

**CREACIÓN DE EMPRESA, MONSTERFIT - GIMNASIO MULTIFUNCIONAL EN LA
CIUDAD DE MONTERÍA**

AUTORES:

JUAN FERNANDO RUIZ SANCHEZ

PAULA DELFINA MURILLO RAMOS

DIRECTOR:

JORGE RAFAEL GARCIA PATERNINA

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA – FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS.**

MONTERIA - CÓRDOBA

03/09/2020

**CREACIÓN DE EMPRESA, MONSTERFIT - GIMNASIO MULTIFUNCIONAL EN LA
CIUDAD DE MONTERÍA**

AUTORES:

JUAN FERNANDO RUIZ SANCHEZ

PAULA DELFINA MURILLO RAMOS

DIRECTOR:

JORGE RAFAEL GARCIA PATERNINA

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA – FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS,
JURÍDICAS Y ADMINISTRATIVAS.**

MONTERIA - CÓRDOBA

03/09/2020

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a Dios primeramente por permitirnos desarrollar es proyecto, por darnos la claridad necesaria para plasmar en él nuestra idea de negocios.

A nuestros padres por confiar en nosotros, por mostrarnos el camino a seguir como profesionales, por enseñarnos a ser personas de bien y porque gracias a ellos, con su sacrificio como padres, por la educación que nos dieron, hemos podido llegar hasta aquí.

Al Profesor Jorge Rafael García Paternina por ser nuestro guía en la realización de este proyecto, porque nos brindo sus conocimientos, para poder sacar adelante este proyecto, marcándonos las pautas necesarias para desarrollar cada punto de este trabajo.

A todos aquellos maravillosos seres que han compartido junto a nosotros sus enseñanzas y nuestros logros en estos años, mis profesores y compañeros, así como quienes han estado para darnos una voz de aliento en los momentos difíciles. que no solo recorrieron junto a nosotros este camino, sino que ayudaron a construir nuestro presente, todas esas horas de estudio, así como momentos felices y otros irónicos, pero de aprendizaje mutuo, han contribuido a que nosotros desarrollemos este proyecto de creación de empresas.

TABLA DE CONTENIDO.

a.	<u>Introducción.....</u>	<u>página 9</u>
b.	<u>Resumen ejecutivo.....</u>	<u>página 11</u>
c.	<u>Referente teórico y conceptual.....</u>	<u>página 13</u>
d.	<u>Módulo de Mercado.....</u>	<u>página 17</u>
1.	<u>Producto o Servicio.....</u>	<u>página 17</u>
1.1.	<u>Características técnicas.....</u>	<u>página 17</u>
1.2.	<u>Usos.....</u>	<u>página 17</u>
1.3.	<u>Beneficios.....</u>	<u>página 17</u>
1.4.	<u>Productos Sustitutos.....</u>	<u>página 18</u>
1.5.	<u>Productos Complementarios.....</u>	<u>página 18</u>
2.	<u>Consumidor Final.....</u>	<u>página 18</u>
2.1.	<u>Segmentación de Mercado.....</u>	<u>página 18</u>
2.2.	<u>Características socioculturales.....</u>	<u>página 19</u>
2.3.	<u>Delimitación Área Geográfica.....</u>	<u>página 20</u>
3.	<u>Análisis de Demanda.....</u>	<u>página 21</u>
3.1.	<u>Diseño Muestral.....</u>	<u>página 21</u>
3.2.	<u>Validación del instrumento.....</u>	<u>página 22</u>
3.3.	<u>Calculo de la Demanda Actual.....</u>	<u>página 35</u>
3.4.	<u>Proyección de la Demanda.....</u>	<u>página 38</u>
4.	<u>Análisis de la Oferta.....</u>	<u>página 39</u>
4.1.	<u>Cálculo de la Oferta Actual.....</u>	<u>página 39</u>
4.2.	<u>Proyección de la Oferta.....</u>	<u>página 40</u>

5.	<u>Análisis de Precios.....</u>	<u>página 42</u>
6.	<u>Canales de Comercialización.....</u>	<u>página 42</u>
7.	<u>Imagen del Producto/Servicio.....</u>	<u>página 44</u>
8.	<u>Estrategia de Publicidad.....</u>	<u>página 45</u>
e.	<u>Módulos técnico y organizacional.....</u>	<u>página 47</u>
1.	<u>Tamaño del proyecto.....</u>	<u>página 47</u>
2.	<u>Localización.....</u>	<u>página 50</u>
3.	<u>Macrolocalización.....</u>	<u>página 52</u>
4.	<u>Microlocalización.....</u>	<u>página 53</u>
5.	<u>Distribución en Planta.....</u>	<u>Página 54</u>
6.	<u>Proceso de producción o prestación del servicio.....</u>	<u>página55</u>
7.	<u>Naturaleza jurídica.....</u>	<u>página 56</u>
8.	<u>Misión.....</u>	<u>página 56</u>
9.	<u>Visión.....</u>	<u>página 56</u>
10.	<u>Organigrama.....</u>	<u>página 57</u>
11.	<u>Manual de Funciones.....</u>	<u>página 58</u>
f.	<u>Módulos de impacto social, económico y ambiental.....</u>	<u>página 61</u>
g.	<u>Módulo financiero.....</u>	<u>página 63</u>
1.	<u>Inversiones Fijas.....</u>	<u>Página 63</u>
2.	<u>Inversiones Diferidas.....</u>	<u>página 64</u>
3.	<u>Inversiones en capital de trabajo.....</u>	<u>página 64</u>
4.	<u>Distribución de costos.....</u>	<u>página 65</u>
5.	<u>Punto de equilibrio.....</u>	<u>página 71</u>

6.	<u>Flujo neto de inversión.....</u>	<u>página 72</u>
7.	<u>Proyecciones financieras.....</u>	<u>página 72</u>
8.	<u>Flujo neto de operación.....</u>	<u>página 73</u>
9.	<u>Flujo neto del plan de negocios.....</u>	<u>página 74</u>
10.	<u>Evaluación financiera: VPN, TIR, RB/C.....</u>	<u>página 74</u>
h.	<u>Fuentes de financiación.....</u>	<u>página 76</u>
i.	<u>Conclusiones.....</u>	<u>página 77</u>
j.	<u>Recomendaciones.....</u>	<u>página 78</u>
k.	<u>Bibliografía.....</u>	<u>página 79</u>
l.	<u>Anexos.....</u>	<u>página 80</u>
1.	<u>Análisis de resultados de la Investigación de mercados.....</u>	<u>página 80</u>

LISTA DE TABLAS

<u>Tabla 1.....</u>	<u>página 24</u>
<u>Tabla 2.....</u>	<u>página 25</u>
<u>Tabla 3.....</u>	<u>página 26</u>
<u>Tabla 4.....</u>	<u>página 27</u>
<u>Tabla 5.....</u>	<u>página 28</u>
<u>Tabla 6.....</u>	<u>página 29</u>
<u>Tabla 7.....</u>	<u>página 31</u>
<u>Tabla 8.....</u>	<u>página 32</u>
<u>Tabla 9.....</u>	<u>página 33</u>
<u>Tabla 10.....</u>	<u>página 35</u>
<u>Tabla 11.....</u>	<u>página 36</u>
<u>Tabla 12.....</u>	<u>página 36</u>
<u>Tabla 13.....</u>	<u>página 37</u>
<u>Tabla 14.....</u>	<u>página 37</u>
<u>Tabla 15.....</u>	<u>página 38</u>
<u>Tabla 16.....</u>	<u>página 39</u>
<u>Tabla 17.....</u>	<u>página 41</u>
<u>Tabla 18.....</u>	<u>página 41</u>
<u>Tabla 19.....</u>	<u>Página 49</u>
<u>Tabla 20.....</u>	<u>página 49</u>
<u>Tabla 21.....</u>	<u>página 51</u>
<u>Tabla 22.....</u>	<u>página 52</u>

<u>Tabla 23.....</u>	<u>página 59</u>
<u>Tabla 24.....</u>	<u>página 61</u>
<u>Tabla 25.....</u>	<u>página 62</u>
<u>Tabla 26.....</u>	<u>página 65</u>
<u>Tabla 27.....</u>	<u>página 66</u>
<u>Tabla 28.....</u>	<u>página 66</u>
<u>Tabla 29.....</u>	<u>página 67</u>
<u>Tabla 30.....</u>	<u>página 67</u>
<u>Tabla 31.....</u>	<u>página 67</u>
<u>Tabla 32.....</u>	<u>página 68</u>
<u>Tabla 33.....</u>	<u>página 68</u>
<u>Tabla 34.....</u>	<u>página 68</u>
<u>Tabla 35.....</u>	<u>página 68</u>
<u>Tabla 36.....</u>	<u>página 69</u>
<u>Tabla 37.....</u>	<u>página 69</u>
<u>Tabla 38.....</u>	<u>página 69</u>
<u>Tabla 39.....</u>	<u>página 69</u>
<u>Tabla 40.....</u>	<u>página 69</u>
<u>Tabla 41.....</u>	<u>página 70</u>
<u>Tabla 42.....</u>	<u>página 70</u>
<u>Tabla 43.....</u>	<u>página 72</u>
<u>Tabla 44.....</u>	<u>página 72</u>
<u>Tabla 45.....</u>	<u>página 73</u>

LISTA DE FIGURAS

<u>Figura 1.....</u>	<u>página 23</u>
<u>Figura 2.....</u>	<u>página 25</u>
<u>Figura 3.....</u>	<u>página 26</u>
<u>Figura 4.....</u>	<u>página 27</u>
<u>Figura 5.....</u>	<u>página 28</u>
<u>Figura 6.....</u>	<u>página 30</u>
<u>Figura 7.....</u>	<u>página 31</u>
<u>Figura 8.....</u>	<u>página 32</u>
<u>Figura 9.....</u>	<u>página 33</u>
<u>Figura 10.....</u>	<u>página 35</u>
<u>Figura 11.....</u>	<u>página 36</u>
<u>Figura 12.....</u>	<u>página 39</u>
<u>Figura 13.....</u>	<u>página 41</u>
<u>Figura 14.....</u>	<u>página 43</u>
<u>Figura 15.....</u>	<u>página 45</u>
<u>Figura 16.....</u>	<u>página 46</u>
<u>Figura 17.....</u>	<u>página 54</u>
<u>Figura 18.....</u>	<u>página 58</u>

A. INTRODUCCION

El presente proyecto de creación de empresa surge por la necesidad de innovar e implementar en la ciudad de montería un gimnasio multifuncional, que cuente y cumpla con todas las expectativas de los usuarios y que, además, genere una influencia positiva en la vida cotidiana de los habitantes de la ciudad de montería, generando en la población un motivo para practicar una actividad deportiva que conduzca a la reducción de las enfermedades cardiovasculares, el sedentarismo, obesidad, entre otras.

Por tanto, la necesidad de crear un gimnasio multifuncional que renueve las características de la mayoría de los gimnasios de la ciudad, hace de este proyecto, un negocio rentable, innovador y revolucionario, para una ciudad que está acostumbrada a gimnasios convencionales, con servicios básicos donde solo practican una o dos disciplinas y que además estos centros de acondicionamiento físico la mayoría no cuentan con atención personalizada a sus clientes. Por esto y por la iniciativa de crear una cultura deportiva en la ciudad, que permita a adultos y jóvenes, prevenir y disminuir las enfermedades causadas por el sedentarismo y la obesidad, las cuales son muy comunes en el diario vivir de las personas, ya que estas se enfocan solo en el trabajo y sus quehaceres, ignorando y olvidando, que el estado físico, ayuda a mejorar no solo la salud de quien lo practique, sino que también, mejora la salud mental de la persona, disminuyendo la depresión y la ansiedad.

Los motivos por los que se pretende crear el Monsterfitt, Gimnasio Multifuncional en la ciudad de montería, son diversos, ya que, con la apertura de un gimnasio de alto rendimiento y aparte multifuncional, se tendrá la posibilidad de brindarle a sus clientes, atención personalizada, variedad de actividades, ejercicios y disciplinas deportivas, para que no sea solo un gimnasio básico más en la ciudad, si no que genere un impacto en la población

monteriana, donde se pueda resaltar el hecho de que la actividad física, no solo es importante, para tu cuerpo, sino que también es un factor fundamental para evitar que en un futuro, se sufran enfermedades cardiovasculares graves, a causa del sedentarismo o de la obesidad, añadiendo que no solo es bueno para el cuerpo sino que mejora muchos aspectos en la vida personal y psicológica de todo aquel que decida practicar una actividad física.

B. RESUMEN EJECUTIVO

Muchos de los gimnasios en la ciudad no cuentan con planes de acompañamiento a los clientes, recomendaciones en nutrición y la mayoría solo brindan un servicio, el de utilización de máquinas, lo cual convierte a los gimnasios de la ciudad en algo muy básico y constante, donde son pocas las alternativas que brindan en cuanto a innovación para la práctica de alguna disciplina deportiva.

Nuestro proyecto de negocio, brinda la posibilidad a los ciudadanos monterianos, de tener un centro de acondicionamiento físico completo, que además de prestar el servicio de utilización de máquinas, también brinde distintas alternativas de prácticas deportivas, donde no solo tendrán acceso al gimnasio, sino que también tendrán atención personalizada, planes de nutrición y demás beneficios que los centros de acondicionamiento básicos, no pueden brindar.

Nuestra fuente de ingreso, será el alquiler de la utilización de máquinas, por planes de entreno, que incluyen planes de nutrición y atención personalizada, además, entrenamiento personalizado en la disciplina deportiva de preferencia, asesorías de entrenamiento y demás servicios.

Para la creación de este proyecto serán necesarios según el presupuesto planteado en esta investigación 1.150.000 aproximadamente, para llevar a cabo el plan de negocios con todos los materiales y necesidades propuestas en el presupuesto.

Al pasar 12 meses de funcionamiento del centro de acondicionamiento físico, se llegará al tope de la rentabilidad esperada, para empezar a satisfacer gastos y obtener ganancias futuras.

Los creadores de este proyecto como plan de negocio son: Juan Fernando Ruiz Sánchez y Paula Delfina Murillo Ramos.

Tenemos la plena convicción de que nuestro proyecto, como plan de negocio, será un éxito, por el hecho de que los gimnasios y centros de acondicionamiento físico en la ciudad son muy básicos y tradicionales, por ende, no cumplen con las expectativas para todo el público de la ciudad de montería, ya que, al brindar solo una o dos disciplinas deportivas, los limita de acaparar más campo en el mercado de los gimnasios. Por este hecho, el Monsterfitt, Gimnasio Multifuncional, es un negocio muy rentable, ya que tiene la capacidad de atraer a nuevos clientes, brindándoles opciones de entrenamiento y un servicio excepcional con el cual, fidelizar los clientes, será una tarea sencilla, basándonos en la atención personalizada como eje del establecimiento.

C. REFERENTE TEORICO Y CONCEPTUAL

Gimnasio: Según la editorial definiciones mx, “*se denomina gimnasio a un establecimiento en donde la gente se reúne para realizar actividad física*”. Los gimnasios suelen contar con diversos elementos dispuestos para este fin como por ejemplo pesas, juegos de poleas, cintas para correr, etc. Suelen tener también instructores que especifican que tipo de ejercicio es el más recomendado para la situación de cada persona. Los gimnasios han tenido una enorme oferta en los últimos años, reflejada en un aumento significativo de locales destinados a esta actividad. También es posible observar un número de gimnasios cada vez más orientados a determinadas prácticas específicas, según las inclinaciones y gustos de los clientes.

Actividad física: Según el instituto nacional del corazón, pulmones y sangre, “*La actividad física es todo movimiento del cuerpo que hace trabajar a los músculos y requiere más energía que estar en reposo*”. Caminar, correr, bailar, nadar, practicar yoga y trabajar en la huerta o el jardín son unos pocos ejemplos de actividad física.

El ejercicio es un tipo de actividad física que es planificado y estructurado. Levantar pesas, tomar una clase de aeróbicos y practicar un deporte de equipo son ejemplos de ejercicio.

La actividad física reporta muchos beneficios a la salud. Estos beneficios se presentan por igual en personas de ambos sexos y de cualquier edad y raza.

Por ejemplo, la actividad física le ayuda a mantenerse en un peso saludable y le facilita realizar sus tareas diarias, como subir escaleras e ir de compras.

Los adultos que se mantienen físicamente activos corren menos riesgo de sufrir depresión y disminución de la función cognitiva a medida que envejecen. (La función cognitiva abarca las

destrezas de razonamiento, aprendizaje y discernimiento). Los niños y adolescentes que se mantienen físicamente activos pueden tener menos síntomas de depresión que sus compañeros.

La actividad física también reduce el riesgo de sufrir muchas enfermedades, como la enfermedad coronaria, la diabetes y el cáncer.

Muchos estudios han demostrado los beneficios claros que la actividad física reporta al corazón y los pulmones.

La actividad física fortalece el corazón y mejora el funcionamiento de los pulmones

Cuando se realiza con regularidad, la actividad física moderada e intensa, se fortalece el músculo cardíaco. Al hacerlo, mejora la capacidad del corazón para bombear sangre a los pulmones y al resto del cuerpo. Entonces circula más sangre hacia los músculos y las concentraciones de oxígeno en la sangre.

Los capilares, que son los vasos sanguíneos diminutos del cuerpo, también se ensanchan. Esto les permite llevar más oxígeno a todas partes del organismo y transportar fuera de ellas los productos de desecho.

Salud: Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), *“la salud es la condición de todo ser vivo que goza de un absoluto bienestar tanto a nivel físico como a nivel mental y social. Es decir, el concepto de salud no sólo da cuenta de la no aparición de enfermedades o afecciones, sino que va más allá de eso”*. En otras palabras, la idea de salud puede ser explicada como el grado de eficiencia del metabolismo y las funciones de un ser vivo a escala micro (celular) y macro (social).

El estilo de vida, o sea el tipo de hábitos y costumbres que posee una persona, puede ser beneficioso para la salud, pero también puede llegar a dañarla o a influir de modo negativo sobre ella. Por ejemplo, un individuo que mantiene una alimentación equilibrada y que realiza actividades físicas en forma cotidiana tiene mayores probabilidades de gozar de buena salud. Por el contrario, una persona que come y bebe en exceso, que descansa mal y que fuma, corre serios riesgos de sufrir enfermedades evitables.

Obesidad y Sobrepeso: según la OMS, *“La obesidad y el sobrepeso se definen como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud”*. Una forma simple de medir la obesidad es el índice de masa corporal (IMC), esto es el peso de una persona en kilogramos dividido por el cuadrado de la talla en metros. Una persona con un IMC igual o superior a 30 es considerada obesa y con un IMC igual o superior a 25 es considerada con sobrepeso. El sobrepeso y la obesidad son factores de riesgo para numerosas enfermedades crónicas, entre las que se incluyen la diabetes, las enfermedades cardiovasculares y el cáncer.

Alguna vez considerados problemas de países con ingresos altos, la obesidad y el sobrepeso están en aumento en los países con ingresos bajos y medios, especialmente en las áreas urbanas.

Deporte: Según GIMON (2019): *“El término deporte es una actividad física, básicamente de carácter competitivo y que mejora la condición física del individuo que lo practica, de igual forma cuenta con una serie de propiedades que lo hacen diferenciarse del juego”*. Por su parte la Real Academia Española (RAE) define este término como *“una actividad física que es ejercida por medio de una competición y cuya práctica requiere de entrenamiento y*

normas”. En general la definición de deporte va relacionada con la actividad física, sin embargo, es necesario tener en cuenta que no se debe de confundir con el ejercicio físico, ya que existen juegos como el ajedrez que no necesita de actividad física pero sí agilidad y gran concentración. La mente forma parte del cuerpo y su actividad es considerada como actividad física más no como ejercicio físico. Por su parte el Comité Olímpico Internacional señala que el deporte es un derecho humano y reza lo siguiente “*toda persona debe tener la posibilidad de practicar deporte sin discriminación de ningún tipo y dentro del espíritu olímpico, que exige comprensión mutua, solidaridad y espíritu de amistad y de juego limpio*”.

D. Módulo de mercado

1. Producto o servicio

Servicio ofrecido inicialmente para la ciudad de Montería en el departamento de Córdoba-Colombia, atribuyéndose a un gimnasio tradicional, en cual estará implementado un valor agregado, a través de la innovación, en donde se ofrece un servicio personalizado de atención al cliente haciendo apertura a un Gimnasio múltiple, que además de ofrecer lo tradicional que estos contienen como normalmente se observan las máquinas de entrenamiento, se innova e implementa nuevas estrategias asociadas a las preferencias del cliente, por lo tanto se brinda la oportunidad de practicar una disciplina deportiva en específico (preferencias del cliente) adicionado en el servicio de atención personalizada; para esto se realizará una inversión en entrenadores capacitados, maquinaria y elementos innovados y asociados a las disciplinas deportivas que se estarán ofertando.

1.1.Características técnicas

Al ser un servicio, sus características son Intangibles, subjetivas y simbólicas; se ofrece al cliente la posibilidad de hacer parte de un Gimnasio Multifuncional con personal capacitado.

1.2.Usos

Se inicia esta idea de negocio por la necesidad y destinación a la realización de la actividad física, con fines de mejorar la calidad de vida en términos de salud.

1.3. Beneficios

El servicio beneficia a la salud física, mental y emocional, y mejora la calidad de vida del consumidor final; evitando enfermedades como el sedentarismo, la obesidad y enfermedades

cardiovasculares. Por tanto, el servicio apunta a solventar la necesidad que hoy en día presentan las personas, y que actualmente muchas entidades en favor de la salud hacen el llamado, para cambiar el estilo de vida desordenado que presenta dichas personas y la necesidad de contribuir al desarrollo nutricional de estas.

1.4. Productos sustitutos

Se detalla la venta de suplementos y artículos de entrenamiento, suplementos hipercalóricos, para hipertrofia y aumento de masa muscular, además, venta de guantes, y equipo de seguridad.

1.5. Productos complementarios

Como servicios complementarios, señalamos los servicios de acompañamiento de los entrenadores en los entrenamientos específicos, además del servicio de nutrición que dichos entrenadores brindan, y un servicio complementario de seguridad, tanto dentro como fuera del establecimiento, y por supuesto en los objetos.

2. Consumidor Final

El perfil de consumidor necesario para el funcionamiento del **GIMNASIO MULTIFUNCIONAL - MONSTERFIT** contempla las siguientes características, de acuerdo al segmento de mercado y sus características socioculturales:

2.1. segmentación de Mercado

- **De acuerdo a las características demográficas.** Se maneja ambos sexos, la edad oscila de los 15 a 75 años, en casos extremos personas con más edad, se le asigna una rutina condicionada con ciertos ejercicios, se les realiza un chequeo para saber su condición física y si es apto para la realización de ejercicios y manipulación de las máquinas del gimnasio; entre

otras características como lo es el nivel educativo, la profesión, la ocupación, estado civil, la clase social, etc., no se toma en cuenta al momento del ingreso del cliente al gimnasio.

2.2. Características Socioculturales

- **De acuerdo a las actividades que desarrolla.** Se caracteriza al gimnasio como una complementación de actividades que el consumidor puede desarrollar en su cotidianidad, el cliente puede desarrollar las actividades que brindan en el gimnasio sin necesidad de eliminar otras que cotidianamente desempeña; solo es necesaria la implementación de una programación y distribución de su tiempo. Debe tener en cuenta nuestro horario de apertura y cierre.

- **De acuerdo a los intereses que posean.** Como gimnasio, los logros y motivaciones del consumidor al momento de llevar una vida saludable es indispensable, en vista de que, serán personas más sanas; los consumidores que adquieren este estilo de vida, obtienen cambios en su organismo, causándoles prolongación de vida, conociendo que, hoy en día hay muchas personas con enfermedades cardiacas, obesidad, diabetes, entre otras más, por el mal estilo de vida que llevan, no hacen ejercicio y además su alimentación es supremamente desfavorable, evitan ir al nutricionista y que se les proporcione una tabla nutricional para ayudarlos a mejorar.

Por lo tanto, nuestro gimnasio pretende que los consumidores además de que empiecen a ejercitarse, comiencen una dieta balanceada para adquirir mejores resultados, ya sea para ganar, quemar o mantener la masa muscular. Además, preparar a nuestros clientes para representaciones de nuestro gimnasio en concursos grandes del fitness como Mister Olympia o el Harnold Classic.

Se necesita personas que tengan buenos valores, que exista el respeto mutuo entre las personas, sentido de pertenencia por nuestros activos, que compartan ejercicios o clases grupales,

desarrollen el valor de la amistad y compañerismo, motivación para otros clientes que emprendan nuevos cambios en su vida.

Actualmente el sector económico en el que se encuentra el negocio es el terciario. El objeto de operación está relacionado con la prestación de servicios de actividad física, ejercicio y entrenamiento en general, equipos de entrenamiento muscular, fortalecimiento muscular, Clases grupales o fitness grupal, servicios de fisioterapia y rehabilitación, servicios de dieta y nutrición, Cuenta con 800m², el radio de acción sería local principalmente al cabo del estudio de mercadeo que se realice.

3. Delimitación Área Geográfica

El gimnasio Monsterfitt tendrá su sede principal en la ciudad de Montería capital del departamento de Córdoba – Colombia en la calle 41 cra4 ubicación bastante concurrida y transitada por las personas de la zona norte, este, oeste y el centro de la ciudad la población total de Montería para (2020) es de 505.334 habitantes.

Más del 50% de la población está ubicada en las zonas mencionadas anteriormente razón que nos permite establecer que el servicio sea ofrecido en esta parte del distrito, además de ser esta una de las vías que conecta a la ciudad con diferentes barrios, cuenta con accesibilidad al transporte público para facilitar la movilidad de las personas que no tienen su propio medio de transporte, al igual que vías de ciclo rutas para aquellas personas que les gusta montar bicicleta para ir al gimnasio.

Se caracteriza también por ser una zona bastante segura por la presencia de importantes hoteles, bares y centros comerciales que están ubicados alrededor lo cual permite haya una vigilancia constante por parte de la fuerza pública, atributo que daría tranquilidad a nuestros clientes si

algún día les gustase regresar a casa caminando no se puede olvidar que en esta parte de Montería vive la población de estratos 4, 5 y 6 de la ciudad que además de mantener un nivel económico estable, es también la población que más se preocupa por mantener un cuerpo sano y en forma, por lo que nuestra idea de negocio sería muy atrayente para ellos lo cual nos garantiza ingresos.

4. Análisis de Demanda

Para el Análisis de la demanda se llevó a cabo un cuestionario aplicado a la muestra establecida que es de 384 personas encuestadas, después de esto se procedió al análisis de los resultados de cada una de las preguntas.

4.1. Diseño Muestral

Para el debido estudio y dar credibilidad a lo que se estipule en el caso de creación y fundamentación de proyecto, antes que todo, se requerirá de un sondeo poblacional que dé a conocer los aspectos a tener en cuenta al momento de tomar decisiones en torno a la variedad de gustos por parte de la población, donde estos son una parte transcendental a tener en cuenta en el anteproyecto debido a la demanda que hacen con respecto a la necesidad de obtener una mejor calidad de vida por medio de la actividad física, ya que si se toma muy en cuenta los aspectos requeridos por el grupo poblacional, causará la plena satisfacción personal de cada usuario.

Elementos: los elementos a tener en cuenta en esta muestra y de los cuales se necesitará información será todo tipo de personas, sin importar oficio o profesión.

Población: la ciudad de Montería cuenta con una población de 505.334 habitantes.

Unidad de muestreo: en la ciudad de Montería se requiere encuestar a una parte de la población, con el objeto de llevar a cabo un determinado estudio acerca de la utilización de un gimnasio múltiple.

Población de estudio: la población a tener en cuenta y de la cual se tomará la muestra, contarán con las siguientes especificaciones:

- a. Elemento: de 15 años a edad indefinida para hombres y mujeres.
- b. Unidad de muestreo: de 15 años a edad indefinida.
- c. Alcance: ciudad de Montería.
- d. Tiempo: enero de 2021 a diciembre de 2050.

4.2. Validación del instrumento.

Selección del instrumento de muestreo: el método a usar en este caso, será el probabilístico, ya que nos permite un mejor manejo y adquisición de información:

Muestreo probabilístico: con este tipo de muestreo, lo que se busca es el equilibrio social en cuanto al requerimiento de información personal por medio de encuestas, la cual deberá ser tratada internamente con la intención de dar el pleno uso y estudio de esta.

Determinación del tamaño de la muestra:

N: Tamaño de la población.

n: Tamaño de la muestra.

Z: Coeficiente de confianza.

e: Margen de error

P: Probabilidad a favor

Q: Probabilidad en contra.

$$n = \frac{Z^2 N P Q}{e^2 (N - 1) + Z^2 P Q}$$

Figura 1. Determinación del tamaño de la muestra, con esta ecuación determinamos el tamaño de la muestra; donde N es el tamaño de la población, n es el tamaño de la muestra, Z es el coeficiente de confianza, e el margen de error, P probabilidad a favor y Q probabilidad en contra.

N: 505.334

n: _____

Z: 95% = 0,95/2 = 1,96

e: 5% = 0,05

P: 50% = 0,5

Q: 50% = 0,5

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (505334) \cdot (0,5) \cdot (0,5)}{(0,05)^2 \cdot (505334 - 1) + (1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (0,5)}$$

n = 383,8 ≈ 384

El total a realizar en este plan de negocios es de 384 encuestas acerca de la implementación y creación de un gimnasio múltiple en la ciudad de Montería.

- **Análisis de Resultados encuesta realizada**

Elija su tipo de sexo

Tabla 1

Elija su sexo

Elija su tipo de sexo	
Sexo	# de encuestados
Hombre	209
Mujer	175
Total	384

Fuente: elaboración propia

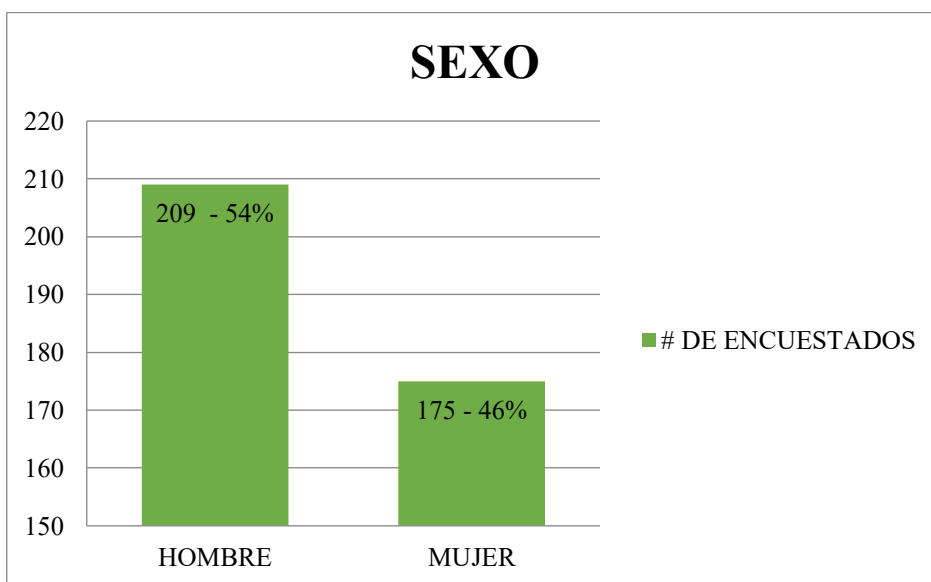


Figura 2. De acuerdo con la encuesta realizada a la población seleccionada, se obtuvo el siguiente análisis: la población encuestada fue de 384 personas de las cuales un 54% (209 personas) corresponden al sexo masculino (hombre) y un 46% (175 personas) corresponden a sexo femenino (mujer) del total de encuestados.

¿Realiza algún tipo de actividad física?

Tabla 2

realiza alguna actividad física

¿Realiza algún tipo de actividad física?		
Sexo	Número de personas	Porcentaje %
Si	213	55,50%
No	171	44,50%
Total	384	100%

Fuente: elaboración propia

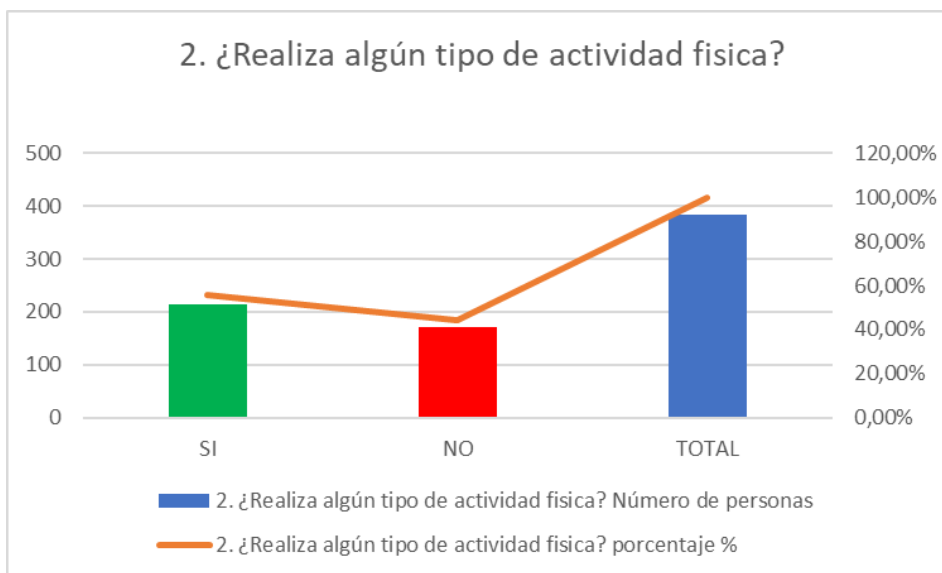


Figura 3. Investigando acerca de la realización de actividad física por parte de los Monterianos logramos identificar que alrededor del 55,5% afirma realizar algún tipo de actividad física, mientras que el 44,5% restante, afirma no realizar ningún tipo de actividad física.

¿ considera usted necesario la realización de actividades físicas en un gimnasio, para mantener una buena calidad de vida en términos de salud?

tabla 3

*Necesidad
de*

*actividad
física*

¿considera usted necesaria la realización de actividades físicas para mantener la buena calidad de vida en términos de salud?		
Respuesta	Número de personas	porcentaje%
SI	225	58,60%
NO	159	41,40%
TOTAL	384	100%

fuentes: elaboración propia

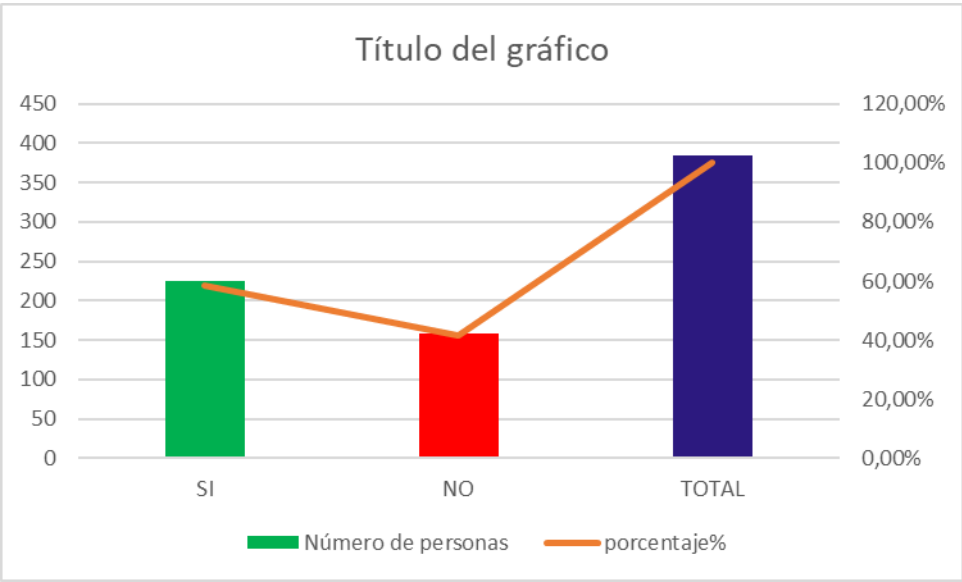


Figura 4. Frente al porcentaje de personas de la ciudad de Montería que consideran importante la realización de actividad física para mejorar la calidad de vida en términos de salud, el 58,6% afirman que sí es importante, mientras que el 41,4% restante afirma que no es necesaria la actividad física para mejorar la calidad de vida en términos de salud.

¿Con qué frecuencia asiste usted a un gimnasio?

Tabla 4

Frecuencia de asistencia a un Gimnasio

¿Con que frecuencia asiste usted a un Gimnasio?		
respuesta	Número de personas	Porcentaje %
diariamente	80	21%
1 vez por semana	102	27%
3 vez por semana	127	33%
Solo fines de semana	5	1%
otros	70	18%
total	384	100%

Fuente: elaboración propia

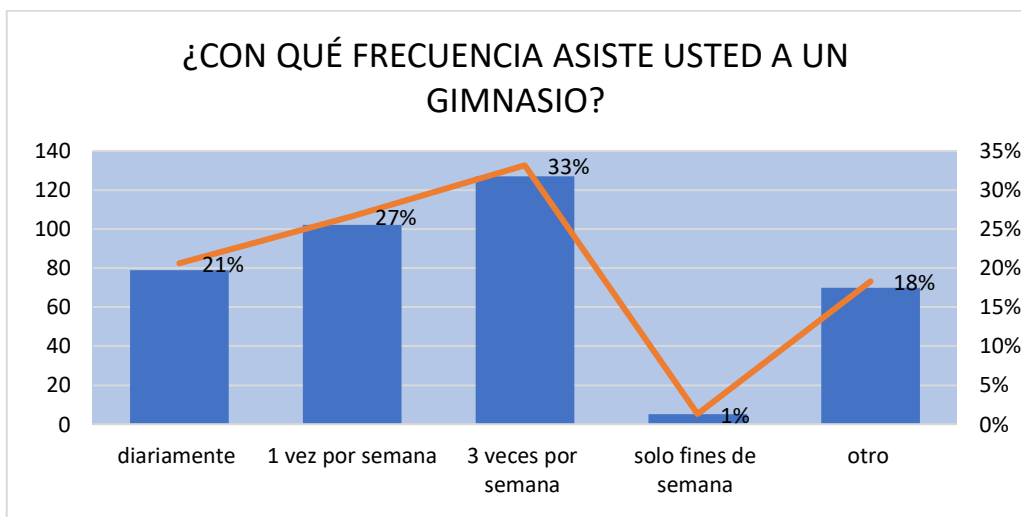


Figura 5. De acuerdo con los datos obtenidos en la encuesta realizada a la población seleccionada, se lleva al análisis: del 100% de la población encuestada (384 personas) el de mayor escogencia es **3 veces por semana** con un (33%), la siguiente **1 vez por semana** con un (27%), el siguiente **diariamente** con un (21%), el siguiente **otros** con un (18%) y de menor escogencia **solo fines de semana** con un (1%).

Aparte de los programas básicos que ofrece un gimnasio. ¿estaría usted interesado en participar o inscribirse en uno más programas adicionales que sean ofertados?

Tabla 5

Interés en programas ofertados

aparte de los programas básicos que ofrece un gimnasio. ¿estaría usted interesado en participar o inscribirse en uno más programas adicionales que sean ofertados?

Respuesta	Número de personas	Porcentaje %
SÍ	275	72%
NO	109	28%
TOTAL	384	100%

Fuente: elaboración propia

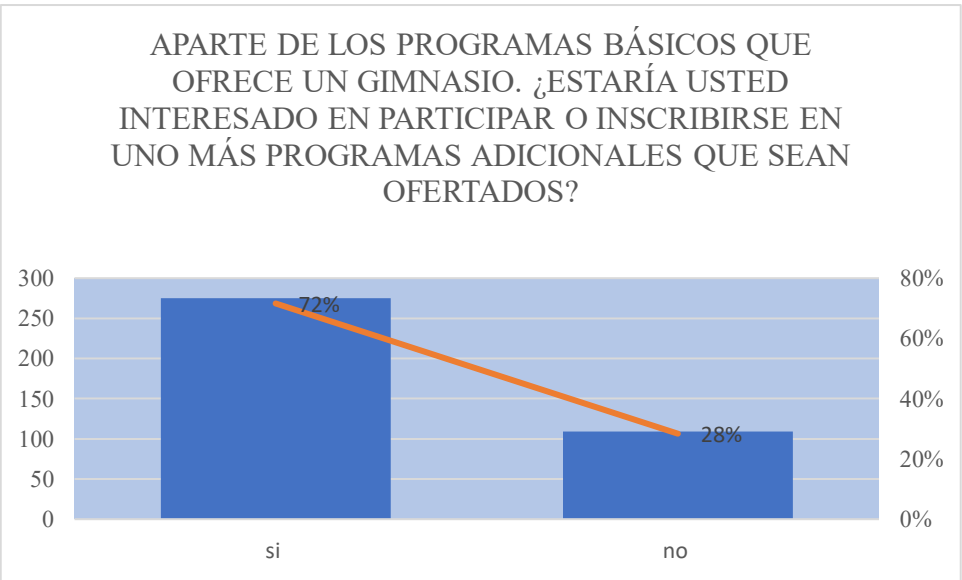


Figura 6. Frente al porcentaje realizado arrojado por la encuesta hacia la población, un 72% está de acuerdo a recibir otros servicios adicionales para su debido proceso de acondicionamiento físico y un 28% no está de acuerdo.

¿Qué disciplina de alto rendimiento estaría dispuesto a practicar?

Tabla 6

Disciplina de alto rendimiento

Disciplina	# de encuestados
Halterofilia	30
CrossFit	146
Calistenia	72
Kickboxing	88
Otras	
disciplinas	48
TOTAL	384

Fuente: elaboración propia

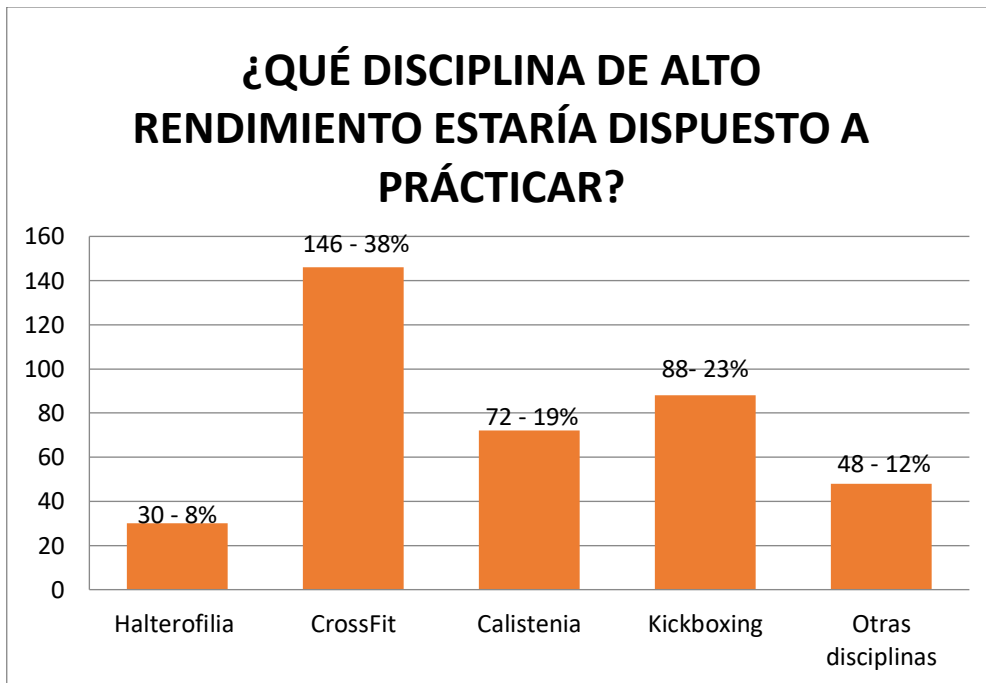


Figura 7. De acuerdo al resultado obtenido de la encuesta realizada a la población seleccionada, se llega al siguiente análisis de acuerdo a la pregunta elaborada: del 100% de la población encuestada (384 personas) el de mayor escogencia es el CROSSFIT con un 38% (146 personas), por consiguiente tenemos a KICKBOXING con un 23%(88 personas), le sigue Calistenia con un 19%(72 personas), tenemos a OTRAS DISCIPLINAS con un 12%(48 personas) y por ultimo tenemos a HALTEROFILIA con menor proporción correspondiente a un 8%(30 personas).

¿Qué horario apartaría usted para asistir al gimnasio?

Tabla 7

Horario apartado para asistir

¿Qué horario apartaría usted para asistir al gimnasio?		
Respuesta	Número de personas	porcentaje%

entre 5am a 9am	70	18%
entre 9am a 2pm	64	17%
entre 2pm a 6pm	100	26%
entre 6pm a 9pm	150	39%
total	384	100%

Fuente: elaboración propia

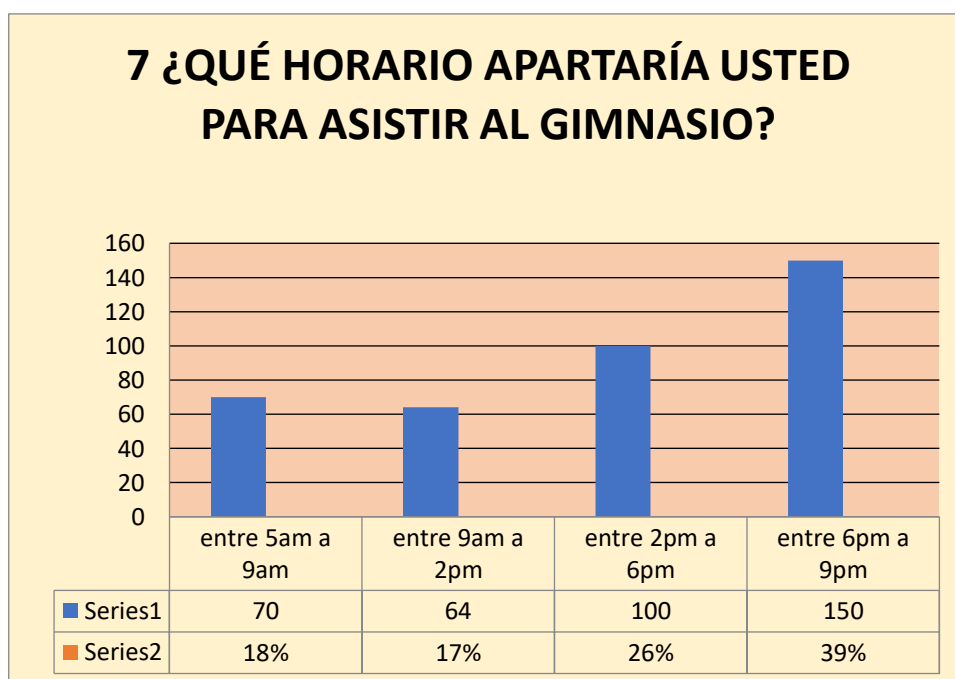


Figura 8. Partiendo de los resultados obtenidos ante este interrogante se puede observar que la frecuencia con relación al horario en la que los monteriano prefieren asistir al gimnasio es entre las 6:00pm y 9:00pm con un 39% seguido del horario entre las 2:00pm y las 6:00pm con un 26%.

¿Dónde sugiere la ubicación del gimnasio en Montería?

Tabla 8

Ubicación del Gimnasio

¿Dónde sugiere la ubicación del gimnasio en Montería?

Respuesta	Número de personas	porcentaje%
norte	134	35%
sur	90	23%
centro	160	42%
total	384	100%

Fuente: elaboración propia

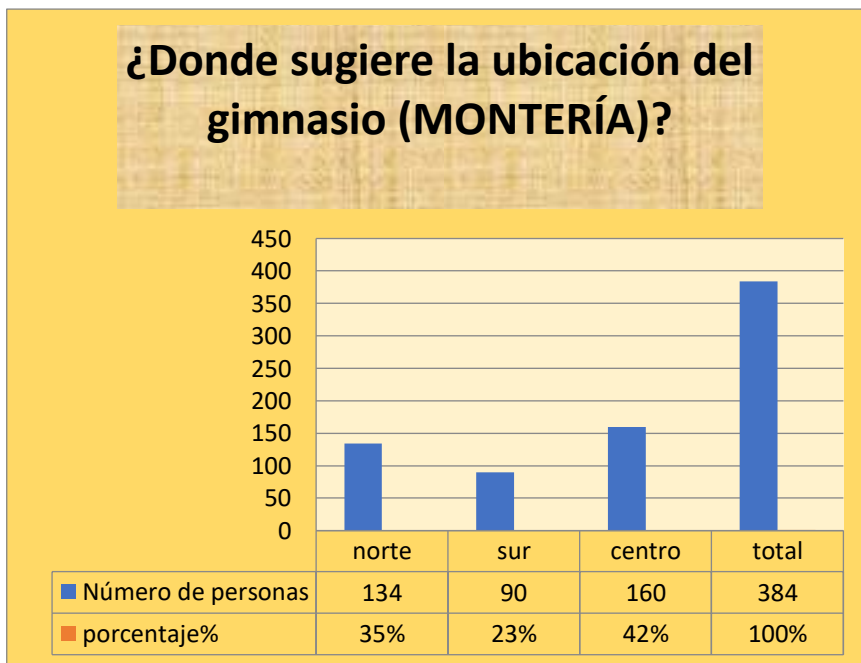


Figura 9. Al tabular los resultados obtenidos del anterior interrogante podemos identificar que la mayoría de los monterianos prefiere que las instalaciones del gimnasio estén en el centro de

la ciudad con un porcentaje del 42% lo que nos permite estimar que es más factible que las instalaciones estén cerca del trabajo, la universidad o lugar donde reside.

¿Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por integrarse al gimnasio?

Tabla 9

Mensualidad a pagar

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por integrarse al gimnasio?

Precios	Número de personas	porcentaje%
Entre \$50.000 Y		
\$100.000	296	77%
Entre 100.000 Y		
\$150.000	60	16%
Otro	28	7%
TOTAL	384	100%

Fuente: elaboración propia

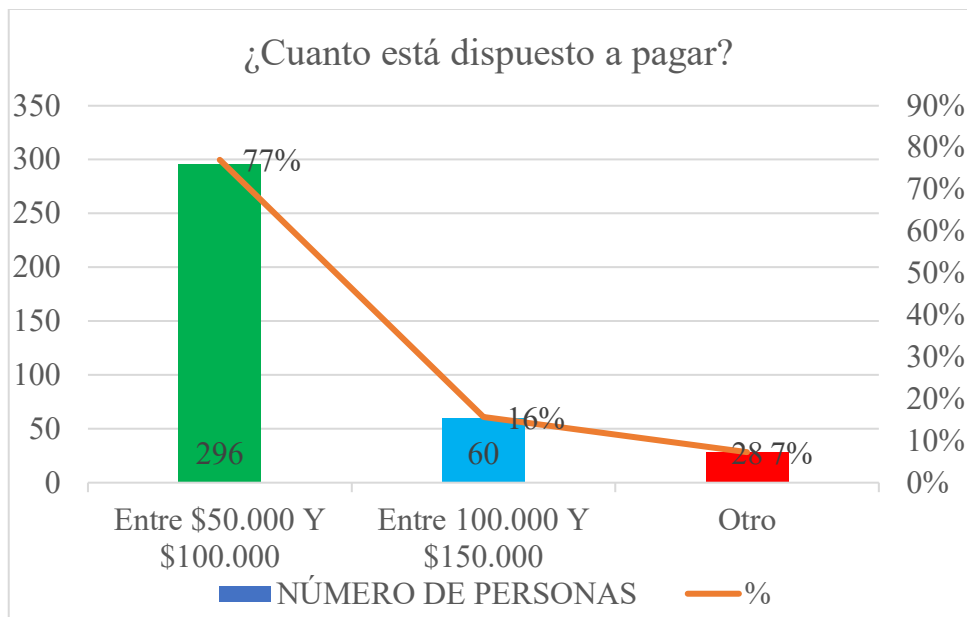


Figura 10. Al momento de llevar a cabo la toma de muestras, acerca de las personas que están dispuestas a ofrecer un pago que va desde los \$50.000 hasta los \$150.000, se observa que el 93% de esta lo aceptaría. Por otra parte, se considera que la mayoría de la población encuestada estaría dispuesta a pagar desde \$50.000 a \$100.000, ocupando así el 77% del total encuestados, pero también se hace mira hacia un 7% de la población encuestada, donde esta sugiere precios diferentes a los estipulados en la toma de muestras.

¿Le parece innovadora la idea de un gimnasio multifuncional que ofrezca además de entrenamiento tradicional, integración de otras disciplinas anteriormente mencionadas?

Tabla 10

Punto de vista del Gimnasio Multifuncional

¿Le parece innovadora la idea de un gimnasio multifuncional que ofrezca además de entrenamiento tradicional, integración de otras disciplinas?

Respuesta	Número de personas	porcentaje%
SÍ	346	90%
NO	38	10%
TOTAL	384	100%

Fuente: elaboración propia

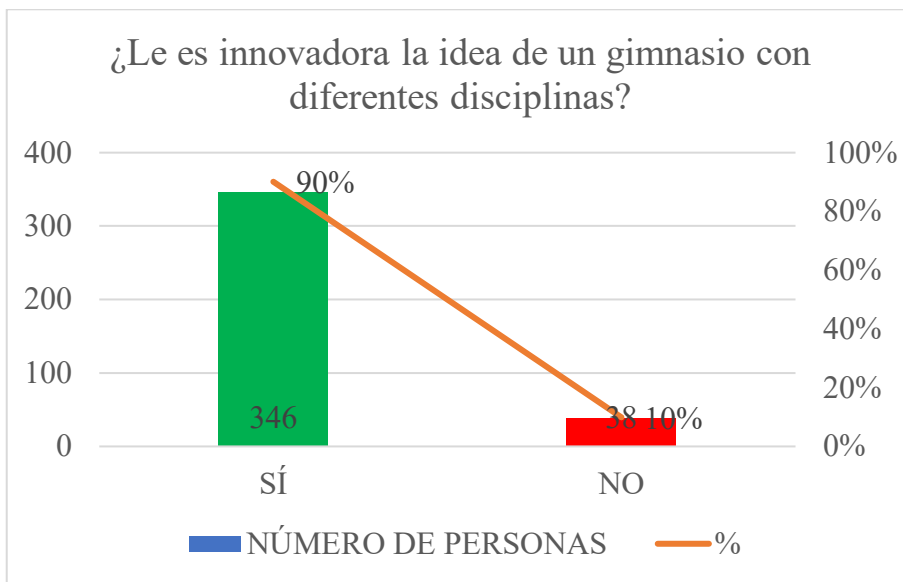


Figura 11. La información recibida por medio de la encuesta, arroja que el 90% de las personas encuestadas ven como innovadora la idea de un gimnasio con varias disciplinas dentro de sí, es decir, que gran parte de la población encuestada apoya la idea de un gimnasio multifuncional donde no solo se realice entrenamiento tradicional, sino que también haya la incorporación y práctica de distintas disciplinas de alto rendimiento que lleva como finalidad un entrenamiento completo. A partir de ello, también se da a conocer que una pequeña parte que toma como valor un 10% del total encuestados, que no les convence la idea de que un gimnasio con diferentes disciplinas sea algo innovador como plan de negocio.

4.3. Calculo de la demanda actual.

Para lograr establecer la demanda existente en el mercado se determino como factores claves, la práctica de actividad fisica como indicador de la cantidad de consumo y la frecuencia con que las personas asisten a un gimnasio anualmente.

Tabla 11

Datos para el cálculo de la demanda

DATOS		
N: 505.334 personas		
n: 384 encuestas		
1,20%		
505.334	55%	277.934

Fuente: elaboración propia

Con esta información se procede al establecimiento de la frecuencia y la cantidad de consumo cuantas hace uso de los servicios de entrenamiento físico en un Gimnasio.

Tabla 12

Tabla de consumo

Tabla de consumo ¿práctica una actividad física?		
SI	213	55,47%
NO	171	44,53%

TOTAL	384	100%
-------	-----	------

Fuente: elaboración propia

Tabla 13

Tabla de frecuencia

Tabla de Frecuencia		
Diariamente	80	37,56%
3 veces por semana	55	25,82%
Solo fines de semana	10	4,69%
1 vez por semana	12	5,63%
otros	56	26,29%
total	213	100%

Fuente: elaboración propia

Ahora con estos datos se procede a explotarlos al número de veces que las personas asisten a un gimnasio anualmente, llevándolos a los datos de la muestra a la población real.

Tabla 14

Calculo de la demanda actual

<u>PERSONAS</u>			<u>SERVICIO</u>					
277.934	38%	104.388	DIARIAMENTE	104.388	30	3131640	12	37579680
277.934	26%	71.767	3 VECES POR SEMANA	71.767	4	287068	12	3444816
277.934	5%	13.049	SOLO FINES DE SEMANA	13.049	4	52196	12	626352

277.934	6%	15.658	1 VEZ POR SEMANA	15.658	4	62632	12	751584
277.934	26,00%	72.263	OTROS	72.263	2	144526	12	1734312
<u>DEMANDA ACTUAL</u>								<u>44136744</u>

Fuente: elaboración propia

Posteriormente se proyecta la demanda, partiendo del crecimiento del mercado cuyo referente es el porcentaje de crecimiento poblacional el cuál es de 1,20% (DANE, 2019) para arrojar la demanda futura. La cual será necesaria para la elaboración de presupuestos y flujos del proyecto en el estudio financiero, para tener en cuenta los posibles ingresos por concepto de venta.

<u>DF= DA(1+i)^n</u>		
DF = 44.136.744 (1+0,0102) ¹		44.586.939
DF = 44.136.744 (1+0,0102) ²		45.041.726
DF = 44.136.744 (1+0,0102) ³		45.501.151
DF = 44.136.744 (1+0,0102) ⁴		45.965.263
DF = 44.136.744 (1+0,0102) ⁵		46.434.109

Figura 12. Demanda futura proyectada a 5 años, con un porcentaje de crecimiento poblacional del 1,20%.

Tabla 15

Proyección de la demanda actual

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA ACTUAL					
	1	2	3	4	5
DEMAND A FUTURA	44.586.939	45.041.726	45.501.151	45.965.263	46.434.109

Fuente: elaboración propia

5. Análisis de la oferta

Para el cálculo de la oferta se procedió a indagar sobre el número de horas de servicio que ofertan los centros deportivos más representativos de la ciudad, y que son propios de cadenas de gimnasios a nivel nacional y tienen una locación en la ciudad de Montería, además gimnasios que tienen gran aceptación en la región, de los que se obtuvieron datos representativos de la oferta en la ciudad de Montería.

5.1 Cálculo de la oferta

Tabla 16

Datos de empresas, oferta existente

OFERTA EXISTENTE EN HORAS DE SERVICIO - ANUAL			
EMPRESA	OFERTA	OFERTA	OFERTA
	PROMEDIO	PROMEDIO	PROMEDIO
	DIARIA	MENSUAL	ANUAL
SMARTFIT MONTERÍA	14	420	5040
BODYTECH MONTERÍA	14	420	5040
GIMNASIO TACASUAN	12	360	4320
XTREME FORCE MONTERÍA	15	450	5400
FORZA GYM	16	480	5760

TOTAL	71	2130	25560	OFERTA ACTUAL
-------	----	------	-------	------------------

Fuente: elaboración propia

Se define así la oferta actual para el mercado Monteriano en cuanto a horas de servicio en **25560 Horas de servicio anuales.**

5.2 proyección de la oferta

Posteriormente se proyecta la oferta, partiendo del crecimiento del sector en cuanto a horas de servicio ofertadas, y cuyo referente es un porcentaje aproximado de 7,5 % para arrojar la oferta futura. La cual será necesaria para la elaboración de presupuestos y flujos del proyecto en el estudio financiero, para tener en cuenta las cantidades posibles de servicios ofertados más adelante.

OF = OA(1+i)n		
OF1 = 25560(1+0,0075) ¹		25752
OF2 = 25560(1+0,0075) ²		25945
OF3 = 25560(1+0,0075) ³		26139
OF4 = 25560(1+0,0075) ⁴		26335
OF5 = 25560(1+0,0075) ⁵		26533

Figura 13. Oferta futura proyectada a 5 años, con un porcentaje de crecimiento del sector de 7,5%.

Tabla 17

Proyección de la oferta actual

Proyección de la oferta actual

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
Oferta futura	25752	25945	26139	26335	26533

Fuente: elaboración propia

Con la información de la demanda y la oferta calculamos el tipo de demanda existente en el mercado. Para ello restamos a la demanda la oferta y el resultado no permite determinar si la demanda es satisfecha o insatisfecha.

Tabla 18

Demanda existente

PROYECCIÓN DE LA DEMANDA EXISTENTE					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DEMANDA FUTURA	44586939	45041726	45501151	45965263	46434109
OFERTA FUTURA	25752	25945	26139	26335	26533
DEMANDA	44561187	45015781	45475012	45938928	46407576
INSATISFECHA					

Fuente: elaboración propia

Podemos determinar que la demanda existente es insatisfecha debido a que la oferta actual, no es capaz de cubrir la demanda total de servicio de preparación física en la Ciudad de Montería.

6. Análisis de precios

	EMPRESA	VENTA GENERAL (MES)
1	HORUS CEM (LA VIRGINIA)	\$36.000
2	SPINNING CENTER GYM	\$69.000
3	FUXION FIT (MEDELLÍN)	\$58.000
4	GYM PRO (CALI)	\$69.000
5	STARK SMART GYM (BOGOTÁ)	\$39.000

Figura 14. Precios de venta de servicio de gimnasios múltiples a nivel nacional.

Al no existir actualmente una empresa que cumpla y ofrezca los mismos servicios además que cuente con las mismas características en la ciudad de Montería (Córdoba), se realiza el debido procedimiento a tomar en cuenta los precios de empresas ubicadas en distintas regiones del país.

Se tiene en primera instancia la empresa HORUS CEM ubicada en la ciudad de La Virginia Risaralda, esta empresa cuenta con un espacio de entrenamiento reducido, es decir, sus instalaciones no son de gran tamaño, lo que los lleva a realizar la prestación del servicio de manera alternada con sus clientes, debido a ello causa afectaciones en su precio de venta el cual

debe ser un poco bajo, como se aprecia en la ilustración (figura precios gym nacionales) el valor que toma es de \$36.000, un precio accesible para todo tipo de público.

Del mismo modo se observa con la empresa STARK SMART GYM ubicada en la ciudad de Bogotá, con un precio de venta de \$39.000, superior a HORUS CEM, en contraste con esta, STARK SMART GYM cuenta con una gran capacidad estructural, lo cual le genera a sus clientes una comodidad y acogida, debido al espacio de entrenamiento con el que cuenta, beneficia a los clientes y a sí mismos como empresa, ya que a mayor espacio tiene la capacidad de albergar más personas y en consecuente más ingresos a menor precio de ventas.

En segunda instancia se aprecian dos precios de ventas iguales, se tienen las empresas SPINNING CENTER GYM (a lo largo del territorio nacional) y GYM PRO en la ciudad de Cali, estas empresas cuentan con un precio de venta de \$69.000 debido a factores sociales con el estrato y la ubicación geográfica en zonas exclusivas de las ciudades, también con la gran capacidad en sus instalaciones y con los equipos con los que cuenta, los entrenadores y zonas de compartimento, es por ello que su precio de venta toma valor y en consecuente un mantenimiento en todas sus áreas. Por otra parte, está la empresa FUXION FIT en la ciudad de Medellín, con un precio de venta de \$58.000, además de brindar distintas disciplinas, ofrece a sus clientes entrenamientos personalizados no importando la ubicación de este, es decir, el cliente desde el lugar en el que se encuentre, ya sea dentro de las instalaciones o en cualquier parte del mundo, recibirá entrenamiento personalizado brindado por la empresa por medio de plataformas digitales ofrecidas por esta; al contar con las instalaciones adecuadas, con los entrenadores requeridos, del mismo modo ofrece una línea de alimentación para sus clientes, una línea de suplementos y de cómo las personas puedan obtener mejores resultados en cada

entrenamiento, es por ello que los lleva a tomar ciertas decisiones al momento de dar un valor a su precio de venta a los usuarios.

1. Canales de comercialización

Al ser esta una idea de negocio que no ofrecerá un producto si no un servicio contará con un canal de distribución bastante corto y directo dado a que el servicio se creará y ofrecerá en las mismas instalaciones del gimnasio. Este canal de distribución se empleara con apoyo de un plan de marketing cuya finalidad será captar u atraer la atención de nuevos clientes, utilizando herramientas como las redes sociales, campañas de promoción, concursos, vallas publicitarias, propagandas radiales entre otros.

Por consiguiente, nuestro consumidor final solo tendrá que escuchar sobre la existencia del gimnasio los diferentes servicios que se ofrecen, interesarse y luego acercarse a nuestras instalaciones e inscribirse para empezar su entrenamiento.

El Graficado seria de la siguiente forma.



Figura 15. Canales de comercialización servicio de Monsterfitt Gimnasio Multifuncional.

2. Imagen del producto o servicio



MONSTERFIT SUDOR + SACRIFICIO = ÉXITO

Figura 16. Logo de Monsterfitt – Gimnasio Multifuncional en la ciudad de Montería.

3. Estrategia de publicidad

Publicidad Online o Digital

Hoy en día las estrategias publicitarias más desarrolladas son las estrategias relacionadas con el Marketing Digital, este elemento propio de la nueva ola en la revolución de la tecnología y las telecomunicaciones, ha traído una nueva forma de llegar a los clientes a través de la publicidad online. Donde la mayoría de las personas invierten su tiempo, por lo menos una hora

al día. Para un Gimnasio con el servicio ofrecido como el de Monsterfitt, lo ideal para dar a conocer su oferta es llegar al cliente a través de las plataformas online, donde pueden encontrar todo tipo de clientes, con diferentes gustos, expectativas y preferencias.

Las diferentes estrategias publicitarias online, a desarrollar son las siguientes:

- **Redes Sociales:** Hoy en día las redes sociales son uno de los principales medios publicitarios para captar clientes de manera digital, como medio de estrategia publicitario para el Gimnasio Monsterfitt, se pueden explorar una serie de alternativas para dar promoción al servicio ofrecido, entre las que destacamos:
 - Muestra del personal capacitado, su perfil como profesionales y la labor desempeñada en el Gimnasio Monsterfitt.
 - Informe sobre noticias deportivas e información Fitness a través de las redes sociales, para estar atentos de cómo llevar una vida sana.
 - Utilización de un canal en YouTube en el que se incluyan vídeos semanales con rutinas de ejercicios, tips y consejos relacionados con el mundo del fitness y la nutrición.
 - Realizar clips cortos y grabaciones en vivo donde se puedan dar a conocer los servicios ofrecidos por el Gimnasio Monsterfitt.
- **Blog:** en donde podremos transmitir artículos acerca del mundo Fitness; tabla de ejercicios específicos, para las diferentes disciplinas, información de cómo prevenir lesiones a la hora de entrenar, información nutricional etc.
- **La página Web:** Donde se recopilará toda la información relevante del Gimnasio Monsterfitt, desde servicios ofrecidos, hasta el personal, y horarios de atención

personalizada, dirección, ofertas y formas de pago, etc. Además, en la misma página web se informa acerca de promociones y beneficios para los clientes.

E. Modulo técnico y organizacional

1. Tamaño del proyecto

Para la selección del tamaño óptimo para ofrecer el servicio, es muy importante definir los recursos técnicos para que el servicio ofrecido cuente con la disponibilidad de entrenadores, se tendrá en cuenta la demanda actual del estudio de mercado, por tanto, para la demanda objeto se tomará el 2,52% de la demanda insatisfecha del primer año, el cual equivale 1'123.200 servicios de entrenamiento.

Sé ofrecerá al cliente la posibilidad de hacer parte de un Gimnasio Multifuncional **Monsterfitt** con personal capacitado. Servicio ofrecido inicialmente para la ciudad de Montería en el departamento de Córdoba- Colombia, atribuyéndose a un gimnasio tradicional, en cual estará implementado un valor agregado, a través de la innovación, en donde se ofrece un servicio personalizado de atención al cliente haciendo apertura a un Gimnasio múltiple, que además de ofrecer lo tradicional que estos contienen como normalmente se observan las máquinas de entrenamiento, se innova e implementa nuevas estrategias asociadas a las preferencias del cliente, por lo tanto se brinda la oportunidad de practicar una disciplina deportiva en específico (preferencias del cliente) adicionado en el servicio de atención personalizada; para esto se realizará una inversión en entrenadores capacitados, maquinaria y elementos innovados y asociados a las disciplinas deportivas que se estarán ofertando.

Para el desarrollo y funcionamiento del tamaño óptimo se tendrán en cuenta los siguientes factores determinantes

Mercado de consumo: El gimnasio MONSTERFIT cuenta con una demanda insatisfecha para el primer año de 44.561.187 unidades de servicios ofrecidos, también se tiene en cuenta el ingreso a un mercado que no tiene competidores potenciales que ofrezcan los mismos servicios establecidos dentro del plan de negocio, pero sí contemplan algunos aspectos similares al ser gimnasios puestos a que son muy reconocidos por las actividades que muestran en sus catálogos, el manejo de precios, entrenadores 100% calificados y una buen registro de clientes, además que algunos esta posicionados en varias ciudades de Colombia.

Tecnologías: Gimnasio MONSTERFIT contempla ofrecer servicios innovadores, sin dejar el uso de las maquinas tradicionales encontradas en los gimnasios comunes, el uso de tecnologías como cámaras de seguridad, cajas registradoras (datafonos), aires acondicionados, maquinaria, WIFI, entre otros, todo esto con el fin de ofrecer servicios 100% calificados, ayudando el funcionamiento de las actividades dentro del gimnasio, siendo estas estrategias para captación de clientes.

Recursos financieros: Monsterfitt actualmente es una idea de negocios en el cual hay 5 socios cada uno hará una inversión, y no se descarta la posibilidad de recurrir a financiamientos. Los recursos financieros son uno de los más importantes en una organización, ya que conforman el principal medio para realizar inversiones que permiten alcanzar los objetivos; esta manera, son el sustento de la misma.

Mano de obra: Inicialmente se contará con 10 entrenadores especializados, 1 cajera.1 supervisor que sería rotación de los 5 socios.

Tabla 19

Tamaño del proyecto

Entrenadores	Servicio	Horas	Entrenamientos/ Día	Entrenamientos/ Semana	Entrenamientos/ Mensual	Entrenamientos/ anual
1	4	13	52	312	9.360	112.320
2	4	13	52	312	9.360	112.320
3	4	13	52	312	9.360	112.320
4	4	13	52	312	9.360	112.320
5	4	13	52	312	9.360	112.320
6	4	13	52	312	9.360	112.320
7	4	13	52	312	9.360	112.320
8	4	13	52	312	9.360	112.320
9	4	13	52	312	9.360	112.320
10	4	13	52	312	9.360	112.320
Total						<u>1.123.200</u>

Fuente: elaboración propia

Gimnasio Monsterfitt posee un tamaño del proyecto para su primer año de 1.123.200 unidades / servicio en el cual ofrece 4 disciplinas determinadas así:

Tabla 20

Unidades de servicio, disciplinas

✓ HALTEROFILIA	140.400 u/servicio.
✓ KICKBOXING	280.800 u/ servicio
✓ CROSSFIT	421.200 u/servicio.
✓ CALISTENIA	280.800 u/servicio.
TOTAL:	1'123.200 u/ servicio

Fuente: elaboración propia

Cada entrenador realizará 4 servicios por horas, el gimnasio tendrá apertura de 5am a 11am y de 3pm a 10pm contemplando 13 horas de servicio abierto de lunes a sábados; diariamente los entrenadores atenderán 52 servicios, semanalmente serán 312 servicios, mensualmente se

contemplarán 9.360 y anualmente los entrenadores atenderán 112.320 servicios. La demanda a cubrir el primer año es de 2,52% de la demanda insatisfecha en el mercado.

2. localización

Con la determinación de la localización óptima de nuestra sede del Gimnasio MONSTERFIT es necesario evaluar los aspectos económicos, sociales, culturales y políticos para obtener como resultado la ubicación exacta en donde la idea de negocio será aceptada y llegarán los clientes que se necesitan para que el proyecto obtenga los mejores resultados se tienen en cuenta las evaluaciones a nivel MACRO teniendo en cuenta la participación y evaluación para 3 municipios vecinos y a nivel MICRO que sería la ubicación dentro de la ciudad donde se ubicaría la sede de acuerdo al resultado arrojado en la evaluación a nivel macro.

Al ser una idea de negocio orientada a la actividad física se tienen en cuenta aspectos como poder adquisitivo, aceptación, actitudes, regulaciones en normas, hábitos saludables, desarrollo económico entre otros, con el fin de establecer las posibilidades de localización y éxito de la idea de negocio.

2.1 Macrolocalización

Tabla 21

Macrolocalización

	PESO ASIGNADO	ALTERNATIVA DE LOCALIZACIÓN					
Factores Relevantes	Esc.0-1	PLANETA RICA		MONTERIA		CERETÉ	
		Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada
ECONÓMICOS							
Comunicación y redes	0,25	50	12,5	70	17,5	66	16,5
Poder adquisitivo	0,1	40	4	75	7,5	55	5,5

Desarrollo económico de la región	0,1	45	4,5	85	8,5	68	6,8
Ubicación de cliente	0,1	60	6	85	8,5	64	6,4
CULTURALES							
Hábitos saludables	0,1	65	6,5	85	8,5	70	7,0
Tendencia y participación en actividades deportivas	0,1	50	5,0	83	8,3	60	6,0
POLÍTICOS							
Regulaciones específicas	0,05	75	3,75	80	4	79	3,95
SOCIALES							
Interés del Municipio	0,1	75	7,5	80	8,0	69	6,9
Actitud de la comunidad deportiva	0,1	75	7,5	90	9,0	46	4,6
TOTAL	1		57,25		79,8		63,65

Fuente: elaboración propia

En la anterior tabla se evidenciaron los factores evaluados en los 3 municipios que se establecieron generar el resultado de la Macrolocalización de la sede principal del Gimnasio Monsterfitt en el cual se obtuvieron los siguientes resultados

- ✓ Planeta Rica 57,25 puntos
- ✓ Cereté 63,65 puntos
- ✓ Montería 79,8 puntos

Se toma como mejor sede para establecimiento del gimnasio a Montería puesto que de acuerdo con los factores evaluados es el municipio que conto con mayor ponderación puesto que los ítems ponderados arrojaron mejores resultados.

2.2 Microlocalización

Tabla 22

Microlocalización

Factores Relevantes	Alternativa de localización						
	Peso asignado	<u>NORTE</u>		<u>CENTRO</u>		<u>SUR</u>	
		(0-1)	Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)
Cercanía con el mercado objetivo	0,25	80	20	100	25	45	11,25
Capacidad de pago	0,25	76	19	97	24,25	56	14
Disponibilidades locativas	0,25	60	15	90	22,5	80	20
Costo de arriendo	0,1	50	5	78	7,8	90	9
Costo de servicios públicos	0,1	50	5	79	7,9	89	8,9
Condiciones de Seguridad	0,05	95	4,75	90	9	60	3
TOTAL	1		75,6		96,45		66,15

Fuente: elaboración propia

De acuerdo a la anterior tabla se hace la evaluación correspondiente a la Microlocalización del gimnasio teniendo en cuenta que la sede en la Macrolocalización se da en Montería, ahora se tiene en cuenta la ubicación de acuerdo al espacio a continuación de muestran los resultados

- ✓ Norte: 75,6 puntos
- ✓ Sur: 66,15 puntos
- ✓ Centro: 96,45 puntos

Ahora bien después de la realización de la localización de la idea de negocio se establece los siguientes resultados de acuerdo de a los ítems, en la Macrolocalización se compararon 3

municipios muy conocidos en el departamento de Córdoba como lo son Cereté, Montería y Planeta Rica además de la relación muy cercana en territorios, en esta evaluación se arrojó como resultado a Montería como el municipio más apto para la sede principal y dentro la Microlocalización se determinó a la zona centro, todo esto con el fin de consolidar una buen negocio que obtendrá los mejores resultados.

1. Distribución en Planta.

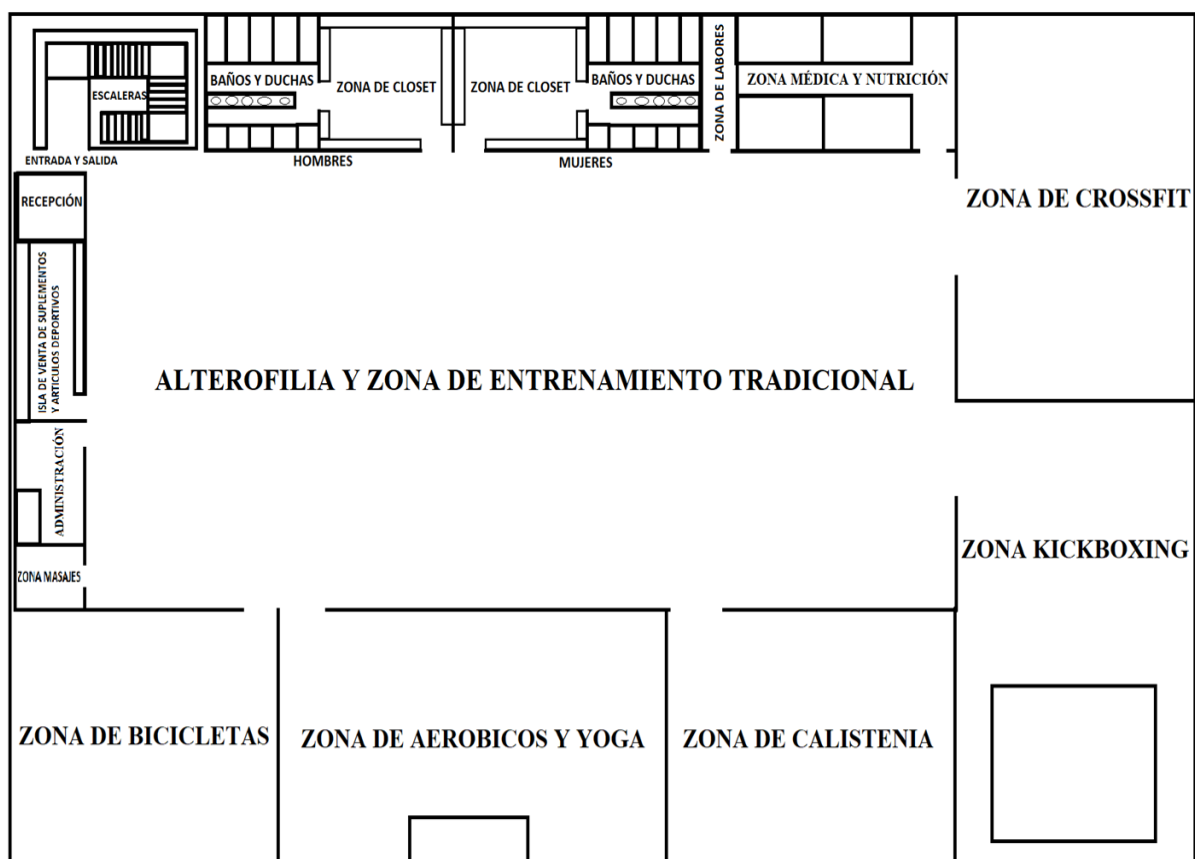
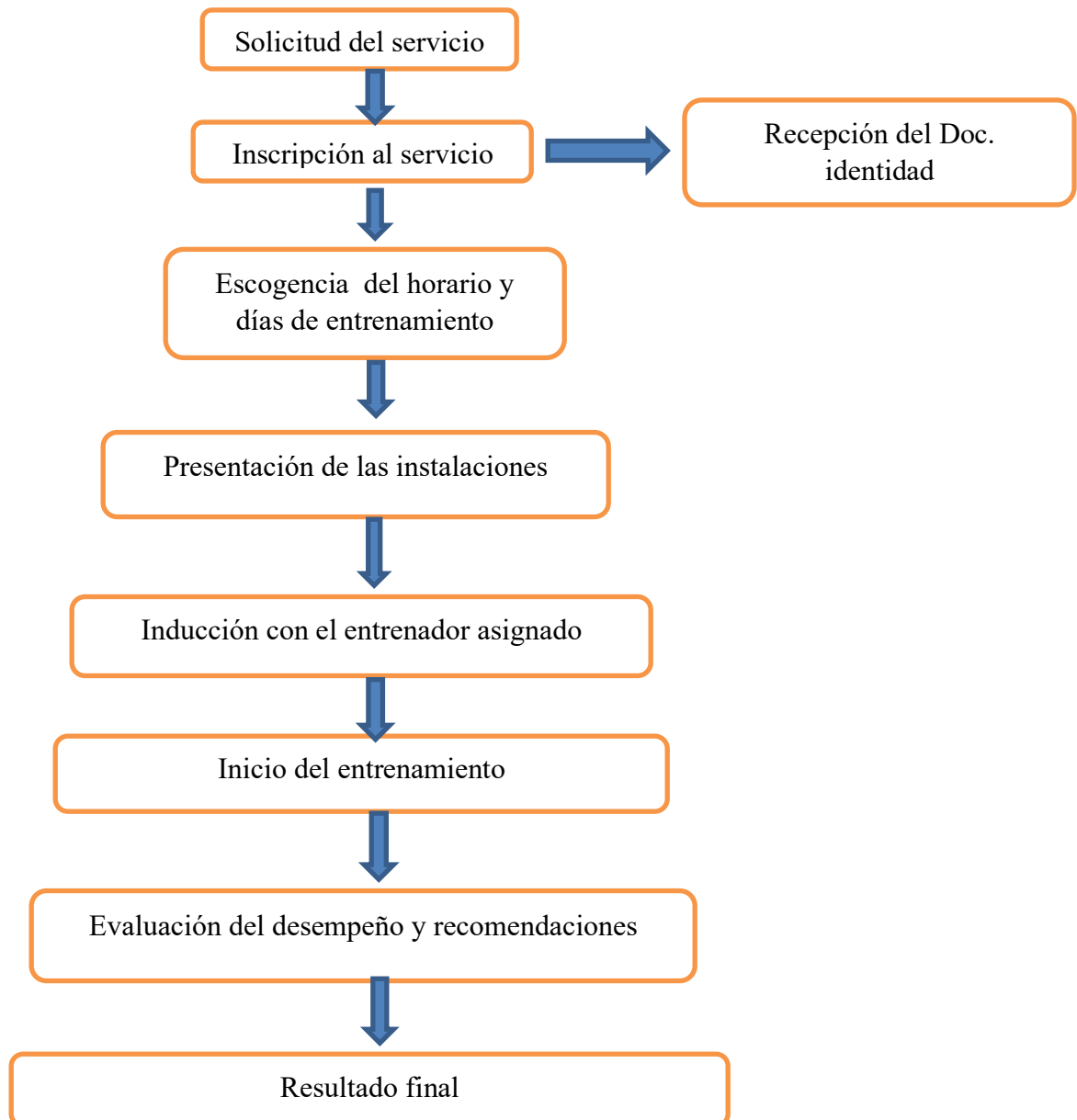


Figura 17. Distribución en planta de Monsterfitt, Gimnasio Multifuncional en la Ciudad de Montería.

4. Proceso de prestación servicio



Descripción del proceso Monsterfit - Gimnasio Multifuncional

Solicitud del servicio: Se recibe al cliente y se le informa detalladamente los términos y condiciones del gimnasio en relación a la disciplina que desee entrenar. Entiéndase por

términos y condiciones el reglamento interno, las formas de pagos, los instrumentos necesarios para el desarrollo de las actividades y las condiciones de salud para desempeñar dicha disciplina.

Inscripción al servicio: luego de que el cliente acepte los términos y condiciones y registre su documento de identidad se procede a la inscripción del servicio.

Escogencia de horario y días de entrenamiento: pasada la inscripción el cliente procederá a llenar el formulario en donde indicará los días y el horario en que podrá asistir a las clases.

Presentación de las instalaciones: luego de esto el cliente recibirá un tour por las instalaciones del gimnasio con el fin de que sepa cómo está organizado y en qué parte desarrollará sus actividades además de localizar los sitios que pueda utilizar como baños, Lockers, zona de hidratación entre otros.

Inducción con el entrenador: terminado el paso anterior se designará un día en donde el entrenador se reunirá con sus pupilos para brindarles una inducción de cómo será la metodología de trabajo además de las recomendaciones necesarias para desarrollar un buen entrenamiento.

Inicio del entrenamiento: llegado el día escogido por el cliente dará inicio del entrenamiento acompañado y vigilado siempre de su instructor.

Evaluación del desempeño y recomendaciones: este proceso se realizará diariamente con el fin de que el instructor evalúe las condiciones y el desempeño de sus pupilos para un mejor manejo y tecnificación de la disciplina entrenada.

Resultado final: el cliente podrá observar los resultados obtenidos por el desarrollo de las actividades propuesta por el instructor dejándonos saber si fue satisfactoria o no.

5. Naturaleza Jurídica

La constitución jurídica de una empresa se hace con el fin de dar un molde legal para que esta funcione de manera adecuada en términos de su actividad económica. Esta constitución hará efectos en cuanto a obligaciones tributarias y de manera contable, tipo de prestaciones en servicios y seguridad social laboral, y claramente la obligación que tendrá frente a grupos de interés.

Al ejercer una actividad, en este caso, económica y de servicio, se tiene por obligación la toma de una modalidad legal para presentes y futuras operaciones. Para la constitución de nuestra empresa (MONSTERFIT) se considera que el tipo de sociedad que más se acomoda y adopta a la idea, es de ser **sociedad anónima**, ya que el número de socios a tener será de un mínimo de cinco y los aportes no alcanzarán un tope máximo, lo cual genera participación a cualquier socio que haga parte de la sociedad.

6. Misión

Ser el primer gimnasio en la ciudad de Montería en brindar la posibilidad a sus clientes de practicar múltiples disciplinas de entrenamiento físico, además de brindar la mejor atención personalizada al consumidor, con el fin de mejorar su calidad de vida en términos de salud, tanto física, como mental y emocional.

7. Visión

Nuestra visión es ser el gimnasio líder en la ciudad de Montería en 2026, brindando el mejor servicio de atención a nuestros clientes, dándole valor a nuestra empresa a través de la atención personalizada y la variedad de disciplinas ofrecidas, y mejorando la calidad de vida de los monterianos en términos de salud.

8. Organigrama

“La estructura organizacional consiste en la forma en que se divide y coordina el trabajo y cómo se asignan funciones y responsabilidades. Se trata de definir, al menos, quién hará el trabajo, cómo, dónde, con qué recursos y a quién reportará”. (ROJAS, 2020)

El gimnasio multifuncional MONSTERFIT, cuenta con una estructura organizacional muy pequeña y específica, puesto a que requiere de muy poco personal de trabajo.

A continuación, se presenta el organigrama de nuestra idea de negocio.

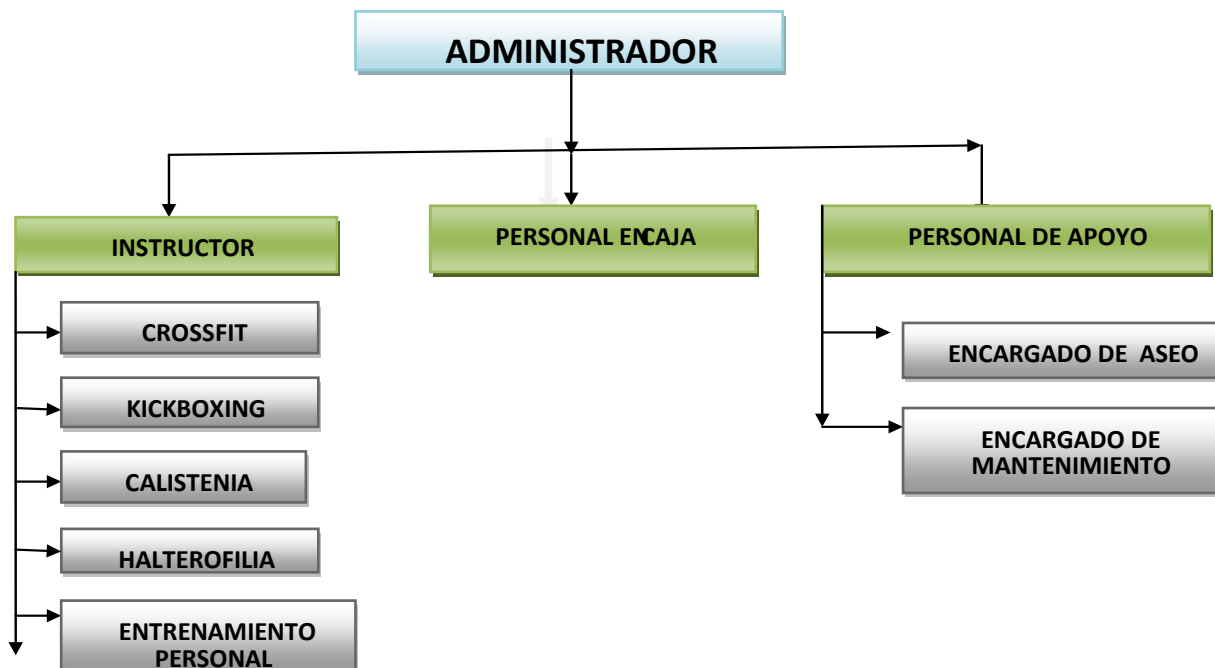


Figura 18. Estructura organizacional Gimnasio Monsterfitt-Gimnasio multifuncional

Cuenta con un administrador cuyas funciones llevar a cabo las fases del proceso administrativo, adicionando las actividades financieras y la toma de decisiones cuando se requiera (se escoge por votación y es uno de los socios principales)

También cuenta con instructores, son los encargados de la atención de los clientes de acuerdo a la actividad específica que prefiere; en el cual se encuentra las subdivisiones como se muestra en la estructura anterior. Además de necesita de una cajera cuyas funciones serán el recibimiento del pago por el servicio prestado y mostrar los registros contables al administrador. De igual manera un personal de apoyo en aseo y mantenimiento del local de trabajo.

9. Manual de funciones

El manual de funciones, así como el perfil del personal requerido, puede especificarse según se indica en el siguiente cuadro:

Tabla 23
Manual de Funciones entrenador

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
Nombre del Cargo:	ENTRENADOR
Dependencia:	SERVICIO AL CLIENTE
Número de Cargos:	QUINCE
Reporta a:	GERENTE, GERENTE DE TALENTO HUMANO
Requisitos Mínimos	
Educación:	PROFESIONAL, ESPECIALIZACION
Experiencia:	DOS AÑOS
Objetivo Principal	
ENTRENAR A LOS AFILIADOS DE MONSTERFIT DE MANERA EFICIENTE, EDUCADO Y COMPLETO, EL OBJETIVO DE LLEVAR AL CLIENTE A UNA VIDA SALUDABLE Y CON CALIDAD, TENIENDO EN CUENTA TODAS LAS NECESIDADES Y METAS DE CADA USUARIO	

Funciones del Cargo

- HACER UNA RUTINA DE EJERCICIOS SEGÚN LA VALORACIÓN MÉDICA QUE SE LE HAGA AL MOMENTO DE COMENZAR SU PLAN DEL SERVICIO.
 - HACER UN CRONOGRAMA DE METAS Y OBJETIVOS A LOS CLIENTES PARA VER EL DEBIDO PROCESO QUE LLEVA CADA UNO.
 - INDICA CÓMO SE UTILIZAN LOS IMPLEMENTOS DE CADA EJERCICIO Y ADEMÁS LA TÉCNICA, PARA EVITAR POSIBLES LESIONES Y ALCANZAR LOS RESULTADOS DESEADOS RÁPIDAMENTE.
 - MOTIVAR Y ANIMAR A LOS CLIENTES PARA PROMOVER EL CUMPLIMIENTO DE LOS OBJETIVOS Y ADEMÁS CONTINUAR CON NUESTROS SERVICIOS.
 - PRESTAR PRIMEROS AUXILIOS EN CASO DE ACCIDENTES U/O EMERGENCIA.
-

Fuente: elaboración propia

Tabla 24

Manual de funciones recepcionista

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Cargo:	RECEPCIONISTA
Dependencia:	SERVICIO AL CLIENTE
Número de Cargos:	DOS
Reporta a:	GERENTE

Requisitos Mínimos

Educación:	PROFESIONAL, AUXILIAR, TECNICA, TECNOLOGA
Experiencia:	DOS AÑOS

Objetivo Principal

BRINDAR UNA BUENA ASESORÍA QUE SEA CLARA CONCISA A TODOS LOS AFILIADOS Y A LAS PERSONAS QUE DESEEN CONOCER LA INFORMACIÓN SOBRE MONSTERFIT, ADEMÁS, EL MANEJO DE EFECTIVO DEBE SER DE MANERA RESPONSABLE.

Funciones del Cargo

- DAR LA BIENVENIDA A LOS AFILIADOS
- VENTA DE PRODUCTOS O SERVICIOS
- INFORME DE TARIFAS Y PROMOCIONES
- ESTAR ATENTO A TODAS LAS LLAMADAS DE LOS USUARIOS Y BRINDARLE LA INFORMACIÓN QUE SOLICITEN
- DAR SOLUCIONES A LOS CLIENTES EN CASO DE PROBLEMAS O PREOCUPACIONES, DE MANERA AMABLE Y CORTES
- MANEJO DE PC Y PAQUETES COMPUTACIONALES ADMINISTRATIVOS, ESTADÍSTICAS BÁSICAS Y RELACIONES HUMANAS
- CAPACIDAD PARA LA TOMA DE DECISIONES Y ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN

Fuente: elaboración propia

Tabla 25

Manual de funciones Gerente

IDENTIFICACIÓN DEL CARGO

Nombre del Cargo:	GERENTE
Dependencia:	ÁREA DE MERCADO Y VENTAS
Número de Cargos:	UNO
Reporta a:	DUEÑO U/O SOCIOS

Requisitos Mínimos

Educación:	PROFESIONAL, ESPECIALIZACION
Experiencia:	DOS AÑOS

Objetivo Principal

FOMENTAR UNA BUENA ADMINISTRACION DEL GIMNASIO, OPTIMIZANDO LOS RECURSOS

Funciones del Cargo

- VELAR POR EL BUEN FUNCIONAMIENTO DEL GIMNASIO
 - REALIZAR INFORME ANUAL DE PRESUPUESTO
 - MANTENER UN BUEN CLIMA LABORAL
 - EVALUAR FALLAS DEL GIMNASIO Y REALIZAR ACCIONES CORRECTIVAS
 - ELABORAR UN CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES MENSUALES
 - GARANTIZAR LA DISPONIBILIDAD DE LOS RECURSOS
 - DISTRIBUIR EL PERSONAL SEGÚN SU CARGO
 - EVALUAR EL DESEMPEÑO DE LAS PERSONAS QUE TIENE A CARGO
 - CONOCER Y MOTIVAR LAS METAS DE LA ORGANIZACIÓN
 - SUPERVISAR Y CONTROLAR EL PERSONAL
-

Fuente: elaboración completa

F. Módulos de impacto social, económico y ambiental.

Impacto social: teniendo en cuenta la cantidad de personas que sufren de obesidad, sedentarismo o problemas cardiovasculares, el principal impacto social que causara nuestro de proyecto de creación de empresa, será netamente positivo, porque la creación de un gimnasio multifuncional, promoverá, el ámbito y la costumbre de ejercitarse y llevar una vida físicamente activa, de manera que se reduzcan las muertes por estas causas en la ciudad de montería.

Por otra parte, también tendrá un impacto importante en la oferta de empleos de la ciudad, ya que con la implementación del gimnasio, se brindara la oportunidad de generar empleo a las personas de la comunidad, que estén capacitadas para optar por un cargo en nuestra empresa, ya sea que estén relacionados directa o indirectamente con la prestación de servicios de nuestro proyecto, este hecho impactara de gran manera a los monterianos, ya que mejorara de cierta forma la calidad de vida de las personas y sus familia, brindándole la oportunidad de adquirir ingresos con los cuales puedan mejorar el acceso a los servicios de salud y obtener mejores posibilidades en educación y formación.

Impacto económico: El impacto económico causado por la creación del gimnasio multifuncional, será en gran cuantía, ya que no solo generara beneficios para los socios, empleados directos e indirectos de la empresa, sino que también tendrá un impacto inducido dentro de la comunidad y del mercado en general, ya que los clientes de nuestro gimnasio, para cumplir con las necesidades requeridas para asistir y desempeñarse de manera correcta dentro de nuestras instalaciones, tendrán opcionalmente que adquirir otros bienes y materiales que complementen su experiencia dentro del gimnasio, causando así, un impacto económico inducido no solo en los clientes, sino también en los empleados de la empresa, que cubrirán sus necesidades con las diferentes empresas del comercio monteriano.

En consecuencia, de esto, la calidad de vida de los socios, empleados y comunidad monteriana en general, se verá afectada de manera positiva, apoyando así, al desarrollo y al crecimiento económico y social de la ciudad.

Impacto ambiental: Aparte del cuidado personal de la salud y el estado físico, la implementación del gimnasio multifuncional, también tendrá políticas de cuidado ambiental para reducir de cierta manera la contaminación y el gasto de energía que se generara en la prestación de los servicios del establecimiento, acondicionando zonas verdes donde se practiquen algunos deportes al aire libre, reduciendo el uso de las máquinas y estructuras de consumo eléctrico, de manera que se concientice a los ciudadanos de montería del cuidado del medio ambiente, la recolección de basuras, y en la disminución del consumo de energía, como uno de los factores más importantes para la preservación de los ecosistemas naturales y el medio ambiente, como los ríos, árboles y zonas verdes, que se encuentran en la ciudad y sus alrededores.

G. Modulo Financiero

1. Inversiones fijas

Tabla 26

Inversiones fijas, Activos

Nombre del Activo	Cantidad	Costo Histórico	Tipo de Activo	Tiempo Depreciación
BANCO PRESS	7	2.450.000	Equipo.	10 años
PRENSA DE PIERNAS	5	3.600.000	Equipo	10 años
MAQUINAS DE DORSALES	4	2.400.000	Equipo	10 años
BICICLETA ESTATICA	5	4.450.000	Equipo	10 años
CICLO INDOOR	1	780.000	Equipo	10 años
BICICLETA ELIPTICA	8	5.600.000	Equipo	10 años
CINTA DE CORRER	4	9.000.000	Equipo	10 años
MAQUINA DE REMO	4	3.480.000	Equipo	10 años
CUERDAS O ROPES	10	1.200.000	Equipo	5 años
PELOTA MEDICINAL	12	600.000	Equipo	5 años.
CAJON PLIOMETRICO	3	630.000	Equipo	10 años
KIT DE PESAS RUSAS	12	2.460.000	Equipo	5 años
LLANTA PARA USO DE CROSSFILT	4	1.400.000	Equipo	10 años
KIT DE MANCUERNAS	15	3.135.000	Equipo	10 años
KIT DE DISCO COMBAS	15	3.750.000	Equipo	10 años
ARNES TRX	10	700.000	Equipo	5 años
SACO DE ARENA	10	920.000	Equipo	5 años
BARRAS PARALELAS	5	650.000	Equipo	10 años
BARRAS DENOMINADAS	10	700.000	Equipo	10 años
T.R.X.	1	190.000	Equipo	10 años
JAULAS Y RACKS	2	1.250.000	Equipo	10 años
PUSH UP BARS	3	169.000	Equipo	10 años
CUERDA PARA SALTAR	4	60.000	Equipo	5 años
ANILLAS	6	930.000	Equipo	5 años
CHALECOS LASTRADOS	4	480.000	Equipo	5 años
BARRAS OLIMPICAS	4	720.000	Equipo	10 años
SACOS PESADOS DE SUELO	8	1.360.000	Equipo	5 años
GUANTES DE ENTRENAMIENTO	7	455.000	Equipo	3 años
PAOS PARA PATADAS	5	600.000	Equipo	5 años
ESCUDO PARA PATADAS	4	720.000	Equipo	5 años
MANOPLAS Y PAOS	5	225.000	Equipo	5 años
DUMIS BOLSA PARA GUANTES	4	200.000	Equipo	5 años
SACO DE ENTRENAMIENTO PARA PARES	3	480.000	Equipo	5 años
PLATRAFORMA BOSU	1	40.000	Equipo	5 años
ESCRITORIOS	3	2.100.000	Mueb Enseres	10 años
SILLAS DE GERENCIA	3	1.200.000	Mueb Enseres	10 años
SILLAS RIMAX	12	600.000	Mueb Enseres	10 años

LOKER METALICO	3	1.500.000	Mueb Enseres	10 años
BANCO DE MADERA	5	1.000.000	Mueb Enseres	10 años
AIRE ACONDICIONADO.	4	4.300.000	Mueb Enseres	10 años
EQUIPO DE SONIDO	1	450.000	Equipo Oficina	10 años
COMPUTADOR	1	2.000.000	Equipo Oficina	3 años
IMPRESORA	1	500.000	Equipo Oficina	3Años
TELEFONOS	2	600.000	Equipo Oficina	3 años
ARCHIVADORES	1	300.000	Equipo Oficina	10 años
CAJA REGISTRADORA	1	800.000	Equipo oficina	10 años
Total, Activos		71.134.000		

Fuente: elaboración propia

2. Inversiones Diferidas

Tabla 27

Inversiones Diferidas

Nombre del Cargo Diferido	Vr. Cargo	Tiempo de Amortización
Preoperativos Ad.Instalaciones	4.000.000	5 años
Preoperativos Legales	1.000.000	5 años
Properativos Ind y Cio Tramites	1.000.000	5 años
Utiles Papelería y Fotocopias	300.000	5 años
Honorarios	1.500.000	5 años
Total, Diferidos	7.800.000	

Fuente: elaboración propia

3. inversiones en capital trabajo

Tabla 28

Inversiones en capital trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Total, Inversión	78.934.000
Menos	
Capital Inicial	15.000.000
Préstamo (Financiamiento)	63.934.000

4. Distribución de costos

Tabla 29

Presupuesto de venta

PRODUCTOS	UNIDADES	Valor Unit	Vta. Mensual	Venta Anual
MENSUALIDAD	350	\$ 60.000	21.000.000	\$ 252.000.000
ASESORIA MEDICO				
DEPORTOLOGO	350	\$ 60.000	21.000.000	\$ 252.000.000
ASESORIAS A OTROS				
GIMNACIOS	60	\$ 100.000	6.000.000	\$ 72.000.000
ASESORIA				
NUTRICIONISTA	350	\$ 60.000	21.000.000	\$ 252.000.000
TOTAL		\$ 280.000	69.000.000	\$ 828.000.000

Fuente: elaboración propia

Tabla 30

Gastos administrativos

Ítem	Valor Mensual	Número De empleados	1er año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
Nómina Mensual	6.280.655	6	452.207.160	479.339.590	508.099.965	538.585.963	592.444.559
Provisión Prestaciones 29.5%	1.852.793	6	133.401.112	141.405.179	149.889.490	164.878.439	181.366.282
Aporte a A.R.L. 0.523%	32.848	6	2.365.043	2.506.946	2.657.363	2.923.099	3.215.409
Aporte a Fondo de Pensión 12%	753.679	6	54.264.859	57.520.751	60.971.996	67.069.195	73.776.115
Aporte a Caja de Compensación 4%	251.226	6	18.088.286	19.173.584	20.323.999	22.356.398	24.592.038
Totales	9.171.201	6	660.326.461	699.946.049	741.942.812	816.137.093	897.750.802

Fuente: elaboración propia

Tabla 31

Honorarios

Ítem	Valor Mensual		1er año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
Honorarios	600.000	1	7.200.000	7.920.000	8.712.000	9.583.200	10.541.520
Totales	600.000	1	7.200.000	7.920.000	8.712.000	9.583.200	10.541.520

Fuente: elaboración propia

Tabla 32

Impuestos

Ítem	Valor Mensual	1er año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
Industria y Comercio 0,612 % Anual	100.000	1.200.000	1.320.000	1.452.000	1.597.200	1.756.920
Impto. a Gravámenes Financieros	116.000	1.392.000	1.531.200	1.684.320	1.852.752	2.038.027
Totales	216.000	2.592.000	2.851.200	3.136.320	3.449.952	3.794.947

Fuente: elaboración propia

Tabla 33

Gastos Administrativos arriendos

Ítem	Valor Mensual	1er año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
Arriendo Local	2.000.000	24.000.000	26.400.000	29.040.000	31.944.000	35.138.400
Total	2.000.000	24.000.000	26.400.000	29.040.000	31.944.000	35.138.400

Fuente: elaboración propia

Tabla 34

Gastos en seguros

Ítem	Valor Mensual	1er año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
Seguros	500.000	6.000.000	6.600.000	7.260.000	7.986.000	8.784.600
Totales	500.000	6.000.000	6.600.000	7.260.000	7.986.000	8.784.600

Fuente: elaboración propia

Tabla 35

Gastos Administrativos servicios

Ítem	Valor Mensual	1er año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
Servicios de Aseo	50.000	600.000	660.000	726.000	798.600	878.460
Servicio Telefónico	100.000	1.200.000	1.320.000	1.452.000	1.597.200	1.756.920
Servicio de Energía	1.000.000	12.000.000	13.200.000	14.520.000	15.972.000	17.569.200

Servicio de Gas	0	0	0	0	0	0
Servicio de Agua	180.000	2.160.000	2.376.000	2.613.600	2.874.960	3.162.456
Servicio de Correo Porte y Telegramas		0	0	0	0	0
Servicio de Fletes y Acarreos		0	0	0	0	0
Totales	1.330.000	15.960.000	17.556.000	19.311.600	21.242.760	23.367.036

Fuente: elaboración propia

Tabla 36

Gastos legales

Ítem	Valor Mensual	1er año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
Cámara de Comercio 3,562% Anual	50.000	600.000	660.000	726.000	798.600	878.460
Certificados	4.000	48.000	52.800	58.080	63.888	70.277
Totales	54.000	648.000	712.800	784.080	862.488	948.737

Fuente: elaboración propia

Tabla 37

Gastos mantenimiento

Ítem	Valor Mensual	1er año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
Equipos de Oficina	400.000	4.800.000	5.280.000	5.808.000	6.388.800	7.027.680
Totales	400.000	4.800.000	5.280.000	5.808.000	6.388.800	7.027.680

Fuente: elaboración propia

Tabla 38

Reparaciones locativas

Ítem	Valor Mensual	1er año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
Reparaciones Locativas	100.000	1.200.000	1.320.000	1.452.000	1.597.200	1.756.920
Totales	100.000	1.200.000	1.320.000	1.452.000	1.597.200	1.756.920

Fuente: elaboración propia

Tabla 39

Otros Gastos

Ítem	Valor Mensual	1er año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
Libros Suscripciones y Periódicos	25.000	300.000	330.000	363.000	399.300	439.230
Elementos de Aseo y Cafetería	80.000	960.000	1.056.000	1.161.600	1.277.760	1.405.536
Útiles Papelería y Fotocopias	30.000	360.000	396.000	435.600	479.160	527.076
Combustibles y Lubricantes	0	0	0	0	0	0
Taxis y Buses	15.000	180.000	198.000	217.800	239.580	263.538
Otros	20.000	240.000	264.000	290.400	319.440	351.384
Totales	170.000	2.040.000	2.244.000	2.468.400	2.715.240	2.986.764

Fuente: elaboración propia

Tabla 40

Gastos de operación de ventas

Ítem	Valor Mensual	1er año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
Costos de Materia Prima	-	0	0	0	0	0
Servicios de Publicidad	2.000.000	24.000.000	26.400.000	29.040.000	31.944.000	35.138.400
Totales	2.000.000	24.000.000	26.400.000	29.040.000	31.944.000	35.138.400

Fuente :elaboración propia

Tabla 41

Depreciación de activos

Nombre del Activo	Costo Histórico	T.Deprec.A	1er año	2do Año	3er Año	4to Año	5to Año
BANCO PRESS	2.450.000	10	245.000	245.000	245.000	245.000	245.000
PRENSA DE PIERNAS	3.600.000	10	360.000	360.000	360.000	360.000	360.000
MAQUINAS DE DORSALES	2.400.000	10	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
BICICLETA ESTATICA	4.450.000	10	445.000	445.000	445.000	445.000	445.000
CICLO INDOOR	780.000	10	78.000	78.000	78.000	78.000	78.000
BICICLETA ELIPTICA	5.600.000	10	560.000	560.000	560.000	560.000	560.000
CINTA DE CORRER	9.000.000	10	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000
MAQUINA DE REMO	3.480.000	10	348.000	348.000	348.000	348.000	348.000
CUERDAS O ROPES	1.200.000	5	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
PELOTA MEDICINAL	600.000	5	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000
CAJON PLIOMETRICO	630.000	10	63.000	63.000	63.000	63.000	63.000
KIT DE PESAS RUSAS	2.460.000	5	492.000	492.000	492.000	492.000	492.000
LLANTA PARA USO DE CROSSFILT	1.400.000	10	140.000	140.000	140.000	140.000	140.000
KIT DE MANCUERNAS	3.135.000	10	313.500	313.500	313.500	313.500	313.500
KIT DE DISCO COMBAS	3.750.000	10	375.000	375.000	375.000	375.000	375.000

ARNES TRX	700.000	5	140.000	140.000	140.000	140.000	140.000
SACO DE ARENA	920.000	5	184.000	184.000	184.000	184.000	184.000
BARRAS PARALELAS	650.000	10	65.000	65.000	65.000	65.000	65.000
BARRAS DENOMINADAS	700.000	10	70.000	70.000	70.000	70.000	70.000
T.R.X.	190.000	10	19.000	19.000	19.000	19.000	19.000
JAULAS Y RACKS	1.250.000	10	125.000	125.000	125.000	125.000	125.000
PUSH UP BARS	169.000	10	16.900	16.900	16.900	16.900	16.900
CUERDA PARA SALTAR	60.000	5	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
ANILLAS	930.000	5	186.000	186.000	186.000	186.000	186.000
CHALECOS LASTRADOS	480.000	5	96.000	96.000	96.000	96.000	96.000
BARRAS OLIMPICAS	720.000	10	72.000	72.000	72.000	72.000	72.000
SACOS PESADOS DE SUELO	1.360.000	5	272.000	272.000	272.000	272.000	272.000
GUANTES DE ENTRENAMIENTO	455.000	3	151.667	151.667	151.667	151.667	151.667
PAOS PARA PATADAS	600.000	5	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000
ESCUDO PARA PATADAS	720.000	5	144.000	144.000	144.000	144.000	144.000
MANOPLAS Y PAOS	225.000	5	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000
DUMIS BOLSA PARA GUANTES	200.000	5	40.000	40.000	40.000	40.000	40.000
SACO DE ENTRENAMIENTO PARA PARES	480.000	5	96.000	96.000	96.000	96.000	96.000
PLATRAFORMA BOSU	40.000	5	8.000	8.000	8.000	8.000	8.000
ESCRITORIOS	2.100.000	10	210.000	210.000	210.000	210.000	210.000
SILLAS DE GERENCIA	1.200.000	10	120.000	120.000	120.000	120.000	120.000
SILLAS RIMAX	600.000	10	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
LOKER METALICO	1.500.000	10	150.000	150.000	150.000	150.000	150.000
BANCO DE MADERA	1.000.000	10	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000
AIRE ACONDICIONADO.	4.300.000	10	430.000	430.000	430.000	430.000	430.000
EQUIPO DE SONIDO	450.000	10	45.000	45.000	45.000	45.000	45.000
COMPUTADOR	2.000.000	3	666.667	666.667	666.667	666.667	666.667
IMPRESORA	500.000	3	166.667	166.667	166.667	166.667	166.667
TELEFONOS	600.000	3	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
ARCHIVADORES	300.000	10	30.000	30.000	30.000	30.000	30.000
CAJA REGISTRADORA	800.000	10	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000
Totales	71.134.000		9.040.400	9.040.400	9.040.400	9.040.400	9.040.400

Fuente: elaboración propia

Tabla 42

Resumen de gastos

Gastos De Administración	1er Año	2do Año	3er Año	4año	5 año	mensual
Personal	660.326.461	726.359.107	798.995.018	878.894.520	966.783.972	55.027.205,10
Honorarios	7.200.000	7.920.000	8.712.000	9.583.200	10.541.520	3.000.000,00
Impuestos - Ind y Cio	2.592.000	2.851.200	3.136.320	3.449.952	3.794.947	216.000,00

Arriendo	24.000.000	26.400.000	29.040.000	31.944.000	35.138.400	2.000.000,00
Suscripciones	300.000	330.000	363.000	399.300	439.230	25.000,00
Seguros	6.000.000	6.600.000	7.260.000	7.986.000	8.784.600	500.000,00
Servicios	15.960.000	17.556.000	19.311.600	21.242.760	23.367.036	1.330.000,00
Legales	648.000	712.800	784.080	862.488	948.737	54.000,00
Mantenimiento y Reparaciones	1.200.000	1.320.000	1.452.000	1.597.200	1.756.920	100.000,00
Adecuación	1.200.000	1.320.000	1.452.000	1.597.200	1.756.920	100.000,00
De Viaje	0	0	0	0	0	-
Depreciación	9.040.400	9.944.440	10.938.884	12.032.772	13.236.050	753.366,67
Amortizaciones	26.852.280	24.039.184	21.226.088	18.412.992	0	2.237.690,00
Costos de Ventas						
Costos Materia Prima	0	0	0	0	0	-
No Operacionales		0	0	0	0	-
		0	0	0	0	-
Financieros	600.000	660.000	726.000	798.600	878.460	50.000,00
		0	0	0	0	-
		0	0	0	0	-
Total, Gastos	755.919.141	826.012.731	903.396.990	988.800.984	1.067.426.792	62.993.261,77

Fuente: elaboración propia

5. Punto de equilibrio

punto de equilibrio calculado en base de los totales de ventas y costos

ingresos mensuales: \$69.000.000

costos fijos: \$62.664.262

costos variables:\$ 329.000

p.e: $\text{costos fijos} / (1 - (\text{costo variable} / \text{ingresos}))$

pe: $62.664.262 / (1 - (329.000 / 69.000.000))$

pe: $62.664.262 / (1 - 0.004768116)$

pe:62.664.262/0.995231884

pe: 62.964.484

punto de equilibrio en unidades

número de unidades en el punto de equilibrio = costos directos totales / (precio de venta por unidad – costo variable por unidad)

número de unidades en el punto de equilibrio = 62.664.262/280.000-0

número de unidades en el punto de equilibrio =224. personas

6. flujo Neto de inversión

Tabla 43

Flujo neto de inversión

Concepto	Año 0	1er Año	2do Año	3er Año	4año	5 año
Inversión Fija	78.934.000					
Capital de Trabajo	-78.934.000	-7.893.400	-8.682.740	-8.761.674	-8.769.567	-8.770.357
Valor Residual						
Crédito	-63.934.000					
Amortización del Cr.		-12.786.800	-12.786.800	-12.786.800	-12.786.800	-12.786.800
Flujo Neto de Inversiones	-63.934.000	-20.680.200	-21.469.540	-21.548.474	-21.556.367	-21.557.157

Fuente: elaboración propia

7. Proyecciones Financieras

Tabla 44

Proyección Financiera (Financiamiento)

Préstamo	63.934.000				
Tasa Periódica llevada a Mensual	22%	0,018333333			
Interés pactado Años	5				
Año	Interés	Amor. Cap.	cuota	Vr. Saldo	Carga F Mensual
Año 0				63.934.000	
Año 1	14.065.480	12.786.800	26.852.280	51.147.200	2.237.690
Año 2	11.252.384	12.786.800	24.039.184	38.360.400	2.003.265
Año 3	8.439.288	12.786.800	21.226.088	25.573.600	1.768.841
Año 4	5.626.192	12.786.800	18.412.992	12.786.800	1.534.416

Año 5	2.813.096	12.786.800	15.599.896	0	1.299.991
-------	-----------	------------	------------	---	-----------

Fuente: elaboración propia

8. Flujo Neto de operación

Tabla 45

Flujo neto de operación

Concepto	1er Año	2do Año	3er Año	4año	5 año	Mensual
Ingresos por ventas	828.000.000	910.800.000	1.001.880.000	1.102.068.000	1.212.274.800	69.000.000
Menos		0	0	0	0	-
Costos de Venta	0	0	0	0	0	-
Gastos Operacionales	755.919.141	831.511.055	914.662.161	1.006.128.377	1.106.741.215	62.993.262
Utilidad Operacional	72.080.859	79.288.945	87.217.839	95.939.623	105.533.585	6.006.738
Menos		0	0	0	0	-
Gastos Financieros	600.000	660.000	726.000	798.600	878.460	50.000
Utilidad Gravable	71.480.859	78.628.945	86.491.839	95.141.023	104.655.125	5.956.738
Menos		0	0	0	0	-
Prov. Impuestos 25%	17.870.215	19.657.236	21.622.960	23.785.256	26.163.781	1.489.185
Prov. 9%	6.433.277	7.076.605	7.784.266	8.562.692	9.418.961	536.106
Utilidad Neta	53.610.644	58.971.708	64.868.879	71.355.767	78.491.344	4.467.554
Reserva Legal 10%	5.361.064	5.897.171	6.486.888	7.135.577	7.849.134	446.755
Utilidad Por Distribuir	48.249.580	53.074.538	58.381.991	64.220.191	70.642.210	4.020.798
Mas		0	0	0	0	-
Depreciación	57.289.980	63.018.978	69.320.875	76.252.963	83.878.259	4.774.165
Reserva Legal 10%	5.728.998	6.301.898	6.932.088	7.625.296	8.387.826	477.416
Diferidos	100.000	110.000	121.000	133.100	146.410	8.333
Flujo Neto de Operación	63.118.978	69.430.875	76.373.963	84.011.359	92.412.495	5.259.915

Fuente: elaboración propia

9. Flujo neto del plan de negocios

Tabla 46

Flujo Financiero Neto

Concepto	Año 0	1er Año	2do Año	3er Año	4año	5 año	Vr. Residual
Flujo Neto de Inversión	-63.934.000	-6.393.400	-63.600	-67.416	-71.461	-75.749	0
Flujo Neto de Operación	0	63.118.978	69.430.875	76.373.963	84.011.359	92.412.495	
Flujo Financiero Neto	-63.934.000	56.725.578	69.367.275	76.306.547	83.939.898	92.336.746	

Fuente: elaboración propia

10. Evaluación financiera

Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto o Valor Presente Neto permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero de maximizar la inversión. De esta manera se determina si la inversión a futuro se puede incrementar o reducir el valor. Este indicador muestra el valor del proyecto al cabo de los cinco años programados de funcionamiento de GIMNASIO XXXXXXXXXXXXXXXX, en el municipio de Montería, Córdoba. Teniendo en cuenta la tasa de oportunidad para recursos propios que es el 3.3%

El VAN se calcula con la siguiente fórmula:

$$VAN = \sum \frac{\text{Flujos}}{(1+t)^n}$$

$$(1+t)^n$$

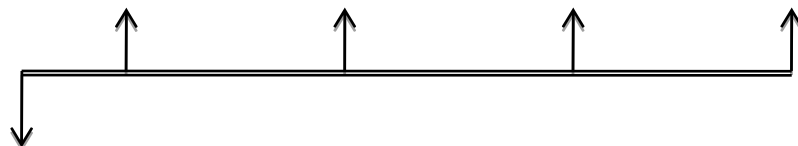
48.249.580

53.074.538

58.381.991

64.220.191

INVERSION



\$78.934.000

$$VPN = 48.249.580 + 53.074.538 + 58.381.991 + 64.220.191 + 70.642.210$$

$$(1+0.033)^1 (1+0.033)^2 (1+0.033)^3 (1+0.033)^4 (1+0.033)^5$$

$$\text{VPN} = 181.000.369$$

$$\text{\$}102.066.367$$

El resultado permite argumentar que el proyecto a pesos de hoy genera un ingreso adicional de $\text{\$}102.033.367$

Tasa Interna de Retorno (TIR)

Este indicador busca comparar la inversión inicial con el valor presente neto, a través de un porcentaje de equilibrio. En otras palabras, este indicador muestra el porcentaje con el cual la inversión inicial retorna a la empresa al cabo de los primeros cuatro años de estar abierta.

TIR al 11%

$$\text{VAN} = \frac{48.249.580 + 53.074.538 + 58.381.991 + 64.220.191 + 70.642.210}{(1+0.11)^1 (1+0.11)^2 (1+0.11)^3 (1+0.11)^4 (1+0.11)^5}$$

$$\text{VAN} = \text{\$} 61, 564,162.00 - (\text{INVERSION INICIAL}) =$$

$$\text{\$} 17.369.838$$

TIR al 12 %

$$\text{VAN} = \frac{48.249.580 + 53.074.538 + 58.381.991 + 64.220.191 + 70.642.210}{(1+0.11)^1 (1+0.11)^2 (1+0.11)^3 (1+0.11)^4 (1+0.11)^5}$$

$$\text{VAN} = \text{\$} 53, 815,451 - (\text{INVERSION INICIAL}) =$$

$$-\text{\$} 25.118.549$$

Interpolación de t_1 y t_2

TIR 1= 11%	VAN= 61.564.162
TIR 2= 12%	VAN= 53.815.451
DEFERENCIA TIR =1%	DIFERENCIA VAN: \$ 7.748.711

$$\text{TIR} = (0.01 * 61.564.162) / 7.748.701 = 0.0794$$

$$\text{TIR} = 0.0794 + 11$$

$$\text{TIR} = 11,0794\%$$

H. Fuentes de financiación

Las fuentes de financiación del gimnasio son por intermedio de un préstamo bancario, el aporte de los socios, las inscripciones de los clientes, las mensualidades de las personas que van a utilizar las máquinas para realizar los ejercicios, el cobro por el asesoramiento de los nutricionistas, el cobro de la mensualidad por la dirección y asistencia del licenciado en educación física y deportes. Y la asesoría a otros gimnasios

I. CONCLUSIONES

A medida que pasan los años podemos evidenciar la aparición de nuevas enfermedades, además de las ya existentes, muchas a causa del estilo de vida poco saludable que llevan las personas hoy en día, la obesidad, el sedentarismo, problemas respiratorios, o afecciones cardíacas, son algunos de los problemas de salud que llegan a causa de la falta de actividad deportiva en las personas. Además, la actividad deportiva contribuye a la salud mental y a mejorar el estado emocional de las personas, elementos que son determinantes en la productividad de un país o una región, ya que el factor trabajo y las personas son el elemento fundamental de dicha productividad. Por tanto, velar por la salud y la calidad de vida de las personas debe ser uno de los principales objetivos de las regiones. Es por eso que al crear un centro deportivo de alto rendimiento, con múltiples disciplinas, se puede lograr mejorar la calidad de vida en términos de salud en la población Monteriana, y de igual manera permite que su población este activa, y progresivamente vaya mejorando en varios aspectos necesarios para mejorar como ciudad, y para que en un mediano o largo plazo, tenga una población más saludable, más productiva y más educada, ya que el deporte es sinónimo de educación y hace fuerte muchos aspectos necesarios en las personas hoy en día.

J. RECOMENDACIONES

Se sugiere la implementación en la ciudad de Montería de un plan deportivo regional, basado en la función N°4 de las políticas emitidas por el estado colombiano a través de mindeporte, que consiste en: *“Elaborar, de conformidad con la Ley Orgánica respectiva y con base en los planes municipales y departamentales, el plan sectorial para ser incluido en el Plan Nacional de Desarrollo, que garantice el fomento y la práctica del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre, y la educación física en concordancia con el Plan Nacional de Educación, regulado por la Ley 115 de 1994”*. Por tanto, es necesario dirigirse al ente jurídico encargado de la implementación de estas políticas departamentales. En este caso la Gobernación de Córdoba; y realizar un estudio pertinente que permita evidenciar las fortalezas y debilidades en la región en cuanto a deporte se refiere, dado que el departamento tiene un potencial importante para estas actividades, pero requiere de políticas que permitan tener una educación pertinente para el tema y garantice el fomento y desarrollo de estas actividades propuestas con el fin de mejorar la salud y la calidad de vida de las personas, ya que es una obligación departamental el velar por el cumplimiento de estos lineamientos. Para esto el ente jurídico encargado y los centros deportivos privados, deben entrar en un acuerdo para contribuir a la mejorar de calidad de vida en términos de salud de la población Monteriana.

K. BIBLIOGRAFIA

- Lino, Rodríguez Arias Bustamante.....Metodología del estudio y la investigación.....Caracas: Centauro,1976.
- Roberto Hernández Sampieri, Carlos Fernández Collado y Pilar Baptista Lucio.....Metodología de la Investigación.....México: McGraw-Hill Interamericana:1991.
- Lloréns Fábregas y Jesús Antonio Bauza.....Ciclo de desarrollo de sistema de información...Caracas, Venezuela : Miro,1991.
- Sapag Chain, Nassir.....Preparación y evaluación de proyectos.....Madrid, España: McGraw-Hill Interamericana,2000.
- Universidad Pedagógica Experimental Libertador....Manual de trabajos de grado de especialización y maestría y tesis doctorales.
- Aura M. Bavaresco de Prieto.....Manual para la elaboración de tesis, monografías, informes.....Maracaibo: Imprenta internacional C.A, 2016.
- José Manuel Sapag Puelma....Evaluación de proyectos: Guía de ejercicios, problemas y soluciones.....Santiago de Chile: McGraw-Hill Interamericana, 2004.

L. ANEXOS

- [..\Downloads\ANALISIS DE RESULTADOS - MONSTERFIT 2.docx.](#)
- [..\Downloads\ESTUDIO FINANCIERO GIMNASIO.xls.](#)

