de la empresa se suelen clasificar en activos fijos y movibles. Los activos movibles son aquellos que están destinados para venderse, los activos fijos no.

Un bien que la empresa ha construido o adquirido con el objetivo de conservarlo para utilizarlo, explotarlo, para ponerlo al servicio de la empresa, se considera fijo. Los activos fijos requeridos para el gimnasio infantil aquí presentado son:

5.1.1.1 Terrenos: Este rubro no tiene un valor específico dentro de las inversiones, toda vez que en un comienzo el gimnasio funcionara en local tomado en alquiler; así las cosas, las partidas que conciernen a terrenos, se verán reflejadas en el ítem de arrendamientos.

5.1.1.2 Construcciones y adecuaciones. Corresponde a los gastos en que se incurrirá para dejar el local tomado en alquiler, en condiciones óptimas para el funcionamiento del gimnasio y para la buena calidad del servicio, a continuación se relacionan en detalle dichos conceptos.

Cuadro 47. Construcciones y adecuaciones.

CONCEPTO	CANT M2	V. UNIT	V. TOTAL
Espejos	18	\$ 70.000,00	\$ 1.260.000,00
Paredes Drywall	60	\$ 60.000,00	\$ 3.600.000,00
Pintura y estucada paredes	60	\$ 35.000,00	\$ 2.100.000,00
Decoración paredes	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
Total construcción y adecuación		\$ 1.165.000,00	\$ 7.960.000,00

Fuente. Autoras del proyecto

Estos valores son a todo costo, es decir incluyen mano de obra y materiales requeridos.

5.1.1.3 Maquinaria y equipo. Es el costo de la maquinaria y equipos necesarios para prestar en forma adecuada el servicio ofrecido, conforme a lo estipulado en el estudio técnico.

Cuadro 48. Maquinaria y equipo

CONCEPTO	UNID	V. UNIT	V. TOTAL
Circuitos de obstáculos de espuma incluida piscina de bolas.	1	\$ 5.600.000,00	\$ 5.600.000,00
Elíptica	1	\$ 381.600,00	\$ 381.600,00
Caminador	1	\$ 381.600,00	\$ 381.600,00
Bicicleta	1	\$ 381.600,00	\$ 381.600,00
Pecho	1	\$ 381.600,00	\$ 381.600,00
Remo	1	\$ 381.600,00	\$ 381.600,00
Saltarín	1	\$ 241.200,00	\$ 241.200,00
Remo dos gatos	1	\$ 381.600,00	\$ 381.600,00
Canguro	1	\$ 381.600,00	\$ 381.600,00
MINICOMPONENTES	4	\$ 500.000,00	\$ 2.000.000,00
T.V. LCD 40"	1	\$ 2.000.000,00	\$ 2.000.000,00
Cámaras Web	4	\$ 350.000,00	\$ 1.400.000,00
Software hoja de vida de paciente y pagina web	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
Total Maquinaria y Equipo		\$ 12.362.400,00	\$ 14.912.400,00

Fuente. Autoras del proyecto

5.1.1.4 Muebles y enseres. Constituyen los muebles necesarios para la Adecuación de las áreas administrativas y sala de espera.

Cuadro 49. Muebles y enseres.

MUEBLES Y ENSERES	UNID	V. UNIT	V. TOTAL
Archivador	1	\$ 400.000,00	\$ 400.000,00
Aire acondicionado para oficinas y sala de espera	1	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
Escritorio	3	\$ 180.000,00	\$ 540.000,00
Sillas Giratorias Ergonómicas	3	\$ 95.000,00	\$ 285.000,00
Juego de muebles de sala	1	\$ 1.200.000,00	\$ 1.200.000,00
Cafetera Express	1	\$ 251.000,00	\$ 251.000,00
Mesa Cafetera	1	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00
Total Muebles y Enseres		\$ 3.186.000,00	\$ 3.736.000,00

Fuente. Autoras del proyecto

5.1.1.5 Equipos de oficina. Son equipos requeridos para llevar a cabo las labores de carácter administrativo.

Cuadro 50. Equipo de oficina.

CONCEPTO	UNID	V. UNIT	V. TOTAL
Computador	2	\$ 1.200.000,00	\$ 2.400.000,00
Impresora Multifuncional	1	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
Teléfonos	2	\$ 40.000,00	\$ 80.000,00
Fax	1	\$ 230.000,00	\$ 230.000,00
Total Equipos de oficina		\$ 1.670.000,00	\$ 2.910.000,00

Fuente. Autoras del proyecto

5.1.1.6 Herramientas. Comprende elementos adicionales a los equipos especializados requeridos para la prestación del servicio de gimnasio.

Cuadro 51. Herramientas.

HERRAMIENTAS	UNID	V. UNIT	V. TOTAL
Pelotas platicas de letras No. 7	20	\$ 6.500,00	\$ 130.000,00
Cuerdas para saltar corrientes	20	\$ 4.000,00	\$ 80.000,00
Ula ula de 70 cm de diámetro	20	\$ 4.000,00	\$ 80.000,00
Colchonetas de 1 x 50 x 5	20	\$ 35.000,00	\$ 700.000,00
Conos en PVC 20 cm	20	\$ 7.500,00	\$ 150.000,00
Bandas Elásticas suaves	20	\$ 15.000,00	\$ 300.000,00
Aros para encestar	2	\$ 30.000,00	\$ 60.000,00
Balones Pilates	10	\$ 50.000,00	\$ 500.000,00
Bascula	1	\$ 80.000,00	\$ 80.000,00
Mancuernas	20	\$ 49.800,00	\$ 996.000,00
Camilla	1	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
Metro	1	\$ 20.000,00	\$ 20.000,00
Total Herramientas		\$ 501.800,00	\$ 3.296.000,00

Fuente. Autoras del proyecto

5.1.1.7 Total inversión fija. El total de la inversión fija requerida puede verse en el siguiente cuadro.

Cuadro 52. Resumen inversión fija.

CONCEPTO	VALOR
Total construcción y adecuación	\$ 7.960.000,00
Total Maquinaria y Equipo	\$ 14.912.400,00
Total Muebles y Enseres	\$ 3.736.000,00
Total Equipos de oficina	\$ 2.910.000,00
Total Herramientas	\$ 3.296.000,00
Total inversión fija	\$ 32.814.400,00

Fuente. Autoras del proyecto

5.1.2 Inversión diferida. Comprende los desembolsos requeridos para la puesta en marcha del proyecto. (Ver cuadro 49).

Cuadro 53. Inversión diferida.

CONCEPTO	CANT	V. UNIT	V. TOTAL
Estudio de factibilidad	1	\$ 7.500.000,00	\$ 7.500.000,00
Gastos de constitución	1	\$ 1.300.000,00	\$ 1.300.000,00
Inducción de personal	1	\$ 700.000,00	\$ 700.000,00
Publicidad	1	\$ 1.240.000,00	\$ 1.240.000,00
Lanzamiento	1	\$ 3.000.000,00	\$ 3.000.000,00
Total inversión diferida			\$ 13.740.000,00

Fuente. Autoras del proyecto

5.1.3 Inversión en capital de trabajo. Se define como aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar, los recursos disponibles para cubrir necesidades de insumos, materia prima, mano de obra, reposición de activos fijos, etc. Estos recursos deben estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades de la empresa a tiempo.³⁴ Para el caso del gimnasio infantil se determinaron como capital de trabajo, los recursos requeridos para operar durante los dos primeros meses de apertura.

5.1.3.1 Costos de producción.

5.1.3.1.1 Materia prima o material. Son los principales recursos de la producción. El costo de materiales puede dividirse en materiales directos e indirectos.

- **Materiales Directos:** Constituyen el primer elemento de los costos de producción, estos son los materiales que realmente entran en el producto que se está fabricando. Un ejemplo de material directo es la tela que se utiliza en la fabricación de ropa.
- **Materiales Indirectos:** Son todos aquellos materiales usados en la producción que no entran dentro de los materiales directos, estos se incluyen como parte de los costos indirectos de fabricación³⁵.

En el caso de la prestación de servicios de gimnasio infantil no existe un costo por materiales claramente visible para contabilización. Este costo se tendrá en cuenta

³⁴ <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html> (consultado 21/04/2010)

³⁵ http://74.125.45.132/search?q=cache:LUCSGcYIR9UJ:www.monografias.com/trabajos5/cosind/cosind.shtml+definicion+mano+de+obra+directa&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co&lr=lang_es (consultado 21/04/2010)

en los costos indirectos de fabricación mediante la contabilización de la depreciación de los insumos y herramientas utilizados.

5.1.3.1.2 Mano de obra directa. Es aquella directamente involucrada en la fabricación de un producto terminado que puede asociarse a este con facilidad y que representa un importante costo en la elaboración del mismo.³⁶

Cuadro 54. Mano de obra directa.

MANO DE OBRA DIRECTA	CANT MESES	V. UNIT	V. TOTAL
Instructores	2	\$ 1.293.917,45	\$ 2.587.834,90
Contratación Externa (medico - nutricionista)	2	\$ 1.000.000,00	\$ 2.000.000,00
Dotación	1	\$ 360.000,00	\$ 360.000,00
Total Mano de obra directa		\$ 2.653.917,45	\$ 4.947.834,90

Fuente. Autoras del proyecto

Nota. La dotación se plantea para un solo trabajador teniendo en cuenta que conforme a la proyección de la capacidad planteada en la tabla 2 y a la proyección mensual de ingresos planteada en el cuadro 71; para el primer año de operaciones se requiere tan solo de un instructor.

5.1.3.1.3 Costos Indirectos de Fabricación. Son todos los costos en que necesita incurrir un negocio para el logro de sus fines, costos que, salvo casos de excepción, no pueden ser adjudicados a una orden de trabajo o a una unidad de producto, por lo que deben ser absorbidos por la totalidad de la producción.³⁷

Cuadro 55. CIF

C.I.F.	CANT MESES	V. UNIT	V. TOTAL
Seguros Responsabilidad civil	2	\$ 57.000,00	\$ 114.000,00
Elementos de Aseo	2	\$ 200.000,00	\$ 400.000,00
Servicios públicos	2	\$ 800.000,00	\$ 1.600.000,00
Reparaciones y adecuaciones	2	\$ 1.000.000,00	\$ 2.000.000,00
Total C.I.F		\$ 2.057.000,00	\$ 4.114.000,00

Fuente. Autoras del proyecto

³⁶

http://74.125.45.132/search?q=cache:LUCSGcYIR9UJ:www.monografias.com/trabajos5/cosind/cosind.shtml+definicion+mano+de+obra+directa&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co&lr=lang_es (consultado 21/04/2010)

³⁷ http://74.125.45.132/search?q=cache:kmBUw45QHEgJ:www.apuntesfacultad.com/costos-indirectos-de-fabricacion.html+definicion+costos+indirectos+de+fabricacion&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co&lr=lang_es (Consultado 21-04-2010)

La depreciación de equipos fue omitida de este cuadro, por cuanto no constituye un desembolso económico que pueda afectar el capital de trabajo directamente. Este ítem se verá reflejado más adelante en los costos del servicio. El rubro de reparaciones y adecuaciones contempla los gastos en que incurrirá el gimnasio para rotar su decoración cada mes (de acuerdo a las fechas especiales, como vacaciones, mes del niños, mes de las brujas, etc.) de modo que los niños mantengan su expectativa sobre el mismo y lo encuentren siempre novedoso.

5.1.3.1.4 Total costos de producción.

Cuadro 56. Total costos de producción.

CONCEPTO	V. TOTAL
Total Mano de obra directa	\$ 4.947.834,90
Total C.I.F	\$ 4.114.000,00
Total costos de producción	\$ 9.061.834,90

Fuente. Autoras del proyecto

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

Cuadro 57. Gastos de Administración y ventas

GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTAS	CANT MESES	V. UNIT	V. TOTAL
Salarios Administración	2	\$ 3.905.870,00	\$ 7.811.740,00
Contratación Externo - Contador	2	\$ 500.000,00	\$ 1.000.000,00
Arriendo	2	\$ 5.000.000,00	\$ 10.000.000,00
Publicidad (Demostraciones y comerciales)	2	\$ 1.240.000,00	\$ 2.480.000,00
Cuota préstamo abono a capital	2	\$ 500.305,02	\$ 1.000.610,05
Dotación	1	\$ 360.000,00	\$ 360.000,00
Total Gastos de Administración y ventas		\$ 11.506.175,02	\$ 22.652.350,05

Fuente. Autoras del proyecto

5.1.3.3 Gastos financieros. Se tienen en cuenta los impuestos que asume la empresa al utilizar una entidad financiera, como el impuesto del cuatro por mil. Los intereses ocasionados por el préstamo se tuvieron en cuenta dentro de la cuota cancelada mensualmente. (Ver cuadro 53).

Cuadro 58. Gastos financieros.

GASTOS FINANCIEROS	CANT MESES	V. UNIT	V. TOTAL
Intereses préstamo	2	\$ 1.054.488,62	\$ 2.108.977,24
Total Gastos financieros		\$ 1.054.488,62	\$ 2.108.977,24

Fuente. Autoras del proyecto

5.1.3.4 Total capital de trabajo.

Cuadro 59. Total capital de trabajo.

CONCEPTO	VALOR
Total Costos de producción	\$ 9.061.834,90
Total Gastos de Administración y ventas	\$ 22.652.350,05
Total Gastos financieros	\$ 2.108.977,24
Total capital de trabajo	\$ 33.823.162,18

Fuente. Autoras del proyecto

5.1.4 Inversión total. Se compone por la sumatoria de los desembolsos correspondientes a inversión fija, inversión diferida y capital de trabajo.

Cuadro 60 Inversión total.

CONCEPTO	VALOR
Inversión fija	\$ 32.814.400,00
Inversión diferida	\$ 13.740.000,00
Inversión de capital de trabajo	\$ 33.823.162,18
Inversión total	\$ 80.377.562,18

Fuente. Autoras del proyecto

5.1.5 Fuentes de financiación. La financiación de este proyecto se hará en un 30% con recursos propios y 70% con recursos adquiridos a través de un crédito para creación de empresas, a través de Coomeva Financiera, con una tasa mensual del 1,93% a 60 meses.

Cuadro 61. Fuentes de financiación.

%	CONCEPTO	VALOR
30%	Recursos propios	\$ 24.113.268,66
70%	Crédito	\$ 56.264.293,53
	Total financiación	\$ 80.377.562,18

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 62. Amortización crédito.

CUOTA	SALDO PRESTAMO	INTERESES	AMORT. K	CUOTA MENS	%
1	\$ 56.264.293,53	\$ 1.085.900,87	\$ 505.392,51	\$ 1.591.293,38	0,0193
2	\$ 55.758.901,02	\$ 1.076.146,79	\$ 515.146,59	\$ 1.591.293,38	0,0193
3	\$ 55.243.754,43	\$ 1.066.204,46	\$ 525.088,92	\$ 1.591.293,38	0,0193
4	\$ 54.718.665,52	\$ 1.056.070,24	\$ 535.223,13	\$ 1.591.293,38	0,0193
5	\$ 54.183.442,38	\$ 1.045.740,44	\$ 545.552,94	\$ 1.591.293,38	0,0193
6	\$ 53.637.889,45	\$ 1.035.211,27	\$ 556.082,11	\$ 1.591.293,38	0,0193
7	\$ 53.081.807,34	\$ 1.024.478,88	\$ 566.814,49	\$ 1.591.293,38	0,0193
8	\$ 52.514.992,84	\$ 1.013.539,36	\$ 577.754,01	\$ 1.591.293,38	0,0193

CUOTA	SALDO PRESTAMO	INTERESES	AMORT. K	CUOTA MENS	%
9	\$ 51.937.238,83	\$ 1.002.388,71	\$ 588.904,67	\$ 1.591.293,38	0,0193
10	\$ 51.348.334,16	\$ 991.022,85	\$ 600.270,53	\$ 1.591.293,38	0,0193
11	\$ 50.748.063,63	\$ 979.437,63	\$ 611.855,75	\$ 1.591.293,38	0,0193
12	\$ 50.136.207,88	\$ 967.628,81	\$ 623.664,56	\$ 1.591.293,38	0,0193
13	\$ 49.512.543,32	\$ 955.592,09	\$ 635.701,29	\$ 1.591.293,38	0,0193
14	\$ 48.876.842,03	\$ 943.323,05	\$ 647.970,33	\$ 1.591.293,38	0,0193
15	\$ 48.228.871,70	\$ 930.817,22	\$ 660.476,15	\$ 1.591.293,38	0,0193
16	\$ 47.568.395,55	\$ 918.070,03	\$ 673.223,34	\$ 1.591.293,38	0,0193
17	\$ 46.895.172,21	\$ 905.076,82	\$ 686.216,55	\$ 1.591.293,38	0,0193
18	\$ 46.208.955,66	\$ 891.832,84	\$ 699.460,53	\$ 1.591.293,38	0,0193
19	\$ 45.509.495,13	\$ 878.333,26	\$ 712.960,12	\$ 1.591.293,38	0,0193
20	\$ 44.796.535,00	\$ 864.573,13	\$ 726.720,25	\$ 1.591.293,38	0,0193
21	\$ 44.069.814,75	\$ 850.547,42	\$ 740.745,95	\$ 1.591.293,38	0,0193
22	\$ 43.329.068,80	\$ 836.251,03	\$ 755.042,35	\$ 1.591.293,38	0,0193
23	\$ 42.574.026,45	\$ 821.678,71	\$ 769.614,67	\$ 1.591.293,38	0,0193
24	\$ 41.804.411,79	\$ 806.825,15	\$ 784.468,23	\$ 1.591.293,38	0,0193
25	\$ 41.019.943,56	\$ 791.684,91	\$ 799.608,47	\$ 1.591.293,38	0,0193
26	\$ 40.220.335,09	\$ 776.252,47	\$ 815.040,91	\$ 1.591.293,38	0,0193
27	\$ 39.405.294,19	\$ 760.522,18	\$ 830.771,20	\$ 1.591.293,38	0,0193
28	\$ 38.574.522,99	\$ 744.488,29	\$ 846.805,08	\$ 1.591.293,38	0,0193
29	\$ 37.727.717,90	\$ 728.144,96	\$ 863.148,42	\$ 1.591.293,38	0,0193
30	\$ 36.864.569,48	\$ 711.486,19	\$ 879.807,19	\$ 1.591.293,38	0,0193
31	\$ 35.984.762,30	\$ 694.505,91	\$ 896.787,46	\$ 1.591.293,38	0,0193
32	\$ 35.087.974,83	\$ 677.197,91	\$ 914.095,46	\$ 1.591.293,38	0,0193
33	\$ 34.173.879,37	\$ 659.555,87	\$ 931.737,50	\$ 1.591.293,38	0,0193
34	\$ 33.242.141,87	\$ 641.573,34	\$ 949.720,04	\$ 1.591.293,38	0,0193
35	\$ 32.292.421,83	\$ 623.243,74	\$ 968.049,63	\$ 1.591.293,38	0,0193
36	\$ 31.324.372,19	\$ 604.560,38	\$ 986.732,99	\$ 1.591.293,38	0,0193
37	\$ 30.337.639,20	\$ 585.516,44	\$ 1.005.776,94	\$ 1.591.293,38	0,0193
38	\$ 29.331.862,26	\$ 566.104,94	\$ 1.025.188,43	\$ 1.591.293,38	0,0193
39	\$ 28.306.673,83	\$ 546.318,80	\$ 1.044.974,57	\$ 1.591.293,38	0,0193
40	\$ 27.261.699,26	\$ 526.150,80	\$ 1.065.142,58	\$ 1.591.293,38	0,0193
41	\$ 26.196.556,68	\$ 505.593,54	\$ 1.085.699,83	\$ 1.591.293,38	0,0193
42	\$ 25.110.856,84	\$ 484.639,54	\$ 1.106.653,84	\$ 1.591.293,38	0,0193
43	\$ 24.004.203,00	\$ 463.281,12	\$ 1.128.012,26	\$ 1.591.293,38	0,0193
44	\$ 22.876.190,75	\$ 441.510,48	\$ 1.149.782,89	\$ 1.591.293,38	0,0193
45	\$ 21.726.407,85	\$ 419.319,67	\$ 1.171.973,70	\$ 1.591.293,38	0,0193
46	\$ 20.554.434,15	\$ 396.700,58	\$ 1.194.592,80	\$ 1.591.293,38	0,0193

CUOTA	SALDO PRESTAMO	INTERESES	AMORT. K	CUOTA MENS	%
47	\$ 19.359.841,35	\$ 373.644,94	\$ 1.217.648,44	\$ 1.591.293,38	0,0193
48	\$ 18.142.192,91	\$ 350.144,32	\$ 1.241.149,05	\$ 1.591.293,38	0,0193
49	\$ 16.901.043,86	\$ 326.190,15	\$ 1.265.103,23	\$ 1.591.293,38	0,0193
50	\$ 15.635.940,63	\$ 301.773,65	\$ 1.289.519,72	\$ 1.591.293,38	0,0193
51	\$ 14.346.420,91	\$ 276.885,92	\$ 1.314.407,45	\$ 1.591.293,38	0,0193
52	\$ 13.032.013,45	\$ 251.517,86	\$ 1.339.775,52	\$ 1.591.293,38	0,0193
53	\$ 11.692.237,94	\$ 225.660,19	\$ 1.365.633,18	\$ 1.591.293,38	0,0193
54	\$ 10.326.604,75	\$ 199.303,47	\$ 1.391.989,90	\$ 1.591.293,38	0,0193
55	\$ 8.934.614,85	\$ 172.438,07	\$ 1.418.855,31	\$ 1.591.293,38	0,0193
56	\$ 7.515.759,54	\$ 145.054,16	\$ 1.446.239,22	\$ 1.591.293,38	0,0193
57	\$ 6.069.520,32	\$ 117.141,74	\$ 1.474.151,63	\$ 1.591.293,38	0,0193
58	\$ 4.595.368,69	\$ 88.690,62	\$ 1.502.602,76	\$ 1.591.293,38	0,0193
59	\$ 3.092.765,93	\$ 59.690,38	\$ 1.531.602,99	\$ 1.591.293,38	0,0193
60	\$ 1.561.162,93	\$ 30.130,44	\$ 1.561.162,93	\$ 1.591.293,38	0,0193
	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 1.591.293,38	\$ 1.591.293,38	0,0193

Fuente. Autoras del proyecto

5.2 COSTOS

El costo es fundamentalmente un concepto económico, que influye en el resultado de la empresa; es el sacrificio o esfuerzo económico que se debe realizar para lograr un objetivo, entendiendo como tal aquellos de tipo operativos, como por ejemplo: pagar los sueldos al personal de producción, comprar materiales, fabricar un producto, venderlo, prestar un servicio, obtener fondos para financiarnos, administrar la empresa, etc.³⁸ Estos costos se dividen en costos fijos y variables.

5.2.1 Costos fijos.

Cuadro 63. Costos fijos

COSTOS FIJOS	VALOR MES
Salarios administración.	\$ 3.905.870,00
Contratación externa	\$ 500.000,00
Arriendo	\$ 5.000.000,00
Publicidad	\$ 1.240.000,00
Depreciación	\$ 207.120,00
Dotación	\$ 720.000,00
Total Costos Fijos	\$ 11.572.990,00

Fuente. Autoras del proyecto

³⁸ <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/costos.htm#Conceptocosto> (Consultado 21-04-2010)

Los costos fijos son aquellos que en su magnitud permanecen constantes o casi constantes, independientemente de las fluctuaciones en los volúmenes de producción y/o venta.³⁹

Cuadro 64. Depreciación

DESCRIPCION	VALOR	VIDA UTIL EN AÑOS	DEP. ANUAL	DEP. MES
Maquinaria y equipo	\$ 14.912.400	10	\$ 1.491.240	\$ 124.270
Muebles y enseres	\$ 3.736.000	10	\$ 373.600	\$ 31.133
Equipo de oficina	\$ 2.910.000	10	\$ 291.000	\$ 24.250
Herramientas	\$ 3.296.000	10	\$ 329.600	\$ 27.467
Total Depreciación			\$ 2.485.440	\$ 207.120

Fuente. Autoras del proyecto

5.2.2 Costos variables.

Cuadro 65. Costos variables

COSTOS VARIABLES	VALOR MES
Seguros	\$ 57.000,00
Instructores	\$ 1.293.917,45
Insumos	\$ 200.000,00
Servicios públicos	\$ 800.000,00
Intereses bancarios	\$ 1.054.488,62
Reparaciones y adecuaciones	\$1000.000,00
Capacitación	\$ 178.397,42
Total costos variables	\$ 4.583.803,49

Fuente. Autoras del proyecto

Los costos variables son aquellos que tienden a fluctuar en proporción al volumen total de la producción, de venta de artículos o la prestación de un servicio, se incurren debido a la actividad de la empresa.⁴⁰ Cabe anotar, que en el presente documento se considera la capacitación como un costo variable, en concordancia con lo establecido en los indicadores de gestión, el cual indica que el monto asignado será equivalente al 2% de las ventas netas (ver cuadro 37).

5.2.3 Costos totales unitarios. Puede medirse en función de su producción y distribución. Este costo es el que sirve para valuar las existencias que aparecen en el balance general y estado de pérdidas y ganancias en los renglones de los inventarios de producción en proceso y productos terminados. También puede

³⁹ <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/defcostos2maria.htm> (Consultado 21-04-2010)

⁴⁰ <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/defcostos2maria.htm> (consultado 21-04-2010)

medirse en relación con la posibilidad de aplicar directa o indirectamente a la unidad los gastos incurridos⁴¹.

En el presente proyecto se tuvo en cuenta para su cálculo, además del valor total de los costos, la capacidad instalada en número de clientes. (Ver cuadro 24).

Cuadro 66. Costos totales unitarios.

CONCEPTO	VALOR MES
Total costos fijos	\$ 11.572.990,00
Total costos variables	\$ 4.583.803,49
Total costos	\$ 16.156.793,49
÷ Capacidad instalada en No de clientes	384
= Costos Totales unitarios	\$ 42.074,98

Fuente. Autoras del proyecto

5.2.4 Precio de venta. Se determino con base a una utilidad esperada del 53%, con la formula:

$$\frac{\text{Costo total unitario}}{(1 - \% \text{ utilidad esperada})}$$

Cuadro 67. Precio de venta.

CONCEPTO	VALOR MES
Costo Total unitario	\$42.074,98
Margen utilidad (53%)	\$47.925,02
Precio venta mensualidad	\$90.000,00

Fuente. Autoras del proyecto

5.3 PRESUPUESTO DE INGRESOS Y EGRESOS

5.3.1 Egresos Projectados. Estas proyecciones fueron realizadas teniendo en cuenta el posible comportamiento del IPC para los próximos 5 años, en este orden de ideas, se tomaron los siguientes valores: Año 1, 4%; Año 2, 4,20%; Año 3, 4,5%; Año 4, 5,0% y Año 5,5%.

El costo de horas hombre por número de cliente, se calculo teniendo en cuenta que por cada cliente que se tenga en el periodo, se requerirán 12 horas hombre en el mes.

⁴¹ <http://www.monografias.com/trabajos15/costos-clasificacion/costos-clasificacion.shtml#CLASIF>
(Consultado 21-04-2010)

Cuadro 68. Costo horas hombre primer año

MES	NO. CLIENTES	COSTO MENSUAL H.H.
1	50	\$ 808.698,41
2	57	\$ 913.829,20
3	64	\$ 1.032.626,99
4	64	\$ 1.032.626,99
5	82	\$ 1.318.561,41
6	92	\$ 1.489.974,39
7	92	\$ 1.489.974,39
8	118	\$ 1.902.548,30
9	133	\$ 2.149.879,58
10	133	\$ 2.149.879,58
11	170	\$ 2.745.181,24
12	192	\$ 3.102.054,80
Total HH Primer año		\$ 20.135.835,29

Fuente. Autoras del proyecto

Se tiene en cuenta además para el cálculo de los egresos, la vinculación gradual de instructores, conforme al crecimiento de la demanda y/o a la proyección mensual de ventas e ingresos (ver cuadro 66). La capacidad de atención a usuarios por cada instructor se determina mediante la siguiente fórmula:

Cuadro 69. Capacidad de atención a usuarios por instructor

Horas laborales día	x	No. máx. usuarios por clase	x	Cupos disponibles para usuarios en la semana	=	Total usuarios por instructor
8	x	10	x	2	=	160

Fuente. Autoras del proyecto

Teniendo en cuenta la proyección mensual de ventas e ingresos (ver cuadro 66) y la capacidad de atención a usuarios por cada instructor aquí planteada se puede determinar el mes en el que vinculara un nuevo instructor, para atención a los usuarios, hasta alcanzar la capacidad máxima instalada con 3 instructores, así:

Instructor 1, vinculación a partir del mes 1 para atención a partir de 50 usuarios
 Instructor 2, vinculación a partir del mes 12, para atención a partir de 170 usuarios
 Instructor 3, vinculación a partir del mes 49, para atención a partir de 323 usuarios.

Esto representa un ahorro considerable en salarios, si se contrataran los 3 instructores desde el inicio del proyecto.

Cuadro 70. Egresos anuales proyectados.

CONCEPTO	VALOR MES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	IPC	4,00%	4,20%	4,50%	5,00%	5,50%
COSTOS DE OPERACIÓN						
Arriendo	\$ 5.000.000,00	\$ 60.000.000,00	\$ 62.520.000,00	\$ 65.333.400,00	\$ 68.600.070,00	\$ 72.373.073,85
Instructores	\$ 1.293.917,45	\$ 15.527.009,40	\$ 32.358.287,59	\$ 33.814.410,53	\$ 35.505.131,06	\$ 56.186.869,90
Elementos de Aseo	\$ 200.000,00	\$ 2.400.000,00	\$ 2.500.800,00	\$ 2.613.336,00	\$ 2.744.002,80	\$ 2.894.922,95
Capacitación		\$ 2.308.515,06	\$ 4.747.570,81	\$ 5.900.233,57	\$ 7.367.836,26	\$ 9.244.296,95
Dotación	\$ 720.000,00	\$ 2.160.000,00	\$ 2.160.000,00	\$ 2.160.000,00	\$ 2.160.000,00	\$ 2.160.000,00
Publicidad		\$ 8.080.000,00	\$ 5.640.000,00	\$ 4.740.000,00	\$ 4.740.000,00	\$ 4.740.000,00
Servicios Públicos	\$ 800.000,00	\$ 9.600.000,00	\$ 10.003.200,00	\$ 10.453.344,00	\$ 10.976.011,20	\$ 11.579.691,82
GASTOS DE ADMINISTRACION						
Seguros	\$ 57.000,00	\$ 684.000,00	\$ 712.728,00	\$ 744.800,76	\$ 782.040,80	\$ 825.053,04
Salarios	\$ 3.905.870,00	\$ 46.870.440,00	\$ 48.838.998,48	\$ 51.036.753,41	\$ 53.588.591,08	\$ 56.535.963,59
Contratación Externa	\$ 500.000,00	\$ 6.000.000,00	\$ 6.252.000,00	\$ 6.533.340,00	\$ 6.860.007,00	\$ 7.237.307,39
Reparaciones y adecuaciones	\$ 1.000.000,00	\$ 12.000.000,00	\$ 12.504.000,00	\$ 13.066.680,00	\$ 13.720.014,00	\$ 14.474.614,77
Intereses Bancarios	\$ 1.054.488,62	\$ 12.343.770,31	\$ 10.602.920,76	\$ 8.413.216,16	\$ 5.658.925,17	\$ 2.194.476,66
Cuota préstamo abono a capital	\$ 1.591.293,38	\$ 6.751.750,21	\$ 8.656.506,94	\$ 10.888.472,83	\$ 13.695.921,63	\$ 17.227.234,00
Dotación	\$ 720.000,00	\$ 2.160.000,00	\$ 2.160.000,00	\$ 2.160.000,00	\$ 2.160.000,00	\$ 2.160.000,00
Amortización diferidos (60) meses	\$ 229.000,00	\$ 2.748.000,00	\$ 2.748.000,00	\$ 2.748.000,00	\$ 2.748.000,00	\$ 2.748.000,00
TOTAL EGRESOS DEL PROYECTO	\$ 17.071.569,44	\$ 189.633.484,98	\$ 212.405.012,57	\$ 220.605.987,26	\$ 231.306.551,00	\$ 262.581.504,92

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 71. Egresos mensuales proyectados primer año

CONCEPTO	VALOR MES	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Costos de operación													
Arriendo	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00	\$ 5.000.000,00
Instructores	\$ 1.293.917,45	\$ 1.293.917,45	\$ 1.293.917,45	\$ 1.293.917,45	\$ 1.293.917,45	\$ 1.293.917,45	\$ 1.293.917,45	\$ 1.293.917,45	\$ 1.293.917,45	\$ 1.293.917,45	\$ 1.293.917,45	\$ 1.293.917,45	\$ 1.293.917,45
Elementos de aseo	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
Capacitación	\$ 720.000,00	\$ 720.000,00				\$ 720.000,00				\$ 720.000,00			
Dotación		\$ 89.999,96	\$ 101.699,96	\$ 114.920,95	\$ 129.860,68	\$ 146.742,57	\$ 165.819,10	\$ 187.375,58	\$ 211.734,41	\$ 239.259,88	\$ 270.363,67	\$ 305.510,94	\$ 345.227,36
Publicidad		\$ 1.240.000,00	\$ 1.240.000,00	\$ 1.240.000,00	\$ 150.000,00	\$ 790.000,00	\$ 150.000,00	\$ 790.000,00	\$ 150.000,00	\$ 790.000,00	\$ 150.000,00	\$ 790.000,00	\$ 150.000,00
Servicios públicos	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00	\$ 800.000,00
Gastos de administración													
Seguros	\$ 57.000,00	\$ 57.000,00	\$ 57.000,00	\$ 57.000,00	\$ 57.000,00	\$ 57.000,00	\$ 57.000,00	\$ 57.000,00	\$ 57.000,00	\$ 57.000,00	\$ 57.000,00	\$ 57.000,00	\$ 57.000,00
Salarios	\$ 3.905.870,00	\$ 3.905.870,00	\$ 3.905.870,00	\$ 3.905.870,00	\$ 3.905.870,00	\$ 3.905.870,00	\$ 3.905.870,00	\$ 3.905.870,00	\$ 3.905.870,00	\$ 3.905.870,00	\$ 3.905.870,00	\$ 3.905.870,00	\$ 3.905.870,00
Contratación externa	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
Reparaciones y adecuaciones	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00	\$ 1.000.000,00
Intereses bancarios	\$ 1.054.488,62	\$ 1.085.900,87	\$ 1.076.146,79	\$ 1.066.204,46	\$ 1.056.070,24	\$ 1.045.740,44	\$ 1.035.211,27	\$ 1.024.478,88	\$ 1.013.539,36	\$ 1.002.388,71	\$ 991.022,85	\$ 979.437,63	\$ 967.628,81
Cuota préstamo	\$ 1.591.293,38	\$ 505.392,51	\$ 515.146,59	\$ 525.088,92	\$ 535.223,13	\$ 545.552,94	\$ 556.082,11	\$ 566.814,49	\$ 577.754,01	\$ 588.904,67	\$ 600.270,53	\$ 611.855,75	\$ 623.664,56
Dotación	\$ 720.000,00	\$ 720.000,00				\$ 720.000,00				\$ 720.000,00			
Amortización diferidos (60) meses	\$ 229.000,00	\$ 229.000,00	\$ 229.000,00	\$ 229.000,00	\$ 229.000,00	\$ 229.000,00	\$ 229.000,00	\$ 229.000,00	\$ 229.000,00	\$ 229.000,00	\$ 229.000,00	\$ 229.000,00	\$ 229.000,00
Total egresos del proyecto	\$ 17.071.569,44	\$ 17.347.080,79	\$ 15.918.780,79	\$ 15.932.001,78	\$ 14.856.941,50	\$ 16.953.823,39	\$ 14.892.899,93	\$ 15.554.456,41	\$ 14.938.815,23	\$ 17.046.340,71	\$ 14.997.444,49	\$ 15.672.591,77	\$ 15.072.308,19

Fuente. Autoras del proyecto

5.3.2 Ingresos proyectados. Esta proyección se realizó mes a mes, durante los primeros 5 años de vida del proyecto, para hacerla se tomaron en cuenta factores tales como: el IPC proyectado y el aumento del número de clientes.

Cuadro 72. Proyección mensual de ventas e ingresos

MES	NO. CLIENTES	INCREMENTO MENSUAL	TOTAL	PRECIO VENTA MENSUAL	% INCREMENTO	INGRESOS TOTALES POR MES	INGRESOS TOTALES POR AÑO	INST. REQ.
1	50		50	\$ 89.999,96		\$ 4.499.998,19		1
2	50	7	57	\$ 89.999,96		\$ 5.084.997,95		1
3	57	7	64	\$ 89.999,96		\$ 5.746.047,68		1
4	64	8	72	\$ 89.999,96		\$ 6.493.033,88		1
5	72	9	82	\$ 89.999,96		\$ 7.337.128,29		1
6	82	11	92	\$ 89.999,96		\$ 8.290.954,96		1
7	92	12	104	\$ 89.999,96		\$ 9.368.779,11		1
8	104	14	118	\$ 89.999,96		\$ 10.586.720,39		1
9	118	15	133	\$ 89.999,96		\$ 11.962.994,04		1
10	133	17	150	\$ 89.999,96		\$ 13.518.183,27		1
11	150	20	170	\$ 89.999,96		\$ 15.275.547,10		1
12	170	22	192	\$ 89.999,96	4,20%	\$ 17.261.368,22	\$ 115.425.753,08	2
13	192	3	195	\$ 93.779,96		\$ 18.248.047,01		2
14	195	3	197	\$ 93.779,96		\$ 18.513.556,10		2
15	197	3	200	\$ 93.779,96		\$ 18.782.928,34		2
16	200	3	203	\$ 93.779,96		\$ 19.056.219,94		2
17	203	3	206	\$ 93.779,96		\$ 19.333.487,95		2
18	206	3	209	\$ 93.779,96		\$ 19.614.790,19		2
19	209	3	212	\$ 93.779,96		\$ 19.900.185,39		2
20	212	3	215	\$ 93.779,96		\$ 20.189.733,09		2
21	215	3	218	\$ 93.779,96		\$ 20.483.493,71		2
22	218	3	222	\$ 93.779,96		\$ 20.781.528,54		2
23	222	3	225	\$ 93.779,96		\$ 21.083.899,78		2
24	225	3	228	\$ 93.779,96	4,50%	\$ 21.390.670,52	\$ 237.378.540,56	2
25	228	3	231	\$ 98.000,06		\$ 22.678.490,49		2
26	231	3	235	\$ 98.000,06		\$ 23.008.462,53		2
27	235	3	238	\$ 98.000,06		\$ 23.343.235,66		2
28	238	3	242	\$ 98.000,06		\$ 23.682.879,74		2
29	242	4	245	\$ 98.000,06		\$ 24.027.465,64		2
30	245	4	249	\$ 98.000,06		\$ 24.377.065,26		2
31	249	4	252	\$ 98.000,06		\$ 24.731.751,56		2
32	252	4	256	\$ 98.000,06		\$ 25.091.598,55		2

MES	NO. CLIENTES	INCREMENTO MENSUAL	TOTAL	PRECIO VENTA MENSUAL	% INCREMENTO	INGRESOS TOTALES POR MES	INGRESOS TOTALES POR AÑO	INST. REQ.
33	256	4	260	\$ 98.000,06		\$ 25.456.681,31		2
34	260	4	264	\$ 98.000,06		\$ 25.827.076,02		2
35	264	4	267	\$ 98.000,06		\$ 26.202.859,98		2
36	267	4	271	\$ 98.000,06	5%	\$ 26.584.111,59	\$ 295.011.678,32	2
37	271	4	275	\$ 102.900,06		\$ 28.319.455,93		2
38	275	4	279	\$ 102.900,06		\$ 28.731.504,02		2
39	279	4	283	\$ 102.900,06		\$ 29.149.547,40		2
40	283	4	287	\$ 102.900,06		\$ 29.573.673,31		2
41	287	4	292	\$ 102.900,06		\$ 30.003.970,26		2
42	292	4	296	\$ 102.900,06		\$ 30.440.528,03		2
43	296	4	300	\$ 102.900,06		\$ 30.883.437,71		2
44	300	4	304	\$ 102.900,06		\$ 31.332.791,73		2
45	304	4	309	\$ 102.900,06		\$ 31.788.683,85		2
46	309	4	313	\$ 102.900,06		\$ 32.251.209,20		2
47	313	5	318	\$ 102.900,06		\$ 32.720.464,29		2
48	318	5	323	\$ 102.900,06	5,50%	\$ 33.196.547,05	\$ 368.391.812,79	2
49	323	5	327	\$ 108.559,57		\$ 35.531.932,43		3
50	327	5	332	\$ 108.559,57		\$ 36.048.922,05		3
51	332	5	337	\$ 108.559,57		\$ 36.573.433,87		3
52	337	5	342	\$ 108.559,57		\$ 37.105.577,33		3
53	342	5	347	\$ 108.559,57		\$ 37.645.463,48		3
54	347	5	352	\$ 108.559,57		\$ 38.193.204,97		3
55	352	5	357	\$ 108.559,57		\$ 38.748.916,10		3
56	357	5	362	\$ 108.559,57		\$ 39.312.712,83		3
57	362	5	367	\$ 108.559,57		\$ 39.884.712,81		3
58	367	5	373	\$ 108.559,57		\$ 40.465.035,38		3
59	373	5	378	\$ 108.559,57		\$ 41.053.801,64		3
60	378	6	384	\$ 108.559,57	5,50%	\$ 41.651.134,46	\$ 462.214.847,35	3

Fuente. Autoras del proyecto

- Mes. Corresponde al número de mes de la proyección de ventas mensual, comprende del 1 al 60, que equivalen a los 5 primeros años de vida del proyecto.
- Número de clientes. Comprende el número de clientes con los que se parte para el periodo, para el inicio de actividades se requieren como mínimo 50 usuarios.
- Incremento en número de clientes. Es el número de clientes que se aspira a conseguir cada mes, para aumentar la base ya existente. Durante el primer

año el porcentaje de crecimiento será del 13% mensual, y a partir del mes 13 (segundo año) este incremento será del 1,46% mensual, para lograr ocupar en 5 años de vida el total de la capacidad instalada.

- Total. Contiene la cantidad total de clientes que se tendrían durante cada mes, previo cumplimiento de las metas establecidas.
- Precio de venta mensual. Comprende el precio de venta que se aplicaría al servicio durante cada mes, teniendo un incremento al culminar cada año, equivalente al IPC proyectado.
- Porcentaje de incremento. Equivale al porcentaje de IPC proyectado, que se aplica al precio de venta del servicio para su correspondiente aumento cada año.
- Totales ingresos por mes. Es la cantidad de dinero mensual que ingresara a la empresa, previa atención del número de clientes enunciado.
- Total ingresos por año. Representa el valor consolidado de los ingresos recaudados mes a mes.
- Instructores requeridos. Es la cantidad de instructores que la administración del gimnasio deberá contratar, para atender las ventas proyectadas.

Cuadro 73. Proyección anual de ingresos

AÑO	NO. CLIENTES	TOTAL	INCREMENTO INGRESOS POR CLIENTE	IPC %	INGRESOS TOTALES POR AÑO
1	192	192	\$ 89.999,96	4	\$ 115.425.753,08
2	228	228	\$ 93.779,96	4,2	\$ 237.378.540,56
3	271	271	\$ 98.000,06	4,5	\$ 295.011.678,32
4	323	323	\$ 102.900,06	5	\$ 368.391.812,79
5	384	384	\$ 108.559,57	5,5	\$ 462.214.847,35

Fuente. Autoras del proyecto

5.4 PUNTO DE EQUILIBRIO.

Es el punto donde confluyen los ingresos obtenidos por ventas y los costos totales de la empresa manteniendo equilibrio, sin reportar pérdidas o ganancias. Se determina con la siguiente fórmula:

$$P.E. = \frac{\text{Costos Fijos}}{\text{Precio} - \frac{\text{Costos variables}}{\text{Capacidad instalada}}}$$

Donde:

Costo fijos mensuales (ver cuadro 58)	\$ 12.572.990,00
Costo variable total mensual (ver cuadro 60)	\$ 3.583.803,49
Capacidad instalada en No. clientes mensual (ver cuadro 24)	384
Precio de venta mensual (ver cuadro 62)	\$90.000

Reemplazando se obtiene:

$$P.E. = \frac{\$ 12.572.990,00}{\$ 90.000 - \frac{\$ 3.583.803,49}{384}} = 156 \text{ clientes}$$

5.5 FLUJO DE CAJA PROYECTADO

El estado de flujos de efectivo está incluido en los estados financieros básicos que deben preparar las empresas para cumplir con la normativa y reglamentos institucionales de cada país. Este provee información importante para los administradores del negocio y surge como respuesta a la necesidad de determinar la salida de recursos en un momento dado, como también un análisis proyectivo para sustentar la toma de decisiones en las actividades financieras, operacionales, administrativas y comerciales⁴².

En el presente documento se muestran el flujo de caja mensual correspondiente al primer año de prestación de servicios, y el flujo de caja proyectado anual por los 5 primeros años de labores.

⁴² <http://www.monografias.com/trabajos29/flujos-efectivo/flujos-efectivo.shtml> (consultado 22-04-2010)

Cuadro 74. Flujo de caja proyectado mensual primer año.

INGRESOS	MES 0	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
VENTAS	\$ 0	\$ 4.499.998	\$ 5.084.998	\$ 5.746.048	\$ 6.493.034	\$ 7.337.128	\$ 8.290.955	\$ 9.368.779	\$ 10.586.720	\$ 11.962.994	\$ 13.518.183	\$ 15.275.547	\$ 17.261.368
CREDITO	\$ 56.264.294	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
RECURSOS PROPIOS	\$ 24.113.269												
TOTAL INGRESOS	\$ 80.377.562	\$ 4.499.998	\$ 5.084.998	\$ 5.746.048	\$ 6.493.034	\$ 7.337.128	\$ 8.290.955	\$ 9.368.779	\$ 10.586.720	\$ 11.962.994	\$ 13.518.183	\$ 15.275.547	\$ 17.261.368
EGRESOS													
COSTOS DE OPERACIÓN													
ARRIENDO	\$ 0	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000	\$ 5.000.000
INSTRUCTORES	\$ 0	\$ 1.293.917	\$ 1.293.917	\$ 1.293.917	\$ 1.293.917	\$ 1.293.917	\$ 1.293.917	\$ 1.293.917	\$ 1.293.917	\$ 1.293.917	\$ 1.293.917	\$ 1.293.917	\$ 1.293.917
ELEMENTOS DE ASEO	\$ 0	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000	\$ 200.000
DOTACION	\$ 0	\$ 720.000				\$ 720.000				\$ 720.000			
CAPACITACION	\$ 0	\$ 90.000	\$ 101.700	\$ 114.921	\$ 129.861	\$ 146.743	\$ 165.819	\$ 187.376	\$ 211.734	\$ 239.260	\$ 270.364	\$ 305.511	\$ 345.227
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 0	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 800.000
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 0	\$ 8.103.917	\$ 7.395.617	\$ 7.408.838	\$ 7.423.778	\$ 8.160.660	\$ 7.459.737	\$ 7.481.293	\$ 7.505.652	\$ 8.253.177	\$ 7.564.281	\$ 7.599.428	\$ 7.639.145
GASTOS DE ADMINISTRACION													
SEGUROS	\$ 0	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000	\$ 57.000
SALARIOS	\$ 0	\$ 3.905.870	\$ 3.905.870	\$ 3.905.870	\$ 3.905.870	\$ 3.905.870	\$ 3.905.870	\$ 3.905.870	\$ 3.905.870	\$ 3.905.870	\$ 3.905.870	\$ 3.905.870	\$ 3.905.870
CONTRATACION EXTERNA	\$ 0	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
REPARACIONES Y ADECUACIONES	\$ 0	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
INTERESES BANCARIOS	\$ 0	\$ 1.085.901	\$ 1.076.147	\$ 1.066.204	\$ 1.056.070	\$ 1.045.740	\$ 1.035.211	\$ 1.024.479	\$ 1.013.539	\$ 1.002.389	\$ 991.023	\$ 979.438	\$ 967.629
DOTACION	\$ 0	\$ 720.000				\$ 720.000		\$ 0	\$ 0	\$ 720.000			
CUOTA PRESTAMO	\$ 0	\$ 505.393	\$ 515.147	\$ 525.089	\$ 535.223	\$ 545.553	\$ 556.082	\$ 566.814	\$ 577.754	\$ 588.905	\$ 600.271	\$ 611.856	\$ 623.665
TOTAL COSTOS DE ADMINISTRACION	\$ 0	\$ 7.774.163	\$ 7.054.163	\$ 7.054.163	\$ 7.054.163	\$ 7.774.163	\$ 7.054.163	\$ 7.054.163	\$ 7.054.163	\$ 7.774.163	\$ 7.054.163	\$ 7.054.163	\$ 7.054.163
INVERSIONES													
INVERSION FIJA	\$ 32.814.400	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
INVERISON DIFERIDA	\$ 13.740.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
INVERSION DE CAPITAL DE TRABAJO	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL INVERSIONES	\$ 46.554.400	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL EGRESOS	\$ 46.554.400	\$ 15.878.081	\$ 14.449.781	\$ 14.463.002	\$ 14.477.942	\$ 15.934.823	\$ 14.513.900	\$ 14.535.456	\$ 14.559.815	\$ 16.027.341	\$ 14.618.444	\$ 14.653.592	\$ 14.693.308
BALANCE OPERATIVO	\$ 33.823.162	\$ (1.378.083)	\$ (9.364.783)	\$ (8.716.954)	\$ (7.984.908)	\$ (8.597.695)	\$ (6.222.945)	\$ (5.166.677)	\$ (3.973.095)	\$ (4.064.347)	\$ (1.100.261)	\$ 621.955	\$ 2.568.060
(+) SALDO ANTERIOR	\$ 0	\$ 33.823.162	\$ 22.445.080	\$ 13.080.297	\$ 4.363.343	\$ (3.621.565)	\$ (12.219.260)	\$ (18.442.205)	\$ (23.608.882)	\$ (27.581.977)	\$ (31.646.324)	\$ (32.746.585)	\$ (32.124.630)
SALDO FINAL	\$ 33.823.162	\$ 22.445.080	\$ 13.080.297	\$ 4.363.343	\$ (3.621.565)	\$ (12.219.260)	\$ (18.442.205)	\$ (23.608.882)	\$ (27.581.977)	\$ (31.646.324)	\$ (32.746.585)	\$ (32.124.630)	\$ (29.556.570)

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 75. Flujo de caja proyectado anual

INGRESOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 0	\$ 115.425.753	\$ 237.378.541	\$ 295.011.678	\$ 368.391.813	\$ 462.214.847
CREDITO	\$ 56.264.294	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
RECURSOS PROPIOS	\$ 24.113.269					
TOTAL INGRESOS	\$ 80.377.562	\$ 115.425.753	\$ 237.378.541	\$ 295.011.678	\$ 368.391.813	\$ 462.214.847
EGRESOS						
COSTOS DE OPERACIÓN						
ARRIENDO	\$ 0	\$ 60.000.000	\$ 62.520.000	\$ 65.333.400	\$ 68.600.070	\$ 72.373.074
INSTRUCTORES	\$ 0	\$ 15.527.009	\$ 32.358.288	\$ 33.814.411	\$ 35.505.131	\$ 56.186.870
ELEMENTOS DE ASEO	\$ 0	\$ 2.400.000	\$ 2.500.800	\$ 2.613.336	\$ 2.744.003	\$ 2.894.923
DOTACION	\$ 0	\$ 2.160.000	\$ 2.160.000	\$ 2.160.000	\$ 2.160.000	\$ 2.160.000
CAPACITACION	\$ 0	\$ 2.308.515	\$ 4.747.571	\$ 5.900.234	\$ 7.367.836	\$ 9.244.297
PUBLICIDAD	\$ 0	\$ 8.080.000	\$ 5.640.000	\$ 4.740.000	\$ 4.740.000	\$ 4.740.000
SERVICIOS PUBLICOS	\$ 0	\$ 9.600.000	\$ 10.003.200	\$ 10.453.344	\$ 10.976.011	\$ 11.579.692
TOTAL COSTOS DE OPERACIÓN	\$ 0	\$ 100.075.524	\$ 119.929.858	\$ 125.014.724	\$ 132.093.051	\$ 159.178.855
GASTOS DE ADMINISTRACION						
SEGUROS	\$ 0	\$ 684.000	\$ 712.728	\$ 744.801	\$ 782.041	\$ 825.053
IMPUESTOS POR PAGAR				\$ 9.960.947	\$ 26.996.163	\$ 48.674.915
SALARIOS	\$ 0	\$ 46.870.440	\$ 48.838.998	\$ 51.036.753	\$ 53.588.591	\$ 56.535.964
CONTRATACION EXTERNA	\$ 0	\$ 6.000.000	\$ 6.252.000	\$ 6.533.340	\$ 6.860.007	\$ 7.237.307
REPARACIONES Y ADECUACIONES	\$ 0	\$ 12.000.000	\$ 12.504.000	\$ 13.066.680	\$ 13.720.014	\$ 14.474.615
INTERESES BANCARIOS	\$ 0	\$ 12.343.770	\$ 10.602.921	\$ 8.413.216	\$ 5.658.925	\$ 2.194.477
DOTACION	\$ 0	\$ 2.160.000	\$ 2.160.000	\$ 2.160.000	\$ 2.160.000	\$ 2.160.000
CUOTA PRESTAMO	\$ 0	\$ 6.751.750	\$ 8.656.507	\$ 10.888.473	\$ 13.695.922	\$ 17.227.234
TOTAL COSTOS DE ADMINISTRACION	\$ 0	\$ 86.809.961	\$ 89.727.154	\$ 102.804.210	\$ 123.461.663	\$ 149.329.565
INVERSIONES						
INVERSION FIJA	\$ 32.814.400	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
INVERISON DIFERIDA	\$ 13.740.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
INVERSION DE CAPITAL DE TRABAJO	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL INVERSIONES	\$ 46.554.400	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL EGRESOS	\$ 46.554.400	\$ 186.885.485	\$ 209.657.013	\$ 227.818.934	\$ 255.554.714	\$ 308.508.420
BALANCE OPERATIVO	\$ 33.823.162	\$ (71.459.732)	\$ 27.721.528	\$ 67.192.744	\$ 112.837.098	\$ 153.706.427
(+) SALDO ANTERIOR	\$ 0	\$ 33.823.162	\$ (37.636.570)	\$ (9.915.042)	\$ 57.277.702	\$ 170.114.801
SALDO FINAL	\$ 33.823.162	\$ (37.636.570)	\$ (9.915.042)	\$ 57.277.702	\$ 170.114.801	\$ 323.821.228

Fuente. Autoras del proyecto

5.6 ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO

El estado de resultados es uno de los estados financieros básicos para las entidades lucrativas. Su importancia reside en que muestra la información relativa al resultado de las operaciones en un periodo contable y, por ende, los ingresos y gastos de dichas entidades, así como, su utilidad o pérdida neta, permitiendo evaluar los logros alcanzados con los esfuerzos desarrollados durante el periodo consignado en el mismo estado.

El estado de resultados debe reunir las características primarias de confiabilidad, relevancia, comprensibilidad y comparabilidad para que éste sea útil para la toma de decisiones por parte de sus usuarios gerenciales⁴³

En el presente documento se muestra la información correspondiente a los primeros 5 años de prestación de servicios.

Cuadro 76. Estado de resultados proyectado

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Netas	115.425.753,08	237.378.540,56	295.011.678,32	368.391.812,79	462.214.847,35
Menos: Costo de Ventas/operativos	100.075.524,46	119.929.858,40	125.014.724,10	132.093.051,31	159.178.855,47
Utilidad Bruta	15.350.228,62	117.448.682,16	169.996.954,22	236.298.761,47	303.035.991,88
Menos Gastos Administración	80.058.210,31	81.234.554,42	82.160.958,80	82.769.578,05	83.427.415,45
Menos Gastos Diferidos	2.748.000,00	2.748.000,00	2.748.000,00	2.748.000,00	2.748.000,00
Utilidad Operacional	-67.455.981,69	33.466.127,74	85.087.995,42	150.781.183,42	216.860.576,43
Menos: otros gastos depreciación	3.281.440,00	3.281.440,00	3.281.440,00	3.281.440,00	3.281.440,00
Mas Ingresos no operacionales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utilidad antes de Impuestos	-70.737.421,69	30.184.687,74	81.806.555,42	147.499.743,42	213.579.136,43
Impuesto de renta 33%	0,00	9.960.946,95	26.996.163,29	48.674.915,33	70.481.115,02
Utilidad antes de reserva	-70.737.421,69	20.223.740,79	54.810.392,13	98.824.828,09	143.098.021,41
Reserva legal 10%	0,00	2.022.374,08	5.481.039,21	9.882.482,81	14.309.802,14
Utilidad neta del ejercicio	-70.737.421,69	18.201.366,71	49.329.352,92	88.942.345,28	128.788.219,27

Fuente. Autoras del proyecto

5.7 BALANCE GENERAL

Un balance general es un informe financiero que da cuenta del estado de la economía y finanzas de una institución en un momento o durante un lapso determinado.

⁴³ <http://www.mitecnologico.com/Main/EstadoDeResultadosConceptoElementos> (consultado 22-04-2010)

El balance general, también conocido como estado de situación patrimonial o balance de situación, es un conjunto de datos e informaciones presentados a modo de documento final que incluye un panorama de la situación financiera de una entidad o empresa y que a menudo tiene lugar una vez al año. El balance o estado de situación conjuga en sí mismo los conceptos de activos, pasivos y patrimonio neto, como los tres elementos fundamentales que configuran la contabilidad de una institución.⁴⁴

En el presente documento se proyectaron los balances correspondientes al momento inicial y 3 años subsiguientes, con el fin de obtener datos suficientes para las razones financieras.

Cuadro 77. Balance general proyectado.

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Activo				
CAJA	\$ 33.823.162,18	\$ (37.636.569,71)	\$ (9.915.041,73)	\$ 57.277.702,38
MAQUINARIA Y EQUIPO	\$ 32.814.400,00	\$ 32.814.400,00	\$ 32.814.400,00	\$ 32.814.400,00
DEPRECIACION		\$ (3.281.440,00)	\$ (6.562.880,00)	\$ (9.844.320,00)
DIFERIDOS	\$ 13.740.000,00	\$ 10.992.000,00	\$ 8.244.000,00	\$ 5.496.000,00
Total Activo	\$ 80.377.562,18	\$ 2.888.390,29	\$ 24.580.478,27	\$ 85.743.782,38
Pasivos				
BANCOS NACIONALES	\$ 56.264.293,53	\$ 49.512.543,32	\$ 41.019.943,56	\$ 30.337.639,20
IMPUESTOS POR PAGAR	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 9.960.946,95	\$ 26.996.163,29
Total Pasivo	\$ 56.264.293,53	\$ 49.512.543,32	\$ 50.980.890,51	\$ 57.333.802,49
Patrimonio				
CAPITAL SOCIAL	\$ 24.113.268,66	\$ 24.113.268,66	\$ 24.113.268,66	\$ 24.113.268,66
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 0,00	\$ (70.737.421,69)	\$ 18.201.366,71	\$ 49.329.352,92
UTILIDAD O PERDIDA ACUMULADA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ (70.737.421,69)	\$ (52.536.054,98)
RESERVA LEGAL	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 2.022.374,08	\$ 5.481.039,21
RESERVA LEGAL ACUMULADA	\$ 0,00	\$ 0,00		\$ 2.022.374,08
Total Patrimonio	\$ 24.113.268,66	\$ (46.624.153,03)	\$ (26.400.412,25)	\$ 28.409.979,89
Total Pasivo y Patrimonio	\$ 80.377.562,18	\$ 2.888.390,29	\$ 24.580.478,27	\$ 85.743.782,38

Fuente. Autoras del proyecto

⁴⁴ <http://www.definicionabc.com/economia/balance-general.php> (consultado 22-04-2010)

5.8 CONCLUSION DEL ESTUDIO FINANCIERO

Al observar en detalle la estructura financiera del Proyecto se puede determinar la viabilidad en el desarrollo del mismo, de acuerdo al análisis de los resultados obtenidos en los cálculos. Aunque durante el primer año el proyecto muestra una pérdida considerable (-70.737.421,69), a partir del segundo año, es posible ver una recuperación paulatina, que se extiende hasta el quinto año de servicios, periodo analizado en el presente documento.

La inversión inicial (\$ 80.377.562,18) es razonable y suficiente para garantizar una buena calidad en la prestación del servicio y por ende el crecimiento de la futura empresa; estos recursos se pueden conseguir a través de una entidad financiera que maneje líneas de crédito para creación de empresas como el BBVA o Coomeva Financiera, entre otros.

La proyección de ingresos es congruente con la capacidad instalada y la población potencialmente insatisfecha consignada en el estudio de mercados (Ver cuadro 20).

6. EVALUACION DEL PROYECTO

La evaluación del proyecto tiene como finalidad demostrar su viabilidad teniendo en cuenta la realidad social que presenta la región, así mismo evaluara cuales aspectos positivos y negativos influyen en el medio ambiente; Igualmente, realizar la evaluación financiera que permita establecer la conveniencia del proyecto para el inversionista y la región.

6.1 IMPACTO SOCIAL

El impacto social de Small Gym`s puede medirse en todos y cada uno de los siguientes aspectos:

- Creación y fortalecimiento en los niños de Barrancabermeja, de la cultura de la salud y el auto cuidado del cuerpo a través del ejercicio y la dieta balanceada, quienes recibirán además fortalecimiento del aspecto emocional y social, como contribución a la educación de la nueva sociedad y como apoyo a su proceso natural de crecimiento y desarrollo.
- La estabilidad laboral y económica de los socios inversionistas de este proyecto, quienes dejaran la dependencia de otras empresas en las cuales son empleados hoy día.
- La generación de 6 empleos directos y 3 indirectos, con lo cual se busca generar estabilidad laboral a las personas que ocupen estos cargos.

6.2 AMBIENTAL

El gimnasio generara contaminación ambiental mínima, dado que el servicio que allí se prestara, es el de actividades deportivas para niños entre 0 y 14 años de edad, en turnos programados cada semana.

Los desechos generados dentro del proceso, no causan al medio ambiente alteración de las calidades del aire, agua, suelos y/o estética del paisaje, en este caso la organización no producirá contaminación en ninguno de estos aspectos, dado su naturaleza. Dado lo anterior, podría determinarse el impacto ambiental de este proyecto como bajo.

6.2.1 Declaratoria de Impacto. Se declara bajo juramento que la presente Declaración de impacto ambiental y los antecedentes requeridos para la presentación del proyecto "creación de un gimnasio infantil en la ciudad de Barrancabermeja", cumplen con la legislación ambiental vigente, de conformidad con lo exigido en ley 23 de 1973 y del decreto 2811 de 1974. Así mismo, se declara bajo juramento la aceptación por realizar la Evaluación de impacto

ambiental de este proyecto, incluyendo el compromiso de revisar el estado de avance del proceso de evaluación en el sistema. Finalmente se declara estar en conocimiento de todas las opciones y normas que establece la legislación vigente en cuanto a normatividad ambiental se refiere.

6.2.2 Mitigación de riesgos. A nivel interno se harán charlas dirigidas a padres de familia, familiares y niños inscritos, para que asimilen y aprendan el buen uso de los desechos, como lo son los empaques de galletas, frasco de vidrio o plástico, papel, algodón y/o demás que pudieran presentarse, se deben clasificar los desechos para así darle un buen manejo a su destino final.

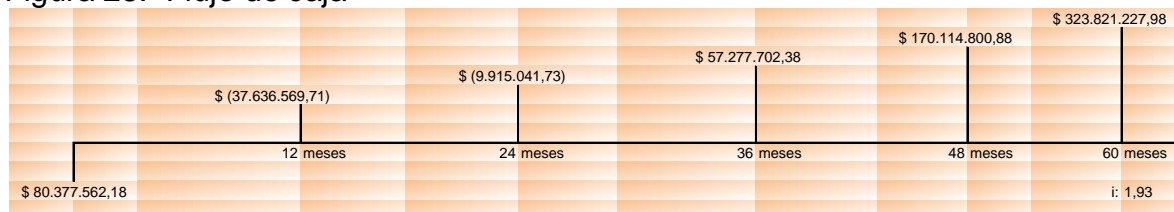
Ante lo anterior, el equipo humano del Gimnasio Infantil, encargados del manejo eficiente y óptimo de los recursos humanos y económicos, entrarían a jugar un papel muy importante, no solo dentro del proceso de crecimiento de la organización, sino del medio ambiente dentro del cual se están educando a los niños. Además de lo anterior contara con un programa de reciclaje en acompañamiento con alguna cooperativa de la ciudad.

6.3 EVALUACION FINANCIERA

6.3.1 Valor presente neto (VPN). El Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: MAXIMIZAR la inversión. El Valor Presente Neto permite determinar si dicha inversión puede incrementar o reducir el valor de la empresa. Ese cambio en el valor estimado puede ser positivo, negativo o continuar igual. Si es positivo significará que el valor de la firma tendrá un incremento equivalente al monto del Valor Presente Neto. Si es negativo quiere decir que la firma reducirá su riqueza en el valor que arroje el VPN. Si el resultado del VPN es cero, la empresa no modificará el monto de su valor⁴⁵.

La tasa de descuento o de oportunidad para el presente proyecto se determino en el 25%, conforme a la tasa ofrecida por los productos existentes en el mercado financiero actual.

Figura 25. Flujo de caja



Fuente. Autoras del proyecto

⁴⁵ <http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm> (consultado 22-04-2010)

Cuadro 78. Calculo del valor presente neto

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VP	\$ (29.921.664,11)	\$ (6.266.801,88)	\$ 28.781.453,12	\$ 67.958.680,66	\$ 102.845.161,06
VPN	\$ 83.019.266,67				

Fuente. Autoras del proyecto

6.3.2 Tasa interna de retorno TIR. La tasa interna de retorno refleja la máxima rentabilidad que entrega el proyecto, es la tasa de interés que ganan los dineros que permanecen invertidos en el proyecto y es comparada con la tasa de oportunidad.

Cuadro 79. Calculo tasa interna de retorno

	INVERSION INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FC	-80.377.562,18	\$ (37.636.570)	\$ (9.915.042)	\$ 57.277.702	\$ 170.114.801	\$ 323.821.228
TIR	44%					

Fuente. Autoras del proyecto

6.3.3 Periodo de recuperación. Consiste en determinar el número de periodos necesarios para la recuperación de la inversión inicial.⁴⁶ Para el caso del presente proyecto este periodo es de 5 años, 3 meses y 4 días.

Cuadro 80. Amortización periodo de recuperación

CONCEPTO	FC	VP	ACUMULADO	SALDO POR RECUPERAR
INVERSION INICIAL	\$ 80.377.562,18	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 80.377.562,18
AÑO 1	\$ (37.636.569,71)	\$ (29.921.664,11)	\$ (29.921.664,11)	\$ 110.299.226,29
AÑO 2	\$ (9.915.041,73)	\$ (6.266.801,88)	\$ (36.188.465,99)	\$ 146.487.692,28
AÑO 3	\$ 57.277.702,38	\$ 28.781.453,12	\$ (7.407.012,87)	\$ 153.894.705,15
AÑO 4	\$ 170.114.800,88	\$ 67.958.680,66	\$ 60.551.667,79	\$ 93.343.037,36
AÑO 5	\$ 323.821.227,98	\$ 102.845.161,06	\$ 163.396.828,85	\$ (70.053.791,49)
AÑO 6	\$ 578.291.032,50	\$ 323.821.227,98	\$ 487.218.056,83	\$ (557.271.848,33)

Fuente. Autoras del proyecto

Cuadro 81. Calculo periodo de recuperación.

AÑO	SALDO POR RECUPERAR/VP	PERIODO EN AÑOS
5	0,288254843	5,288254843

Fuente. Autoras del proyecto

⁴⁶ <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml> (Consultado 22-04-2010)

6.3.4 Razones financieras.

Cuadro 82. Tablero de indicadores financieros.

NOMBRE	MODO DE CALCULO	RESULTADO		
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
RAZON CORRIENTE	ACTIVO CORRIENTE / PASIVO CORRIENTE	\$ (0,76)	\$ (0,19)	\$ 1,00
Descripción:	Esta razón determina cuantos pesos tiene la empresa para responder por cada peso adeudado en un plazo corto. Para el ejemplo se tomo como activo corriente el saldo de CAJA y como pasivo corriente los IMPUESTOS y la OBLIGACION BANCARIA por ser de pago mensual. Para el año 1 y 2 se encuentra que la empresa no tiene capacidad suficiente para pagar sus deudas a corto plazo y que presenta un déficit de -0,76 y -0,19 respectivamente. Durante el tercer año se presenta una recuperación significativa y cuenta entonces con \$1, para respaldar cada peso adeudado.			
PRUEBA ACIDA	ACTIVO CORRIENTE-INVENTARIOS/PASIVO CORRIENTE	\$ (0,76)	\$ (0,19)	\$ 1,00
Descripción:	Esta razón determina cuantos pesos tiene la empresa para responder por cada peso adeudado en un plazo corto, sin tener en cuenta los inventarios de mercancías. Para este caso no varían los valores con relación a la razón corriente, dado que la empresa no maneja inventarios, así pues el resultado es igual al a razón corriente, es decir: para el año 1 y 2 se encuentra que la empresa no tiene capacidad suficiente para pagar sus deudas a corto plazo y que presenta un déficit de -0,76 y -0,19 respectivamente. Durante el tercer año se presenta una recuperación y cuenta entonces con \$1, para respaldar cada peso adeudado.			
MARGEN OPERACIONAL	UTILIDAD OPERACIONAL / VENTAS NETAS	-66%	11%	23%
Descripción:	Indicador de rentabilidad que se define como la utilidad operacional sobre las ventas netas y nos indica, si el negocio es o no lucrativo, en sí mismo, independientemente de la forma como ha sido financiado. Este indicador muestra que durante el primer año de operaciones el negocio no será lucrativo, es decir, las ventas no son suficientes aun para sufragar los gastos de la empresa. Durante el segundo y tercer año se presenta la recuperación de este indicador en un 11% y 23% respectivamente, mejorando ostensiblemente el panorama económico de la empresa.			
MARGEN BRUTO	UTILIDAD BRUTA / VENTAS NETAS	13%	49%	58%
Descripción:	Indicador de rentabilidad que se define como la utilidad bruta sobre las ventas netas, y nos expresa el porcentaje determinado de utilidad bruta (Ventas Netas- Costos de Ventas) que se está generando por cada peso vendido. Este indicador muestra que el gimnasio para niños tiene utilidad sobre sus ventas a partir del primer año (13%) y que mejora en forma considerable para los años subsiguientes.			

NOMBRE	MODO DE CALCULO	RESULTADO		
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
MARGEN NETO	UTILIDAD NETA / VENTAS NETAS	-61%	8%	17%
Descripción:	Indicador de rentabilidad que se define como la utilidad neta sobre las ventas netas, es decir la utilidad que la empresa tiene luego de descontar de sus ventas todos los costos operativos, de administración y las provisiones estatutarias y de ley. Small Gym`s durante el primer año de servicios no tendrá utilidad, de hecho las ventas no serán suficientes para cubrir la totalidad de los gastos y presentara un déficit del 61%. Durante los años dos y tres la utilidad neta aparece y aumenta gradualmente en un 8% y 17% respectivamente.			
RENTABILIDAD DEL ACTIVO	UTILIDAD NETA / ACTIVOS	-2499%	74%	58%
Descripción:	También llamado rentabilidad económica de la empresa, mide la rentabilidad de los recursos totales empleados. Durante el primer año presenta un valor elevado dado que en este periodo de tiempo, tanto los activos como la utilidad neta fueron negativos. Durante el segundo año el valor de los activos y de la utilidad neta, aunque ya son positivos son muy pequeños y equiparables entre si, por lo cual se debe tener cuidado en la interpretación de este porcentaje de rentabilidad para no hacer falsos supuestos. Para el tercer año, con las operaciones más normalizadas se puede tener en este indicador un dato más real al encontrar que la rentabilidad de los recursos de la empresa se ubica en el 58%.			
RENTABILIDAD DEL PATRIMONIO	UTILIDAD NETA / PATRIMONIO	152%	-69%	174%
Descripción:	Este indicador mide la rentabilidad de los recursos invertidos por los socios, las utilidades y las reservas acumuladas. Este indicador es variable durante los tres primeros años de vida de la empresa, mostrando durante el año 1 una rentabilidad del 152%, que pudiera llamarse falsa si se tiene en cuenta que dada la pérdida del ejercicio tanto la utilidad como el patrimonio tienen valores negativos. En el segundo año muestra un indicador más real teniendo en cuenta que aunque el ejercicio presento una pequeña utilidad, el patrimonio sigue siendo negativo a causa de la pérdida acumulada del año 1. En el tercer año el indicador muestra un incremento sustancioso debido a que se presento una utilidad mucho mayor al valor del patrimonio que ya se presenta positivo, pero su valor es menor debido a que se subsano en su totalidad el déficit del año 1.			

NOMBRE	MODO DE CALCULO	RESULTADO		
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
EBITDA	UTILIDAD OPERACIÓN + DEPRECIACION + AMORTIZACIONES	\$ 15.350.228,62	\$ 117.448.682,16	\$ 169.996.954,22
Descripción:	El Ebitda permite determinar las ganancias o la utilidad obtenida por una empresa, sin tener en cuenta los gastos financieros, los impuestos y demás gastos contables que no implican salida de dinero en efectivo, como las depreciaciones y las amortizaciones, algo importante puesto que estos aspectos, se pueden analizar por separado, y que si se pueden manejar o administrar, no deben afectar para nada el desarrollo del proyecto y su resultado final. Desde el punto de vista del Ebitda, lo importante es conocer cuánto puede generar un proyecto; si el Ebitda de un proyecto es positivo, quiere decir que el proyecto en si es positivo, y dependerá su éxito del tratamiento o gestión que se haga de los gastos financieros y del tema tributario, además de las políticas de depreciación y amortización. Este proyecto muestra durante los 3 años del análisis, valores positivos con tendencia al alza.			
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO	PASIVO TOTAL / ACTIVO TOTAL	1.714%	207%	67%
Descripción:	Este indicador señala la proporción en la cual participan los acreedores sobre el valor total de la empresa. Así mismo, sirve para identificar el riesgo asumido por dichos acreedores, el riesgo de los propietarios del ente económico y la conveniencia o inconveniencia del nivel de endeudamiento presentado; en otras palabras que porcentaje de la empresa se encuentra en manos de terceros. Esta empresa tiene un alto nivel de endeudamiento ocasionado por los saldos negativos de caja y porque la inversión inicial es en su mayoría (70%) a través de un crédito. La tendencia hacia el tercer año es hacia la disminución de dicho nivel de endeudamiento.			
NIVEL DE ENDEUDAMIENTO INTERNO	PATRIMONIO / ACTIVO TOTAL	-1.614%	-107%	33%
Descripción:	Este indicador señala la proporción en la cual la empresa presenta deudas con sus asociados. Small Gym`s presenta con sus propietarios un alto nivel de endeudamiento ocasionado por los saldos negativos de caja y las perdidas dejadas en el primer año de operaciones. Se puede apreciar una tendencia a la disminución y una recuperación considerable hacia el tercer año en donde se sitúa en un 33%.			

Fuente. Autoras del proyecto

CONCLUSIONES

El estudio de mercados muestra que los servicios ofrecidos por Small Gym`s cuenta con amplia aceptación por parte de la población objetivo, de donde se resalta que el 100% de la misma manifestó tener conciencia de la importancia de los hábitos de vida saludables y el deporte, a pesar de practicarlos. Al respecto adujeron razones de tiempo y falta de espacios adecuados para la práctica de estas actividades, lo que amplía las posibilidades de crecimiento del proyecto.

El 100% de la población que tiene en sus hogares menores entre 0 y 14 años, manifestaron estar en disposición de contratar el servicio de gimnasio infantil (así no practiquen actividades deportivas en este momento) para sus hijos, además de comprometerse con la asistencia de sus hijos en la frecuencia y hora establecidos por las directivas del mismo.

El precio establecido es competitivo y afín con lo que la población encuestada manifestó estar en capacidad y disposición de pago. El canal de comercialización seleccionado es apropiado y la estrategia publicitara permite que la información llegue directamente a las personas interesadas y se evita perder su efecto al abusar de los medios masivos de comunicación, que por otro lado resulta ser mucho más costosos; la estrategia de entrega de reportes de resultados periódicos a padres dará a los mismos tranquilidad con relación a la seriedad del servicio prestado y contribuirá con el proceso de fidelización, continuidad y permanencia de los clientes.

Técnicamente este proyecto contara con herramientas y equipos adecuados a sus usuarios y de fácil consecución en el país. La distribución del servicio permite atender un buen número de usuarios con pocos equipos, lo que redundará positivamente en el área financiera del presente proyecto.

La demanda presentada en el cuadro 20 (relación entre oferta y demanda) del estudio de mercados, es congruente y permite un crecimiento al proyecto conforme a lo establecido en número y en el tiempo. Existe oferta laboral local y regional, suficiente del recurso humano requerido, el cual presenta fortaleza en el aspecto técnico deportivo, sin embargo es prudente y necesaria la implementación de un plan de capacitaciones permanente, donde se haga énfasis en temas como el manejo de niños entre otros.

La estructura financiera del Proyecto determina la viabilidad del mismo, de acuerdo al análisis de los resultados obtenidos en los cálculos. Es notoria que el primer año de servicios será difícil en cuanto a las pérdidas económicas que ocasionara, sin embargo la proyección de ventas es congruente a la demanda potencial y a las capacidades instaladas, de modo que esa pérdida es recuperable a partir del segundo año y subsiguientes.

Las razones financieras en general muestran un negocio rentable, que necesita de una buena administración para el manejo del alto nivel de endeudamiento presente durante los dos primeros años de labores. Sin que esto signifique que no sea lucrativa la propuesta.

Los impactos sociales son significativos y en la parte ambiental permite crear cultura ambiental en los niños a partir del ejemplo y de las enseñanzas impartidas al interior de Small Gym`s. La evaluación financiera muestra una TIR del 44%, mayor al costo de oportunidad situado en el 25%, y un VPN de \$ 83.019.266,67 que representan el 103% por encima de la inversión inicial; estos puntos que se obtienen de más, aunado al positivo impacto social y ambiental justifican con holgura el llevar a cabo este proyecto.

RECOMENDACIONES

Teniendo en cuenta la naturaleza innovadora del servicio para la región, se hace necesario, un proceso pre-operativo (campaña de expectativa) que permita cautivar la atención de los clientes hacia el gimnasio infantil, que genere en ellos la necesidad de este tipo de lugares y capturar una clientela post operación; esto permitiría “garantizar” la operatividad de la empresa desde el primer momento de labores y el cumplimiento de las proyecciones de ventas establecidas.

Con relación al número de socios, se puede decir que es adecuado pero que se debe procurar por mantenerlo evitando su incremento; de este modo el proyecto de inversión puede convertirse en una real solución para la estabilidad laboral y económica de los inversionistas.

Se deben explorar las posibilidades de ofrecer servicios adicionales que permitan aprovechar al máximo la planta física tales como el transporte, la asesoría de tareas, guardería por horas, cursos preparación para el parto, etc. con el fin de ayudar a reducir en menor tiempo el nivel de endeudamiento de la empresa.

Buscar alianzas estratégicas que permitan obtener publicidad a bajo costo y optimizar el uso de la planta física y operativa, con entidades tales como el Instituto de desarrollo del deporte de Barrancabermeja (INDERBA) y el club Pequeñín.

En general no se debe perder de vista que la razón de ser del negocio son los niños y diseñar toda clase de estrategias que permitan que estos se sientan “como en casa” y hagan que sus padres les faciliten la continuidad en el gimnasio. Estrategias como pijamadas, creación de blogs, descuentos por referidos, entre otras, deben ser desarrolladas a diario, así como mantener decoración y muebles que permitan darle relevancia al sello de “exclusividad para niños” de modo que estos vean el momento de ir al gimnasio como el momento más divertido y agradable del día.

BIBLIOGRAFIA

- ADMINISTRACION FINANCIERA FUNDAMENTOS Y APLICACIONES. García Serna Oscar León. Impresores S.A. 1999
- ALCALDÍA MUNICIPAL DE BARRANCABERMEJA. Barrancabermeja en cifras 1999-2000. Gráficas San Gabriel.
- BARRANCABERMEJA EN CIFRAS 2004 – 2005.
-
- Barrancabermeja. 2000. p. 20
- BARRÍA PM, Amigo H. Transición Nutricional. Una revisión del perfil latinoamericano. ALAN 2006; 56: 1-21.
- CAMARGO DM, Orozco LC, Herrera E. Dolor musculo esquelético en adolescentes. Prevalencia y factores asociados. Salud UIS 2007; 39:159-168.
- CAMARGO DM, Orozco LC, Herrera E. Dolor musculoesquelético en adolescentes. Prevalencia y factores asociados. Salud UIS 2007; 39:159-68
- .
- Código sustantivo de trabajo
- COLECCIÓN DEPORTIVA LA ACTIVIDAD FISICA EN NIÑOS Y ADULTOS. Flórez Humberto Isidro. Diseño y Color impresores. 2005
- .
- Congreso de Colombia Ley 181 de Enero 18 de 1995
- Congreso de Colombia Ley 590 Julio 10 de 2000 - Promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas.
- Congreso de Colombia Ley 863 Diciembre 27 de 2003.
- DANE proyección de población municipal 2005 – 2009.
- DANE. Proyecciones nacionales y departamentales de población 2006-2020.
- El Congreso De Colombia Rama Legislativa - Poder Público Diario Oficial No. 45.622, de 27 de Julio de Ley 902 de 2004.
- ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACION DE UN CENTRO DE RECREACION Y ESPARCIMIENTO FAMILIAR EN LA COMUNA 1 DE BARRANCABERMEJA ZULDILEY LTDA.

- EVALUACION DE PROYECTOS QUINTA EDICION. Baca Urbina Gabriel. Mc Graw Hill. 2006.
- Exceso de peso y su relación con presión arterial alta en escolares y adolescentes de Medellín, Colombia. Archivo Latinam Nutrición 2003; 53:4.
- Federación Internacional De Medicina Deportiva, F.I.M.S. (1989): "La actividad física reduce los factores de riesgo para la salud" Archivos de Medicina del deporte. Vol VI, nº 21, Págs. 79-80.
- GAMBOA EM, Barbosa N, Quintero DC. Prevalencia de sobrepeso y obesidad en adolescentes del municipio de Floridablanca, Colombia. MED UNAB 2007; 10: 5–12.
- Laboratorio Integrado de Ciencias Aplicadas a la Actividad Física y el Deporte -Universidad de Antioquia. Universidad de San Buenaventura- Medellín.
- METODOLOGIA DISEÑO Y DESARROLLO DEL PROCESO DE INVESTIGACION TERCERA EDICION. Méndez E. Carlos A. Mc Graw Hill. 2001.
- NTC ISO 9001:2008
- PÉREZ, Samaniego, V. Actividad física, salud y actitudes. Edetania Ediciones. Valencia. (2001). 185
- RAMÍREZ, William / VINACCIA, Stefano / SUÁREZ, Gustavo Ramón. Artículo actividad física y cambios funcionales en el cerebro.
- SAPAG, Reinaldo. Fundamentos de preparación y evaluación de proyectos. Bogotá. Mc Graw Hill. 1985. p. 125
- Una revisión del perfil latinoamericano. ALAN 2006; 56: 1-21.
- USCÁTEGUI RM, Pérez JA, Aristizábal JC, Camacho JA. Exceso de peso y su relación con presión arterial alta en escolares y adolescentes de Medellín, Colombia. Archivo Latinam Nutrición 2003; 53:4.

WEBGRAFIA

- INCABORNE, Óscar Del juego a la Iniciación Deportiva. Internet: (<http://books.google.com.co/books>).
- OSPINA AGUIRRE, Jorge, “La obesidad infantil: un problema serio”. Internet: (<http://midoctorvirtual.com/dgtree/scripts/contenidos/cnt.php?page=60&i=3>)
- <http://pdf.rincondelvago.com/historia-de-la-gimnasia.html>
- <http://journal.ean.edu.co/index.php/Revista/article/viewArticle/22>
- <http://www.bodytech.com.co/content/view/13/45/>
- <http://www.danzika.com/danzika/historia.php>
- <http://www.caracol.com.co/nota.aspx?id=363222>
- <http://elgabo.com/blog/publicidad/mcdonalds-y-su-nuevo-gimnasio/>
- COMITÉ EMPRESARIAL ANDI DEL FUTURO. Manual para creación de empresa.
- <http://www.actualicese.com/actualidad/2008/12/29/8-requisitos-regimen-simplificado-2009/>
- Internet: (<http://www.andi.com.co/andidelfuturo/documentos/bogota/manualempresa.pdf>)
- <http://www.abcdelbebe.com/node/154929>
- <http://www.consumer.es/web/es/salud/prevencion/2005/11/21/147126.php?page=2>.
- <http://www.recuerdame.net/infancia/beneficios2.php>
- <http://www.gerencie.com/capital-de-trabajo.html>
- http://74.125.45.132/search?q=cache:LUCSGcYIR9UJ:www.monografias.com/trabajos5/cosind/cosind.shtml+definicion+mano+de+obra+directa&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co&lr=lang_es

- http://74.125.45.132/search?q=cache:LUCSGcYIR9UJ:www.monografias.com/trabajos5/cosind/cosind.shtml+definicion+mano+de+obra+directa&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co&lr=lang_es
- http://74.125.45.132/search?q=cache:kmBUw45QHEgJ:www.apuntesfacultad.com/costos-indirectos-de-fabricacion.html+definicion+costos+indirectos+de+fabricacion&cd=1&hl=es&ct=clnk&gl=co&lr=lang_es
- <http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/Empresarios/costos.htm#Conceptocosto>
- <http://www.gestiopolis.com/recursos/documentos/fulldocs/fin/defcostos2maria.htm>
- <http://www.monografias.com/trabajos15/costos-clasificacion/costos-clasificacion.shtml#CLASIF>
- <http://www.monografias.com/trabajos29/flujos-efectivo/flujos-efectivo.shtml>
- <http://www.mitecnologico.com/Main/EstadoDeResultadosConceptoElementos>
- <http://www.definicionabc.com/economia/balance-general.php>
- <http://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>
- <http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversion/proyecto-inversion.shtml>

ANEXOS

ANEXO 1. ENCUESTA DEMANDA

Estudiantes de la Universidad Industrial de Santander, de decimo semestre de Gestión Empresarial, desean conocer su opinión acerca de la creación de un gimnasio infantil en la ciudad de Barrancabermeja.

1. ¿Cree usted que el cuidado de la salud a través del ejercicio físico es importante?

SI _____
NO _____

2. ¿Hay en su hogar niños entre los 0 y 14 años de edad? (si la respuesta es no, fin de la encuesta)

SI _____
NO _____

3. De qué edad? (Permite selección múltiple)

0 a 5 _____
6 a 10 _____
11 a 14 _____

4. Practican estos niños actividades físicas que les permitan mantenerse saludables? (no pregunta 5, si pregunta 6)

SI _____
NO _____

5. Por qué no? (si responde otro, favor informar cual)

Falta de tiempo _____
Falta de espacios adecuados _____
Desconocimiento del tema _____
Otro _____

6. Conoce usted en la ciudad un sitio dedicado al cuidado de la salud física de los niños a través de las actividades dirigidas? Si respondió si, favor manifestar cual.

SI _____
NO _____

7. Estaría dispuesto a contratar los servicios de un gimnasio dedicado exclusivamente al cuidado físico de los niños, donde ellos puedan aprender a cuidar su cuerpo y les sirva como prevención para enfermedades ocasionadas por desordenes alimenticios? (si pregunta 8, No fin de la encuesta)

SI _____
NO _____

8. Estaría dispuesto a enviar a los niños bajo su cargo a este gimnasio infantil, en forma constante conforme a la periodicidad que determinen las directivas del mismo? (si pregunta 9, No fin de la encuesta)

SI _____
NO _____

9. En cuál de los siguientes sectores de la ciudad le gustaría que estuviera ubicado este Gimnasio?

Palmira, Inscredial, recreo _____
Libertad, floresta _____
Aguas claras, pueblo nuevo _____

10. Qué presupuesto mensual destina o estaría en disposición de destinar para el pago de las actividades de su hijo en este gimnasio (en miles de pesos)

50 a 100 _____
101 a 150 _____
más de 150 _____

11. A través de qué medios de comunicación le gustaría recibir información acerca del servicio de gimnasio infantil.

Televisión _____
Radio _____
Prensa _____
Internet _____

ANEXO 2. COTIZACION EQUIPOS SALON CATEGORIA A (0 – 5 AÑOS)

ROYCA NIT. 79.777.810-1
www.distribucionesrovca.com



OFICINA
 PBX: 2703399
 Envigado (Antioquia)
 Colombia - Suramérica

Venezuela: 04145248961

Lista de Precios vigente a partir de Enero 2009

COTIZACION No. 01-208

REFERENCIA	CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO (en pesos)	TOTAL (en pesos)
	1	Gimnasio en espuma. Se compone de: Piscina de pelotas - 1500 pelotas Módulo de cilindro con soportes Módulo de rueda con soportes Túnel de 1.80 de largo 3 balones de Gimnasio 1 rampa con escalera 2 sillas infantiles	4.600.000	4.600.000
	1	Gimnasio sin piscina de pelotas	3.300.000	3.300.000

CONDICIONES

Validez de la Cotización: 60 días.

Tiempo de Entrega: 18 días hábiles

Forma de Pago: 60% anticipo y 40% contra entrega de la mercancía.

Número Cuenta: 10142567995 Royca Gym Bancolombia Cuenta de Ahorros

Otros: Incluye instalación y transporte a destino.

Atentamente,

Fernando Cardenal
 Gerente Administrativo
 Tel: 314-7169058 / 316-6323303

Cualquier inquietud o información adicional que requiera, por favor contáctenos y con gusto le atenderemos. Esperamos una positiva respuesta.

ANEXO 3. COTIZACION EQUIPOS CATEGORIA C (11 A 14 AÑOS)



LISTA DE PRECIOS

LINEA LUDICA	Codigo	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
Tunel 3 m longitud	E10	549.051	87.848	636.899
Tambor de 40 cm x diam. 60 cm	E11	217.154	34.745	251.899
Tambor de 35 cm x diam.60 cm	E12	188.706	30.193	218.899
Tambor de 30 cm x diam. 60 cm	E13	188.706	30.193	218.899
Sala de lectura	E14	577.500	92.400	669.900
Octagono diam. 1.20 m x 30 cm	E15	520.603	83.296	603.899
Balancin base 90 cm x 30 cm x 30 cm viga 1mx 30 cm	E16	330.948	52.952	383.900
Escalera 60 cm x 60 cm x 60 cm	E17	255.086	40.814	295.899
Dona diam. 1.2 m x 30 cm	E18	559.482	89.517	648.999
Deslizadero 1.2 m x 60 cm x 60 cm	E19	435.258	69.641	504.899
Cubo grande de 60 cm x 60 cm	E20	217.154	34.745	251.899
Cubo convertible a 2 triangulos 1m x 60 cm x 60 cm	E21	463.706	74.193	537.899
Cuadrados x 3 de 80 cm -60 cm-40 cmx 20 cm	E22	311.982	49.917	361.899
Superficie pleg. Grande 2.5 m x 1.5 m -5 partes	E23	454.224	72.676	526.900
Superficie pleg. 1.50 m x 50 cm x 3 partes	E24	93.878	15.021	108.899
Superficie individual 1 m x 50 cm x 3 cm	E25	46.465	7.434	53.900
Superficie inclinada 1 m x 50 cm x 35 cm	E26	245.603	39.296	284.899
Superficie didactica 2 m x 1.40 m	E27	397.327	63.572	460.899
Superficie. Pleg. Ed. Fis. 2 m x 1 m	E28	255.086	40.814	295.899
Caballete 1 m x 50 cm x 40 cm	E29	245.603	39.296	284.899
Barril del Chavo diam int.50 cm x diam ext. 90 cm x 1m	E30	776.637	124.262	900.899
Piscina de bolas 1.2 m x 1.2 m x 50 cm altura	E31	1.279.224	204.676	1.483.900
Pelotas (se necesitan 1500) por pieza(249)	E32	354.180	56.669	410.849
Bloque multiposiciones, cilindro 1.2 m x 30 cm diam. 4 bases de soporte multiposicion y 2 cubos con velcro para modulacion	E33	596.465	95.434	691.900
LINEA MOTRICIDAD Y COORDINACION	Codigo	SUBTOTAL	IVA	TOTAL
Eliptica 70 cm x 40 cm x 90 cm	M10	328.966	52.624	381600
Caminador 70 cm x 60 cm x 70 cm	M11	328.966	52.624	381600
Bicicleta 50 cm x 36 cm x 70 cm	M12	328.966	52.624	381600
Pecho 70 cm x 54 cm x 84 cm	M13	328.966	52.624	381600
Remo 1 m x 30 cm x 20 cm	M14	328.966	52.624	381600
Salto diam. 80 cm x 20 cm	M15	207.931	33264	241200
Mancuernas	M16	42.931	6864	49800
Remo dos gatos 90 cm x 50 cm x 18 cm	M17	328.966	52624	381600
Canguro 80 cm x 40 cm x 1m	M18	328.966	52624	381600

ANEXO 4. COTIZACION HERRAMIENTAS CATEGORIA B (6 – 10 AÑOS)

ALMACEN

" EL DEPORTISTA "

NIT: 28.009.164-2 REGIMEN COMUN

Barrancabermeja, Febrero 17 de 2010

Señoras:

SONIA BEDOYA y ZULMA JARAMILLO
Ciudad

Asunto: COTIZACION

DESCRIPCION DEL ELEMENTO	CANT	V. UNIT	VR. TOTAL
PELOTAS PLASTICAS DE LETRAS N° 7	20	\$ 7.500	\$ 150.000
CUERDAS PARA SALTAR CORRIENTE	20	\$ 4.000	\$ 80.000
ULA-ULA DE 70cm DE DIAMETRO	20	\$ 6.000	\$ 120.000
COLCHONETAS DE 100 x 50 x 5cm	20	\$ 45.000	\$ 900.000
CONOS EN PVC DE 20cm	20	\$ 8.500	\$ 170.000
BANDAS ELASTICAS SUAVES	20	\$ 18.000	\$ 360.000
AROS PARA ENCESTAR	2	\$ 40.000	\$ 80.000
BALONES PARA PILATES	10	\$ 65.000	\$ 650.000
BASCULA	1	\$ 50.000	\$ 50.000
MANCUERNAS	20	\$ 49.800	\$ 996.000
CAMILLA	1	\$ 240.000	\$ 240.000
METRO	1	\$ 20.000	\$ 20.000
SUBTOTAL			\$ 3.816.000
IVA			\$ 610.560
TOTAL			\$ 4.426.560

SIEMPRE A SUS GRATAS ÓRDENES.

**ALMACEN
EL DEPORTISTA**

M. GRACIELA MARTINEZ
C.C. 28.009.164 Barrancabermeja

Calle 52 No. 28-02 -Telefax: 6223805 Barrancabermeja - el_deportista@hotmail.com
www.eldeportistabja.com

SERVIMOS NO COMPETIMOS

ANEXO 5. VOLANTE CAMPAÑA EXPECTATIVA



Exclusivo para niños

**Small Gym's abre sus puertas
en Barrancabermeja**

*Atención personalizada, valoración por nutricionistas y Psicología
Monitoreo de actividades en tiempo real vía internet*

✓ Pilateskids ✓ Yoguikids
✓ Rumbakids ✓ Mercakids



¡Esperelo Pronto!