

**Plan de negocios para la apertura de un centro de acondicionamiento físico en la ciudad de
Pasto**

Brayan Sebastián Paz López

Programa de Tecnología en Contabilidad y Finanzas, facultad de Ciencias Administrativas y
Contables, Universidad Cesmag

Asesora:

Mg. Jinha Mauren Botina Mora

Julio de 2024

Dedicatoria

A mis padres que siempre me han guiado a ser mejor cada día, enseñándome que con esfuerzo y disciplina todos los sueños se hacen realidad.

BRAYAN SEBASTIAN PAZ LOPEZ

Agradecimientos

A todo el apoyo incondicional de mi familia brindándome comprensión y estímulo constante en cada objetivo que me proponga, de igual manera agradezco a cada uno de los docentes que aportaron conocimientos en mi desarrollo tanto profesional como personal.

Resumen ejecutivo

La investigación llevada a cabo para desarrollar un plan de negocios para la creación de un centro de acondicionamiento físico en la ciudad de Pasto, el objetivo principal fue determinar la viabilidad de establecer un negocio que ofrezca servicios de esparcimiento deportivo y promueva la salud física con un enfoque profesional, de calidad y personalizado.

El estudio incluyó diferentes aspectos, comenzando por un análisis de mercado para evaluar la oferta y demanda de los servicios; en la investigación de mercado se analizaron los resultados de la encuesta a los futuros clientes, donde se estableció 32.858 personas por satisfacer en este tipo de servicios para el primer año de operaciones.

También, se realizó un estudio técnico para determinar aspectos como la capacidad, tamaño, ubicación y procesos necesarios para establecer la empresa. Aquí se estableció una ficha técnica del servicio, la localización en la comuna nueve de la ciudad de Pasto, flujogramas de la operación del servicio, y necesidades de requerimientos para iniciar el emprendimiento, incluyendo mano de obra y las inversiones.

Asimismo, se llevó a cabo un estudio administrativo para definir la estructura organizativa de la empresa, incluyendo la misión, visión y manuales de funciones.

Además, se realizó un estudio financiero y económico para evaluar la rentabilidad del proyecto. Aquí se estableció el plan de inversiones, determinación de los costos y gastos, proyección de ingresos, punto de equilibrio, estados financieros, determinando la inversión fija total del proyecto para su puesta en marcha de \$64.037.446 así mismo se hallan indicadores básicos de rentabilidad financiera, dando como resultado una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 64%, Relación Beneficio – Costo (RBC) de 2,77 logrando establecer que el proyecto se puede aceptar, es viable, y rentable para el futuro o futuros inversores.

Finalmente, se analizaron las implicaciones económicas, ambientales y sociales del plan de negocios, donde se destaca el valor de la responsabilidad social empresarial.

Palabras clave

Acondicionamiento físico, financiero, incidencias, mercado, operaciones, organizacional, plan de negocios.

Contenido

	Pág.
Introducción	14
1. Título.....	16
1.1 Planteamiento del problema.....	16
1.1.1 Descripción del problema	16
2. Objetivos	18
2.1 Objetivo general.....	18
2.2 Objetivos específicos	18
3. Concepto del negocio.....	19
3.1 En qué consiste el negocio	19
3.2 Identificación de bienes y de servicios	19
3.2.1 Identificación de bienes	19
3.2.2 Identificación de servicios	20
4. Análisis del mercado.....	21
4.1 Investigación de mercado	21
4.1.1 Fuentes de recolección de información.....	22
4.1.1.1 Fuentes primarias.....	22
4.1.1.2 Fuentes secundarias.	22
4.1.1.3 Fuentes terciarias.	22
4.1.2 Población y muestra.....	22
4.1.2.1 Población.....	22
4.1.2.2 Muestra.	22
4.1.3 Técnicas e instrumentos de recolección.....	23
4.1.4 Análisis e interpretación de la información	23
4.2 Análisis de la demanda	41
4.2.1 Identificación de características de la demanda.....	41
4.2.2 Cálculo y proyección de la demanda	42
4.3 Análisis de la competencia.....	44
4.3.1 Identificación de características de la oferta	45
4.3.2 Cálculo y proyección de la oferta	46

4.4 Determinación del mercado insatisfecho	48
4.5 Estrategias de mercadeo.....	48
4.5.1 Producto	49
4.5.2 Plaza.....	49
4.5.3 Promoción y publicidad.....	50
4.5.4 Precio	52
4.6 Presupuesto de la mezcla de mercadeo.....	55
5. Plan de operaciones.....	56
5.1 Ficha técnica de servicios	56
5.2 Localización e identificación del tamaño del negocio.....	57
5.3 Descripción de procesos en servicios	58
5.4 Distribución física e ingeniería del proyecto	61
5.5 Necesidades y requerimientos.....	64
5.6 Plan de operación.....	64
6. Aspectos organizacionales	66
6.1 Estructura organizacional.....	66
6.2 Descripción de funciones.....	67
6.3 Normatividad	69
6.3.1 Normatividad empresarial (constitución legal de la empresa).....	69
6.3.1.1 Misión.....	69
6.3.1.2 Visión.....	70
6.3.2 Normatividad tributaria.....	70
6.3.3 Normatividad técnica (permisos, licencias, registros, etc.)	70
6.3.4 Normatividad laboral	71
6.3.4.1 Requerimientos para la contratación del personal.:	71
6.3.4.2 Proceso de contratación.	71
6.3.4.3 Reglamento interno del trabajo.....	71
6.3.5 Normatividad ambiental.....	72
7. Plan financiero	73
7.1 Estudio económico.....	73
7.1.1 Determinación de inversiones.....	73

7.1.2	Calculo de costos y gastos	79
7.1.3	Cálculo y proyección de los ingresos.....	85
7.1.4	Identificación del punto de equilibrio	86
7.1.5	Estados financieros	88
7.1.5.1	Estado de situación financiera.	88
7.1.5.2	Estado de resultados.....	90
7.1.5.3	Flujo de efectivo.	91
7.2	Evaluación financiera.....	92
7.2.1	Indicadores de rentabilidad financiera	92
7.2.1.1	Valor presente neto (VPN).....	92
7.2.1.2	Tasa interna de retorno (TIR).....	94
7.2.1.3	Relación beneficio-costos (RBC).....	95
7.2.1.4	Resumen de los indicadores.....	95
8.	Identificación de incidencias.....	96
8.1	Incidencias económicas	96
8.2	Incidencias ambientales	96
8.3	Incidencias sociales.....	97
	Conclusiones	98
	Recomendaciones	99
	Referencias.....	100
	Anexos	102

Lita de graficas

	Pág.
Grafica 1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?	23
Grafica 2. Escoja el género al cual pertenezca	24
Grafica 3. Ocupación	25
Grafica 4.¿Se preocupa usted por su salud?.....	26
Grafica 5.¿Siente gusto por la práctica de deportes?	26
Grafica 6.Si practica deporte o actividades físicas. ¿Con que frecuencia lo hace?	27
Grafica 7.¿En qué lugares a realizado actividades físicas?.....	28
Grafica 8.¿Como prefiere asistir a un Gimnasio?.....	28
Grafica 9.¿Asiste usted a algún gimnasio de la ciudad?.....	29
Grafica 10.¿Cuánto tiempo ha estado en un gimnasio?	30
Grafica 11.¿Estaría de acuerdo con la apertura de un centro de acondicionamiento físico en la ciudad de Pasto?.....	30
Grafica 12.¿Por qué motivos le gusta(ría) asistir a un centro de acondicionamiento físico?	31
Grafica 13.¿En qué horario prefiere concurrir?	32
Grafica 14.¿Qué tipo de servicio prefiere(ría)?	33
Grafica 15.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de entrenamiento básico?	34
Grafica 16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de entrenamiento personal?	35
Grafica 17.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de entrenamiento semipersonalizado?.....	36
Grafica 18.¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de clases colectivas?.....	37
Grafica 19.¿Qué tipo de promoción le gustaría que aplicara al centro de acondicionamiento físico?.....	38
Grafica 20.¿Cuál cree que es el mejor gimnasio de Pasto?	39
Grafica 21.Segun su anterior respuesta ¿Por qué cree usted que es el mejor gimnasio de Pasto? 40	40
Grafica 22.¿Que le gustaría a usted que tuviera un centro de acondicionamiento físico?.....	41
Grafica 23.Promociones.....	51
Grafica 24. Servicios por ofrecer	52
Grafica 25.Precio entrenamiento básico	53
Grafica 26. Precio entrenamiento personal	53

Grafica 27. Precio entrenamiento semipersonalizado.....	53
Grafica 28. Precio clases colectivas.....	54
Grafica 29. Punto de equilibrio.....	87

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1. Cálculo de la demanda.....	43
Tabla 2. Proyección de la demanda	44
Tabla 3. Competencia	45
Tabla 4. Cálculo de la oferta.....	47
Tabla 5. Proyección de la oferta	47
Tabla 6. Mercado insatisfecho	48
Tabla 7. Presupuesto de la mezcla de mercadeo.....	55
Tabla 8. Ficha técnica de productos y/o servicios	56
Tabla 9. Maquinaria y equipos.....	62
Tabla 10. Plan de operación.....	64
Tabla 11. Presupuesto de ventas	65
Tabla 12. Descripción de funciones.....	67
Tabla 13. Capital de trabajo	73
Tabla 14. Inversion activos fijos.....	75
Tabla 15. Inversión de activos intangibles-preoperativos.....	77
Tabla 16. Inversion fija del proyecto	77
Tabla 17. Amortización de crédito.....	78
Tabla 18. Mano de obra directa e indirecta.....	79
Tabla 19. Costos por servicios públicos	80
Tabla 20. Gastos por depreciaciones	80
Tabla 21. Amortización gastos intangibles.....	82
Tabla 22. Otros gastos administrativos.....	82
Tabla 23. Clasificación y distribución de costos y gastos anuales	83
Tabla 24. Presupuesto de costos y gastos	84
Tabla 25. Proyección de ingresos	85
Tabla 26. Estado de situación Financiera	88
Tabla 27. Estado de resultados integral	90
Tabla 28. Flujo neto financiero con financiación	91
Tabla 29. Estructura financiera.....	92

Tabla 30. VPN con financiamiento.....	93
Tabla 31. Cálculo de la TIR.....	94

Lista de figuras

	Pág.
Figura 1. Barrios comuna 9.....	50
Figura 2. Localización e identificación del tamaño del negocio.	58
Figura 3. Descripción del proceso administrativo del pago de mensualidades	59
Figura 4. Descripción del proceso operativo de rutinas de entrenamientos en clientes	60
Figura 5. Plano de distribución de las instalaciones.....	66

Lista de anexos

	Pág.
Anexo 1. Encuesta	102

Introducción

Este proyecto empresarial surge de la ausencia de un servicio que integre las necesidades y tendencias de usuarios en gimnasios, centros de acondicionamiento físico y entrenamientos especializados, para ofrecer un servicio de calidad en un solo lugar de tal manera que los clientes aprovechen al máximo su tiempo, consiguiendo los resultados deseados.

Esta investigación desarrollará un plan de negocios para la creación de un centro de acondicionamiento físico en la Ciudad de Pasto, cuyo propósito es determinar la viabilidad de establecer un negocio que pueda integrar la salud física ofreciendo servicios de esparcimiento deportivo mediante una apropiada personalización de entrenamiento de acuerdo a las necesidades y favoritismo de los clientes brindando adecuada infraestructura garantizando seguridad y comodidad, con espacios adecuados, estéticos e higiénicos, maquinaria e instrumentos que doten apropiadamente los servicios para lograr la calidad y comodidad de los usuarios.

Disponiendo de licencias autorizadas dentro de la jurisdicción geográfica y seguros necesarios de accidentes y daños, determinar costos de funcionamiento, equipamientos, software, métricas financieras de rendimiento, conseguir a profesionales formados y experimentados, recurrir a iniciativas de financiación propia, préstamos bancarios, incursionar en apoyos gubernamentales tales como Fondo Emprender, Bancoldex, a fin de lograr la apertura del centro de acondicionamiento físico y promover una cultura y hábito de entrenamiento físico para una mejor calidad de vida en la región.

Asimismo, se pretende hacer el respectivo análisis e investigación al mercado deportivo a un nivel nacional e internacional mediante fuentes de recolección de información primaria, secundaria y terciaria, para así determinar una clara identificación de bienes y servicios tales como salas de musculación, cardiovasculares, clases grupales, servicios de entrenamiento deportivo como mensualidades básicas, para estudiantes, para adulto mayor, convenios empresariales, semipersonales, personalizados, colectivas.

Determinar y hacer el estudio al segmento de clientes, realizar un análisis de la población que se efectuara mediante un instrumento de recolección de información denominada encuesta para tener un cálculo más preciso e interpretar de mejor manera la información en un contexto

más amplio, cuya encuesta será destinada a población que por recomendación médica requieran del servicio, población infantil, y personas en general.

Finalmente, se hará un análisis de la demanda y oferta para establecer un cálculo y una proyección, para fijar estrategias de mercado y un presupuesto en correlación del mercadeo del mismo, y tener la capacidad de tomar ventaja competitiva frente a negocios con fines deportivos.

1. Título

Plan de negocios para la apertura de un centro de acondicionamiento físico en la ciudad de Pasto

1.1 Planteamiento del problema

1.1.1 Descripción del problema

Actualmente, se ha convertido el mercado fitness en una oportunidad de negocio para empresas interesadas, ya que la sociedad busca tener una vida plena y estar en forma, la falta de actividad física está entre los primeros causantes de padecer enfermedades, debido a ello entidades de salud públicas colombianas promueven campañas que buscan fomentar la práctica regular de actividades físicas, hábitos y estilos de vida saludables, disminuyendo tasas de sedentarismo para que la comunidad en general mejore la calidad de vida, el bienestar, y la salud.

Consecuente a lo expuesto, la investigación busca desarrollar un modelo de negocio para la apertura de un Centro de Acondicionamiento Físico en la ciudad de Pasto, tomando aspectos directos de administración de empresas como, área financiera, mercadeo, responsabilidad social, gestión de talento humano, valor financiero, infraestructura organizacional y tecnológica, todo esto siendo las bases en modelos de negocio.

La apertura de este centro de acondicionamiento tendrá presente la salud, el bienestar físico, la cultura, la distribución de espacios, permitiendo consigo identificar tendencias dentro de un mercado de salud, bienestar y fitness, buscando la atención de clientes, ofreciendo espacios para brindar los mejores servicios, estimando la competitividad del mercado en los precios, ubicación, y productividad en el modelo de negocio propuesto.

Se puede identificar que existe en la ciudad de Pasto una demanda insatisfecha en alto grado por la falta de nuevas instalaciones que estén a la vanguardia en equipamiento aeróbico y anaeróbico, ya que únicamente ciudades con más avance tecnológico cuentan con ello, situando una oportunidad en condiciones de mercado favorable cuya necesidad genera la oportunidad de la creación de un centro de acondicionamiento en la ciudad de Pasto que integre nuevas tecnologías, instalaciones, equipamiento, para exponer competencia en la implementación de nuevas tecnologías en cuanto a instalaciones de maquinaria con la finalidad de conseguir mayor efectividad y profesionalización de los servicios para así conjuntamente adaptarse lo mejor posible a clientes y cuenten con mayor personalización cómoda e intuitiva, creando ajustes a sus

programas de entrenamiento por sesiones, rutinas individualizadas adaptándolo a sus gustos y necesidades, permitiéndoles medir su frecuencia cardiaca, permitiendo entrenamientos interactivos, visualizar contenidos multimedia de forma online, sistemas de amortiguación, entre muchas más personalizaciones.

La apertura de este centro de acondicionamiento físico ofrecerá en cuanto a generación de empleo, vacantes que tengan experiencia en el sector como: entrenadores, que tengan la capacidad de escucha activa, empatía y persuasión en relaciones con futuros clientes, para encargarse de las recomendaciones necesarias de la orientación a personas sobre ejercicios y actividades de acondicionamiento físico.

2. Objetivos

2.1 Objetivo general

Realizar un plan de negocios para la apertura de un centro de acondicionamiento físico en la ciudad de Pasto

2.2 Objetivos específicos

Realizar un estudio de mercado, para conocer la oferta y demanda de los servicios prestados por centros de acondicionamiento físicos.

Establecer un estudio técnico para establecer los aspectos relacionados con la capacidad, tamaño, localización, tecnología y procesos necesarios para el establecimiento de la empresa.

Realizar un estudio administrativo con el fin de diseñar la estructura material y social de la empresa, definiendo la misión, visión y manuales de funciones.

Formular un estudio financiero y económico para comprobar la rentabilidad del proyecto.

Analizar las incidencias sociales y económicas que genere el proyecto.

3. Concepto del negocio

3.1 En qué consiste el negocio

Este plan de negocios busca el acondicionamiento físico de los usuarios, integrando el bienestar y salud del ser humano en un centro de acondicionamiento físico, contemplando los hábitos de uso y concurrencia, precios que los usuarios vean accesibles, lugar adecuado y vías de fácil acceso, tomando las mejores decisiones para su promoción y estableciendo los servicios referentes a tonificación muscular, resistencia aeróbica y anaeróbica, desarrollo de cualidades físicas, coordinación, flexibilidad, velocidad, orientado por profesionales para cumplir con las necesidades y retos del mercado, proporcionando a los usuarios un asesoramiento personalizado a diferencia de gimnasios tradicionales este buscará integrar un asesoramiento seleccionado al nivel y objetivo de cada persona. Asimismo, se tomará en cuenta la información acerca del mercado, obtener indicadores financieros para la toma de decisiones de inversión, costos por medio de flujos de caja, presupuestos, todo esto determina los factores para dar la apertura al centro de acondicionamiento físico en la ciudad de Pasto.

3.2 Identificación de bienes y de servicios

3.2.1 Identificación de bienes

Área de musculación en donde se encuentran todas aquellas “Maquinarias de fuerza” cuyo objetivo es mejorar el sistema muscular a nivel de resistencia y fuerza, normalmente la maquinaria permite trabajar un grupo muscular en concreto, aislando al máximo la zona que se quiere entrenar.

Área cardiovascular en donde se ubicarán las “máquinas de cardio” su finalidad es mejorar el sistema cardiovascular, cintas de correr, bicicletas estáticas, elípticas, escaleras, remos, cada una con diferencias biomecánicas para adaptarse a los usuarios permitiéndoles mejorar su actividad cardiovascular

Sala de clases grupales: Es un área que reunirá a personas en un periodo específico de tiempo, dirigida por un instructor para ejecutar circuitos, series de ejercicios multifuncionales, todo esto generando una integración de las personas y originando una energía motivacional grupal.

3.2.2 Identificación de servicios

Los servicios de entrenamiento deportivo se presentarán de acuerdo con las necesidades y preferencias de cada usuario y deportista. Dependiendo de lo anterior, se realizará una cotización personalizada que incluiría pagos por mensualidades teniendo en cuenta las siguientes características del usuario:

-Mensualidad Básica: Plan dedicado a toda persona, tendrán a su disposición las áreas de musculación y cardiovascular, asistidos por instructores de planta.

-Mensualidades estudiantes: Plan dedicado a estudiantes activos, que serán acreedores a un descuento con presentar el carnet estudiantil, tendrán a su disposición las áreas de musculación y cardiovascular, instruidos por instructores de planta.

-Mensualidad adulto mayor: Destinado a adultos mayores de 60 años, serán acreedores de valoraciones antropométricas, llevarán un plan especializado en ejercicios de baja intensidad, enfatizando en ejercicios de movilidad y en ejercicios funcionales con peso corporal.

-Mensualidad grupal o convenios empresariales: Dirigido a grupos empresariales o grupales, obtendrán un descuento y planes de financiamiento, tendrán a su disposición las áreas de musculación y cardiovascular, tendrán a su disposición los instructores de planta.

-Mensualidad semipersonal: Tendrá un valor agregado a la mensualidad básica, consiguiendo tener ciertos beneficios. Un solo entrenador se encargará de atender 4 clientes asignados por cada turno para garantizar su calidad de entreno estableciendo objetivos, preferencias, atención a cada usuario, se realizará toma de medidas antropométricas, valoración física semanalmente, y prescripción del ejercicio gradualmente desde los pilares básicos de la técnica.

-Personalizado: Este servicio será semejante al semipersonalizado, el valor agregado es que el usuario estará acompañado de su instructor durante toda la sesión de entreno, recibirán los mismos beneficios de valoración antropométrica, valoración física semanalmente, y prescripción del ejercicio gradualmente desde los pilares básicos de la técnica.

-Clases colectivas: Mensualidad distinta a áreas de musculación y cardiovascular, serán clases de Aeróbicos, Steps, Funcionales dinámicos, Crossfit, llevadas por un instructor.

4. Análisis del mercado

4.1 Investigación de mercado

El crecimiento de los gimnasios es una tendencia mundial que ha impactado fuertemente al continente sur americano, Colombia ocupa el tercer lugar en el ranking de gimnasios del continente, hoy en día en el mundo entero hay cerca de 160.000 gimnasios registrados y Colombia cuenta con 1.500 de ellos, la facturación promedio de los gimnasios es variable debido al gran tamaño de algunas franquicias, pero en Colombia este mercado aporta \$550.000 millones de pesos al año a la economía. Debido al culto hacia el cuerpo, la moda y la belleza que se vive en Colombia, el mercado de los gimnasios crece en promedio un 25% anual y se estima que seguirá creciendo al mismo ritmo en los próximos años (Gonzales-Litman, 2015).

Siendo así el comportamiento de mercado a nivel nacional y mundial, la tasa de crecimiento se ve incrementada hacia el culto del cuerpo, la moda y la belleza, adoptando estilos de vida y hábitos saludables, por lo tanto el auge de instaurar nuevos gimnasios, centros de acondicionamiento y espacios de preparación física pequeños y medianos está en incremento, ofertan y venden experiencias a preferencias de clientes, ofreciendo servicios más personalizados.

Según El tiempo, el crecimiento del sector en el mundo es un 25 por ciento anual, incluyendo los spas y los centros de estética. Por su parte, Precor, una multinacional que importa equipos dice que Colombia ocupa el cuarto lugar en América Latina en número de establecimientos y afiliados. Entre las marcas foráneas que están analizando entrar al negocio de los gimnasios en Colombia están las españolas BF+Fit, Altalit Gym Club, BubaGym y VivaFit, que tienen entre sus objetivos abrir unos 150 establecimientos, aunque los anuncios no se han concretado (Lozano, 2015).

Las cifras del sector van aumentando a nivel mundial, Colombia tiene una visión positiva incrementando el aumento a nuevos mercados con fines deportivos y estilos saludables.

Adicionalmente, a base del uso de directorios físicos y virtuales, investigaciones web, redes sociales y recorridos de la ciudad, actualmente la ciudad de Pasto presenta a más de 40 gimnasios formales, y a más de 60 gimnasios informalmente, los servicios que más ofertan cada uno de estos establecimientos son instalaciones adecuadas para realizar actividades de clases

grupales dirigidas, musculación, TRX, baño turco, personalizados, instructores capacitados en ámbitos físicos deportivos, estableciendo un reto y riesgo para incursionar en abrir un Centro de Acondicionamiento Físico en la Ciudad de Pasto.

4.1.1 Fuentes de recolección de información

Se propone recolectar información idónea al tema de investigación con el fin de generar una propuesta concreta, permitiendo interpretar preferencias y nivel de aceptación de un Centro de Acondicionamiento Físico en la ciudad de Pasto a fin de reconocer, analizar y definir hechos problemáticos que pueden resultar, para obtener claridad en las actividades a realizar en la búsqueda del modelo de negocio óptimo para usuarios.

4.1.1.1 Fuentes primarias. Para el proyecto se empleará el instrumento de recolección de información denominado encuesta, con la finalidad de que cada persona encuestada responda preguntas de acuerdo con el tema de investigación a través de un cuestionario online directamente por Google Drive distribuido por medios digitales, redes sociales, correo electrónico, URLs.

4.1.1.2 Fuentes secundarias. Todo lo relacionado con textos específicos, revistas especializadas, enciclopedias, normatividad legal vigente, investigaciones con relación al tema en internet, y todo tipo de fuente que proporcione información completa en cuanto al entorno deportivo y estilos de vida saludables.

4.1.1.3 Fuentes terciarias. La información primaria y secundaria provee de información suficiente e integral para una idea concreta en la investigación a realizar.

4.1.2 Población y muestra

4.1.2.1 Población. La encuesta se llevará a cabo, amparando elementos de estudio a la población residente en la ciudad de Pasto, la cual, según Estadísticas - Municipio de Pasto y el Departamento Nacional de Estadística - DANE para el 2018, Pasto tiene una población de 455.678 habitantes, de los cuales 220.492 son hombres (48,4%) y 235.186 son mujeres (51,6%) (Alcaldía de Pasto, 2020)

4.1.2.2 Muestra. De acuerdo con las Estadísticas del Municipio de Pasto y el Departamento Nacional de Estadística-DANE se contaría con un total de 455.678 habitantes, se procede a calcular el tamaño de la muestra con la herramienta calculadora de tamaño de muestras para investigaciones QuestionPro situando un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 7% obteniendo como resultado en tamaño de muestra 197 personas a encuestar.

4.1.3 Técnicas e instrumentos de recolección

La recopilación de información necesaria para cumplir con objetivos propuestos se hace indispensable, por lo que se procede a realizar la encuesta cuyo formato se encuentra situado en el anexo No1.

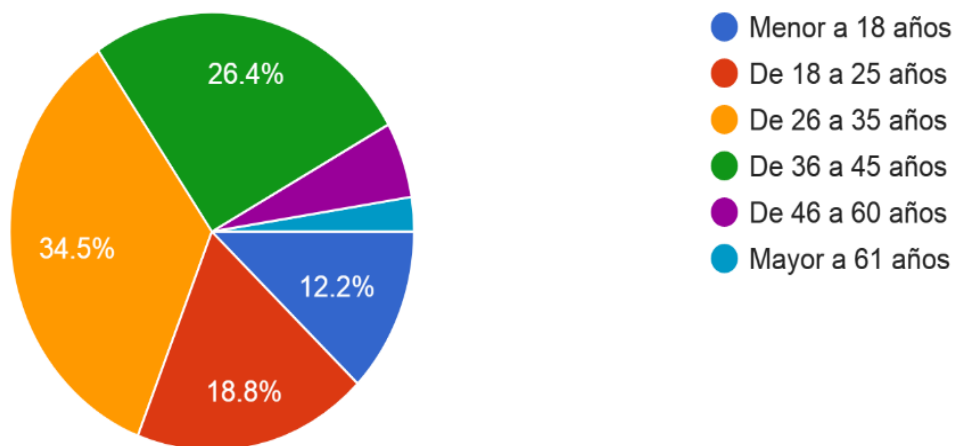
4.1.4 Análisis e interpretación de la información

Se realizaron 197 encuestas dirigidas a deportistas, personas que por recomendación médica requieren del servicio, población infantil, y personas en general que deseen adquirir el servicio. Se llevaron a cabo mediante dispositivos electrónicos y tabulación llevada a cabo por Google Forms, la información lograda expone la siguiente información:

Grafica 1.

¿En qué rango de edad se encuentra usted?

197 respuestas



Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

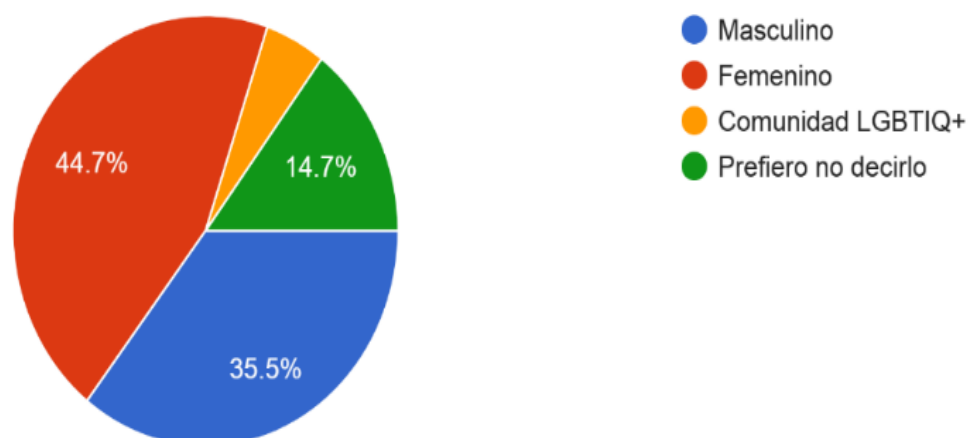
Del total de personas encuestadas, en la gráfica 1 se logra apreciar el rango de edad en que se encuentran, de mayor a menor resultado, se presentan así: De 26 a 35 años (34,5%), 36 a

45 años (26,4%), 18 a 25 años (18,8%), menores de 18 años (12,2%), de 46 a 60 años (5,6%), mayores a 61 años (2,5%). Se puede determinar que la mayoría de las personas encuestadas son de 26 a 45 años, considerándose un amplio mercado de población altamente activa con capacidades a realizar actividades físicas, y con capacidades intelectuales y psicológicas para desempeñar actividades físicas que tienen tendencia a practicar deporte y actividades de acondicionamiento físico en gimnasios, lo cual indica una aceptación potencial del servicio.

Grafica 2.

Escoja el género al cual pertenezca

197 respuestas



Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

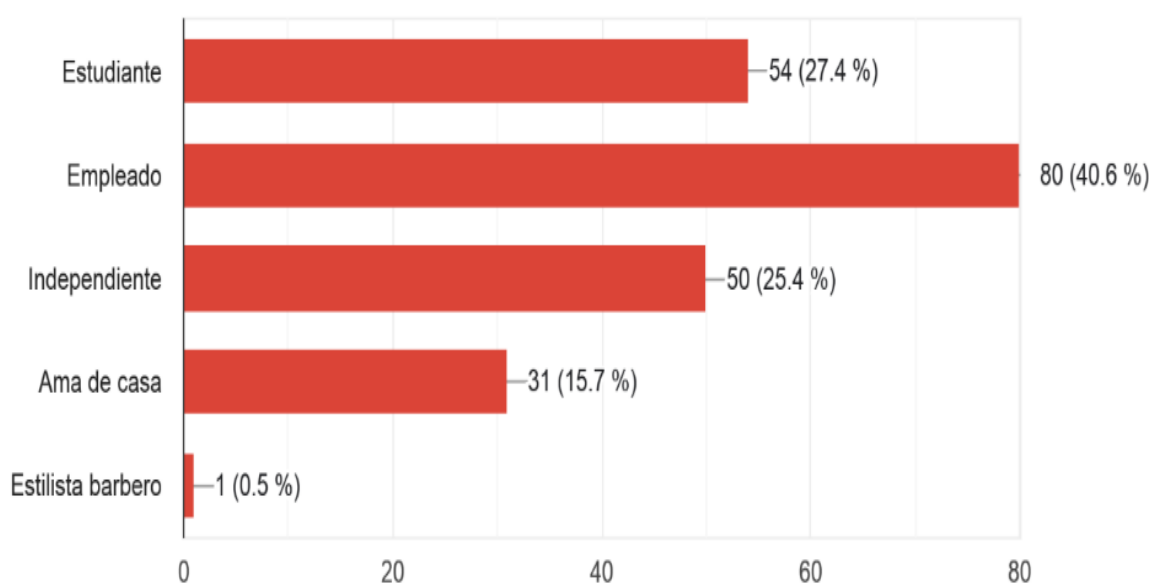
Se puede observar en la gráfica 2 el género al cual pertenecen las personas encuestadas, el mayor número de porcentaje es de género femenino (44,7%), seguidamente el sexo masculino con (35,5%), no prefiere decirlo (14,7%), comunidad LGBTQ+ (5,1), se puede apreciar que la mayoría de personas encuestadas son de género femenino y masculino sin dejar de lado aquellas personas que prefirieron no decirlo o pertenecen a comunidad LGBTQ+, situando un aspecto positivo al centro de acondicionamiento, ya que cada día un mayor número de personas prefieren asistir a centros de belleza, consumir alimentos saludables y realizar actividades físicas para

obtener beneficios en cuanto a su salud y su aspecto físico. Esta respuesta permite diseñar servicios del gimnasio que se enfocarían más para el cliente femenino para satisfacer de forma más precisa las necesidades y preferencias de los clientes potenciales.

Grafica 3.

Ocupación

197 respuestas



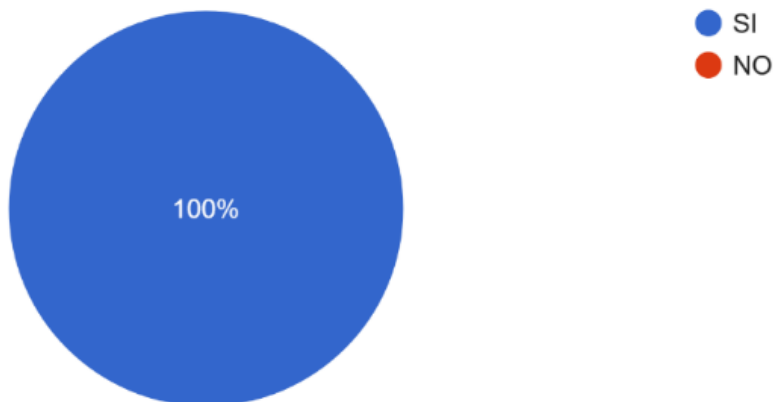
Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Entre los datos obtenidos en la gráfica 3 se puede observar que la mayoría de personas se ocupan principalmente como empleados (40,6%), seguidamente estudiantes (27,4%), independientes (25,4%), ama de casa (15,7%) y barberías (0,5%), se puede determinar que la mayoría de personas trabajan, razón por la cual, se debe tener en cuenta esta información para flexibilizar los horarios y ajustarlos según necesidades de los clientes y el centro de acondicionamiento físico en adelante CAF, sin dejar de lado a las demás necesidades de la población.

Grafica 4.

¿Se preocupa usted por su salud?

197 respuestas



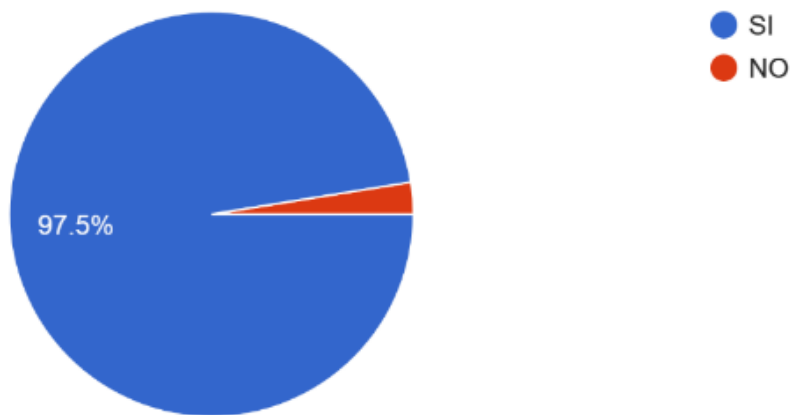
Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

En la gráfica 4 se evidencia que el 100% respondieron que se preocupan por su salud, por lo que se puede deducir que existe una población consiente de su salud, y que estarían dispuestos a realizar actividades físicas para cumplir con su objetivo de prevención de enfermedades y conservación de la salud.

Grafica 5.

¿Siente gusto por la práctica de deportes?

197 respuestas



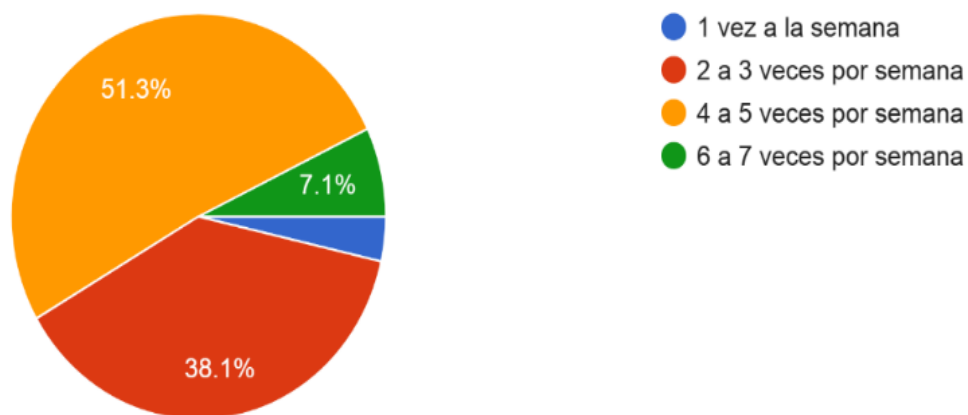
Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Se evidencia que el gusto por la práctica de deportes en la gráfica 5 equivale a un 97,5%, y la población que no siente gusto por la práctica de deportes es del 2,5%, por lo que se puede decir que existe un gran potencial de suscriptores para el centro de acondicionamiento físico gracias a la tendencia de mantener la salud y poseer un buen aspecto físico.

Grafica 6.

Si practica deporte o actividades físicas. ¿Con qué frecuencia lo hace?

197 respuestas

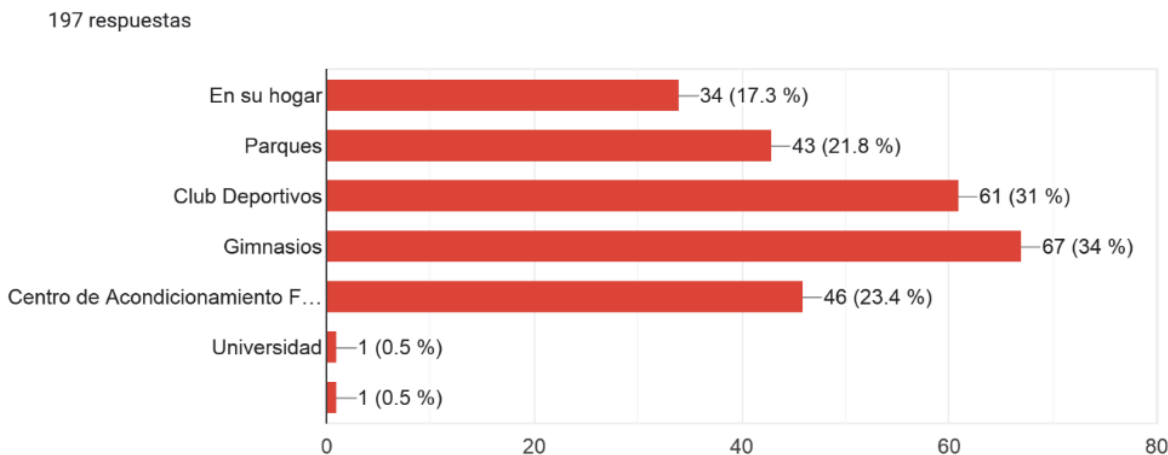


Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

De acuerdo con la gráfica 6, el número de personas que realizan actividades físicas son de 4 a 5 veces por semana (51,3%) son mayores a personas que realizan deporte de 2 a 3 veces (38,1%), 6 a 7 veces por semana (7,1%) y 1 vez a la semana (3,6%), logrando la certeza que un número importante de personas son potencialmente activas, sienten gusto por el deporte y en este sentido, se debe considerar ampliar y flexibilizar los servicios y horarios ofertados a los clientes potenciales.

Grafica 7.

¿En qué lugares a realizado actividades físicas?



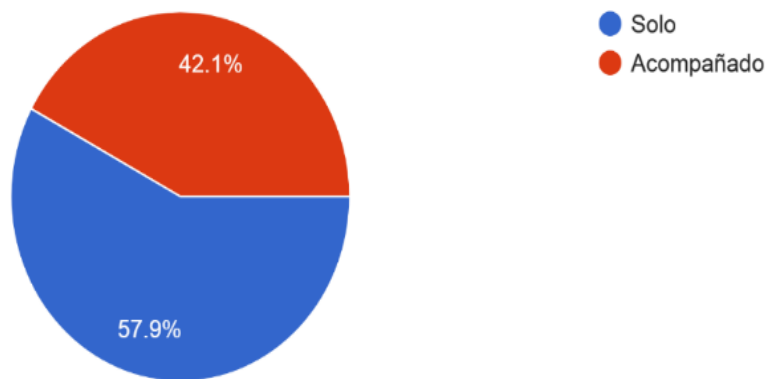
Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

En la gráfica 7 se demuestra que, del total de encuestas realizadas, la población ha asistido o asiste a Gimnasios (34%), seguidamente a club deportivos (31%), CAF (23,4%), parques (21,8%), ejercicio en el hogar (17,3%), en universidad (0,5%), lo que representa una ventaja, ya que las personas prefieren espacios cerrados para realizar actividades físicas y principalmente, existe una tendencia por realizarlo en gimnasios y clubes deportivos donde encuentran máquinas, instrumentos y entrenadores especializados de acuerdo a sus necesidades.

Grafica 8.

¿Cómo prefiere asistir a un Gimnasio?

197 respuestas



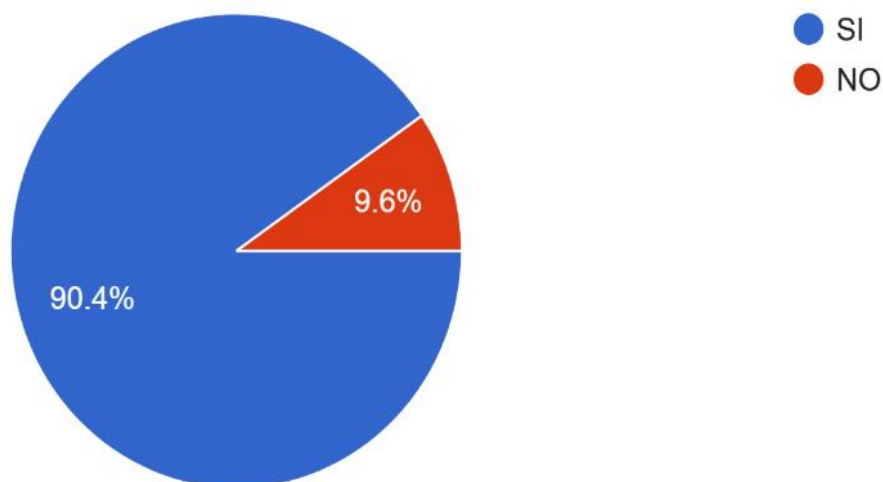
Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Según la gráfica 8, a la pregunta prefiere asistir a un gimnasio solo o acompañado, los resultados indican que la gente prefiere asistir solo (57,9%), y acompañada (42,1%). Gracias a esta información se pueden fijar estrategias de promoción de servicios que permitan captar más clientes, tales como descuentos para parejas o grupos de amigos, acordar los horarios y mejorar la oferta de servicios.

Grafica 9.

¿Asiste usted a algún gimnasio de la ciudad?

197 respuestas



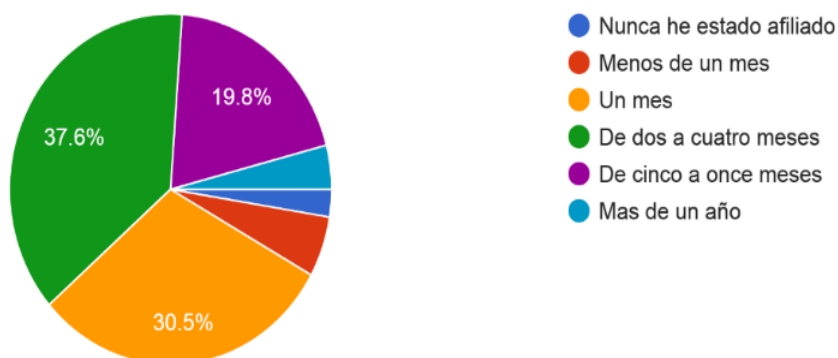
Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

En la gráfica 9 el 90,4% del total de encuestados respondió a que, si asisten a un gimnasio de la ciudad, por otro lado, el 9,6% no asiste actualmente a un gimnasio de la ciudad, logrando determinar que existe un gran potencial de clientes que regularmente adquieren servicios deportivos y requieren de la innovación de servicios ofertados por los centros de acondicionamiento físico y gimnasios.

Grafica 10.

¿Cuánto tiempo ha estado en un gimnasio?

197 respuestas



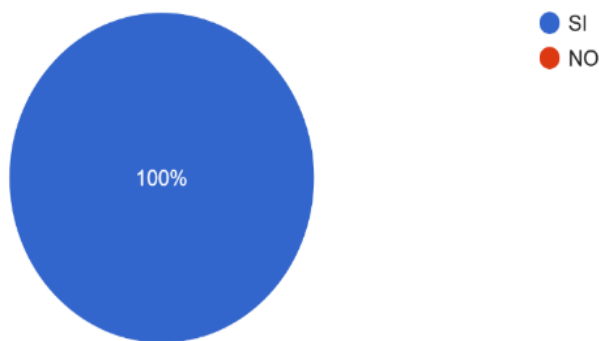
Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

En la gráfica 10, las respuestas obtenidas en orden descendente fueron las siguientes: de dos a cuatro meses (37,6%), un mes (30,5%), de 5 a 11 meses (19,8%), menos de un mes (5,6%), más de un año (4,1%), nunca ha estado afiliado (2,5%) y en base a ello se ha determinado el promedio sobre la frecuencia con que un gran número de personas asisten constante al momento y regularmente.

Grafica 11.

¿Estaría de acuerdo con la apertura de un centro de acondicionamiento físico en la ciudad de Pasto?

196 respuestas

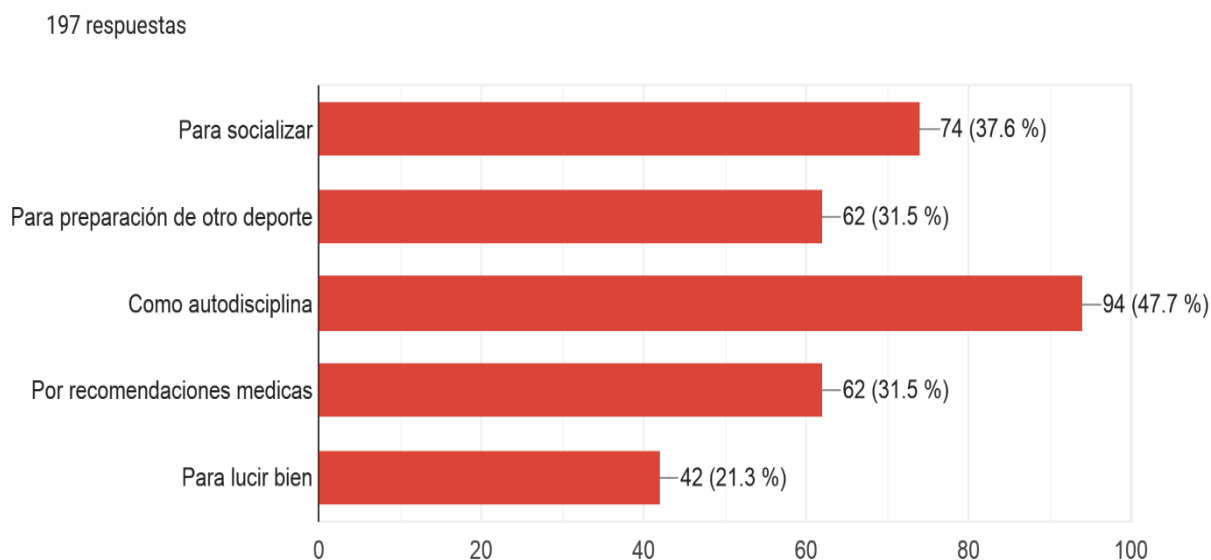


Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

De acuerdo con la pregunta, si estarían de acuerdo en la apertura de un centro de acondicionamiento físico en la ciudad de Pasto en la gráfica 11, del total de encuestas el 100% constaron que si, por lo que demuestra ser un potencial en el mercado, ya que en la ciudad existe una escasez de establecimientos CAFs, generando un aspecto positivo para dar su apertura.

Grafica 12.

¿Por qué motivos le gusta(ría) asistir a un centro de acondicionamiento físico?



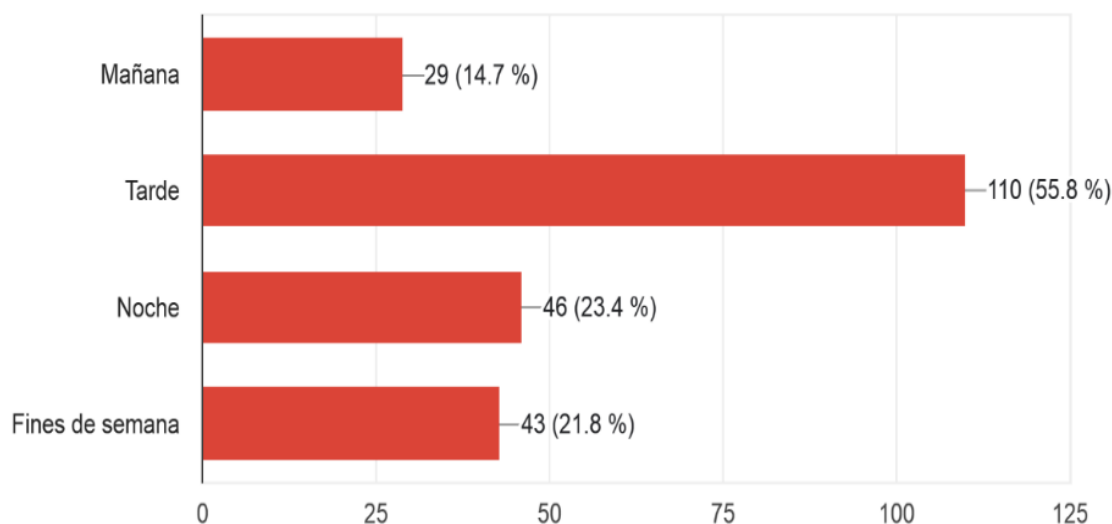
Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

El objetivo de la gráfica 12 se enfoca principalmente en conocer los motivos de asistir a un CAF, los resultados indican que en mayor porcentaje se encuentran personas que les gustaría asistir como autodisciplina (47,7%), para socializar (37,6%) por recomendaciones médicas (31,5%) para preparación en otro deporte (31,5%) para lucir bien (21,3%), lo cual son datos de gran aporte, puesto que el objetivo de dar la apertura al CAF está enfocado a cumplir con estas expectativas.

Grafica 13.

¿En qué horario prefiere concurrir?

197 respuestas

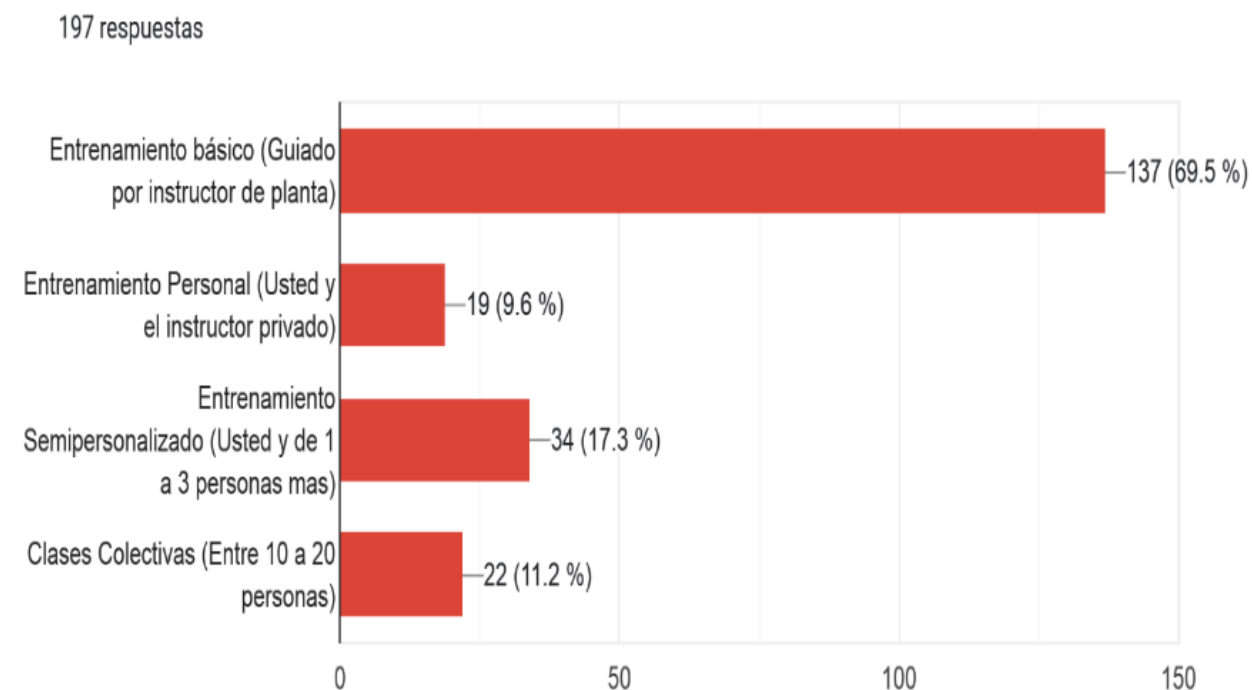


Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Según los datos obtenidos en la gráfica 13, las personas prefieren concurrir en horarios de la tarde, (55,8%), noche (23,4%), fines de semana (21,8%), mañana (14,7%), dando a entender que el Centro de Acondicionamiento físico deberá contar con un extendido horario y un número de personal superior en horarios nocturnos y en fines de semana para atender a la totalidad de usuarios, sin desatender a los demás horarios. Por lo anterior, se deben diseñar horarios flexibles y acordes con las necesidades de los clientes, especialmente extendidos.

Grafica 14.

¿Qué tipo de servicio prefiere(ría)?



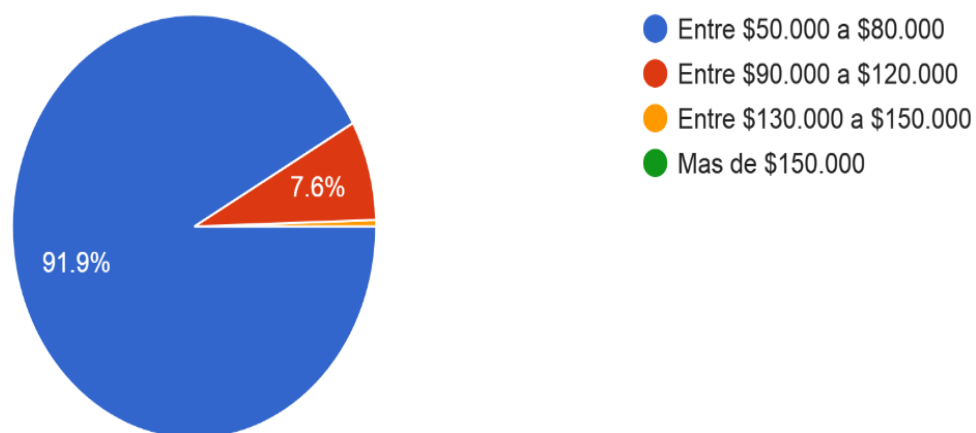
Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

En la gráfica 14 del total de personas encuestadas a la pregunta qué tipo de servicio prefiere, los resultados fueron: a entrenamiento básico (69,5%), entrenamiento semipersonalizado (17,3%), clases colectivas (11,2%), entrenamiento personal (9,6%), por lo que se pueden establecer los servicios de entrenamiento básico como los preferidos sin dejar de lado los demás tipos de entrenamientos. Estas respuestas nos sirven para diseñar planes de entrenamiento básico y dirigido a ciertos tipos de clientes que se deben tener en cuenta a la hora de ofrecer los servicios.

Grafica 15.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de entrenamiento básico?

197 respuestas



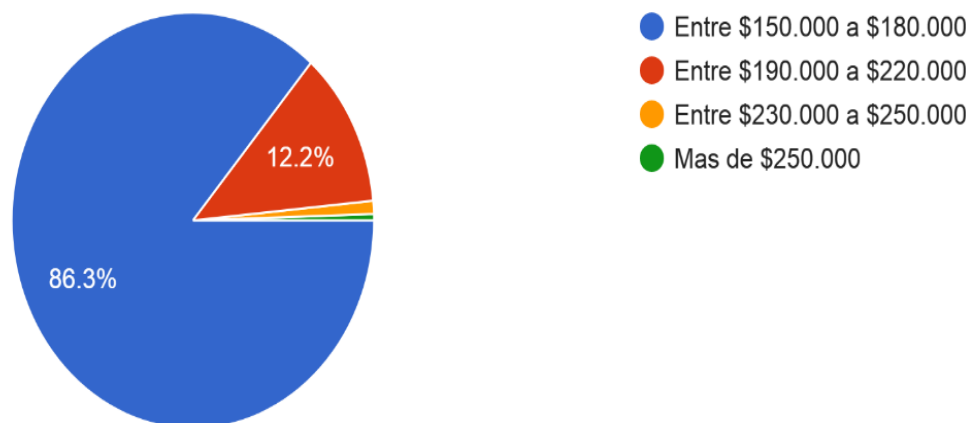
Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Los datos obtenidos en cuanto a pagar por servicios de entrenamientos básico en la gráfica 15, los resultados son: Entre \$50.00 a \$80.00 (91,9%), entre \$90.000 a \$120.000 (7,6%), entre \$130.000 a 150.000 (0,5%), más de \$150.000 (0%). Ante estas respuestas, se considera que el servicio debe tener un precio que oscile entre \$50.000 y \$ 120.000 que puede considerarse para los clientes como un bajo costo y que representa calidad en el servicio. También se debe pensar en ofertar mayores beneficios como bonos, descuentos y demás aspectos que contribuyan a la fidelidad del cliente.

Grafica 16.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de entrenamiento personal?

197 respuestas



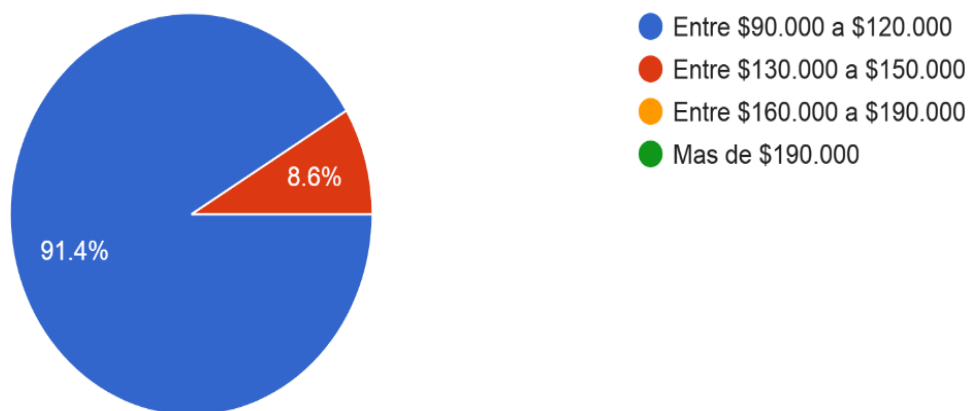
Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Los datos obtenidos en cuanto a pagar por el servicio de entrenamiento personal en la gráfica 16, son: Entre \$150.00 a \$180.00 (86,3%), entre \$190.000 a \$220.000 (12,2%), entre \$230.000 a \$250.000 (1%), más de \$250.000 (0,5%), considerándose que el servicio a ofrecer a los clientes contaría con bajos costos sin descuidar el beneficio a los usuarios.

Grafica 17.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de entrenamiento semipersonalizado?

197 respuestas



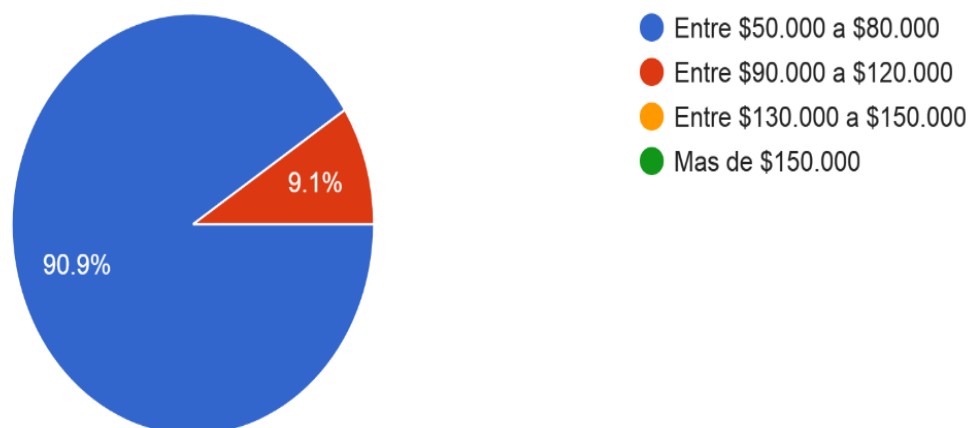
Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Los datos obtenidos en cuanto a pagar por el servicio de entrenamiento semipersonalizado en la gráfica 17, son: Entre \$90.00 a \$120.00 (91,4%), entre \$130.000 a \$150.000 (8,6%), entre \$160.000 a \$190.000 (0%), más de \$190.000 (0%), se considera que el servicio a ofrecer a los clientes contaría con bajos costos sin descuidar el beneficio a los usuarios.

Grafica 18.

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de clases colectivas?

197 respuestas



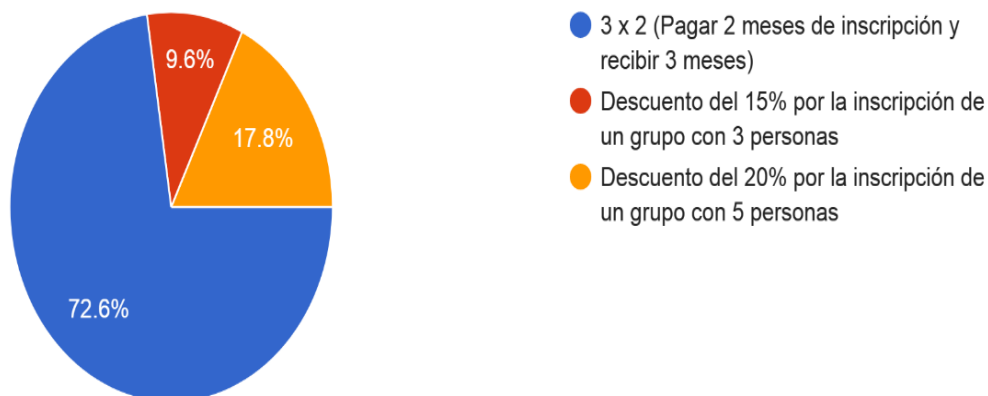
Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Los datos obtenidos en cuanto a pagar por el servicio de clases colectivas en la gráfica 18, son: Entre \$50.00 a \$80.00 (90,9%), entre \$90.000 a \$120.000 (9,1%), entre \$130.000 a 150.000 (0%), más de \$150.000 (0%), se considera que el servicio a ofrecer a los clientes contaría con bajos costos sin descuidar el beneficio a los usuarios.

Grafica 19.

¿Qué tipo de promoción le gustaría que aplicara al centro de acondicionamiento físico?

197 respuestas



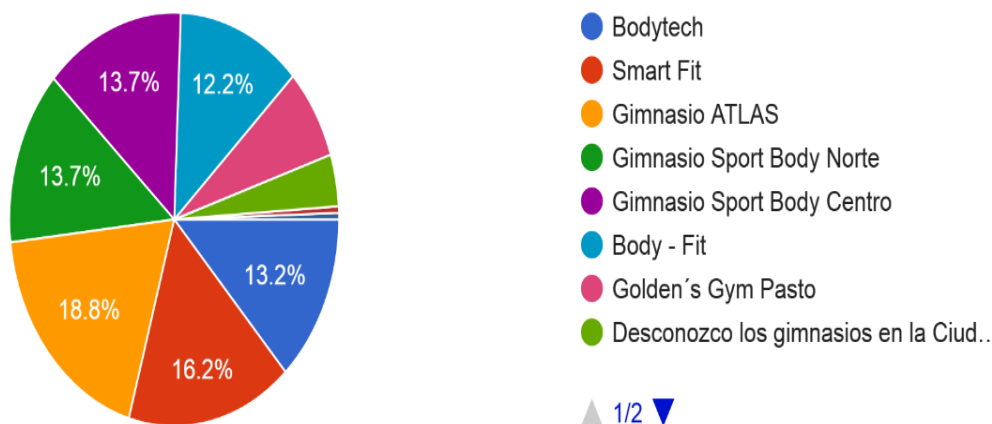
Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Los datos obtenidos en la gráfica 19, con respecto al tipo de promoción a aplicar se pueden obtener los siguientes resultados, siendo de mayor atracción la promoción 3x2 con (72,6%), descuento del 20% por la inscripción de 5 personas (17,8%), descuento del 15% por la inscripción de 3 personas (9,6%), se puede demostrar que existe una mayor tendencia por promociones a pagar 2 meses de inscripción y recibir 3 meses; Estas respuestas son útiles para establecer los beneficios que se van a incluir en los servicios permanentes que pueden atraer y fidelizar a los clientes.

Grafica 20.

¿Cuál cree que es el mejor gimnasio de Pasto?

197 respuestas



Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

En la gráfica 20 se pueden apreciar los mejores gimnasios de la ciudad de Pasto, según los resultados de manera descendente fueron los siguientes: gimnasio Atlas (18,8%), Smart Fit (16,2%), gimnasio Sport Body Norte (13,7%), gimnasio Sport Body Centro (13,7%), Bodytech (13,2%), Body Fit (12,2%), Golden's Gym Pasto (7,1%), desconozco de los gimnasios de Pasto (4,1%). Esta información resulta de gran ayuda para determinar la competencia y diseñar estrategias para crear un favoritismo del centro de acondicionamiento físico frente a los demás gimnasios.

Grafica 21.

Según su anterior respuesta, ¿Por qué cree usted que es el mejor gimnasio de Pasto?

197 respuestas

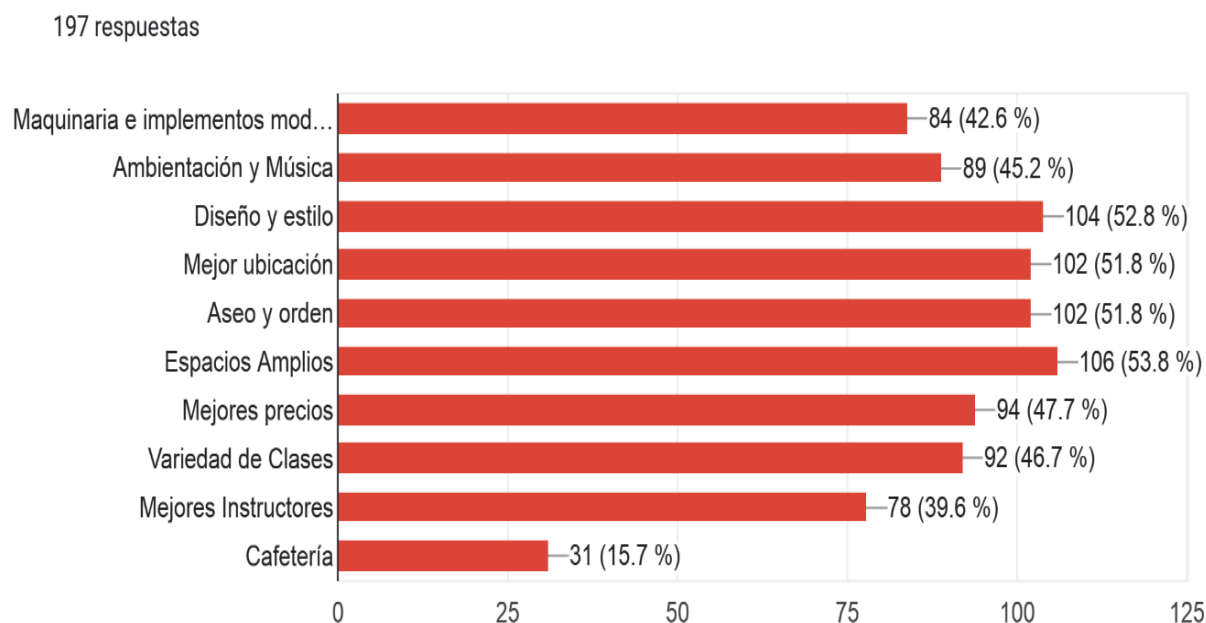
por su ambiente
Personal,espacio
Maquinaria
Por su ambiente
Maquinaria,espacio,estilo
Musica,espacio
Por sus instalaciones
Por que sus equipos de entrenamiento son adecuados , igualmente sus entrenadores,y sus espacios son grandes
Porque tiene varias máquinas que otros gimnasios.

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

En la gráfica 21, del total de las encuestas realizadas y como respuestas abiertas, a la pregunta porque cree que es el mejor gimnasio de Pasto, las respuestas más habituales fueron: Por su ambiente, personal, espacio, variedad en maquinaria, música, instalaciones y entrenamientos. Por lo que el CAF deberá tener presente estas situaciones de distinción de los gimnasios y diseñar estrategias y mejoras a ello. Estos aspectos resultan ser muy atractivos para los clientes, por lo tanto, hay que tenerlos en cuenta para ofrecer un ambiente apropiado y agradable en donde los clientes se sientan satisfechos y a gusto con su rutina de ejercicios.

Grafica 22.

¿Qué le gustaría a usted que tuviera un centro de acondicionamiento físico?



Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Según la gráfica 22 de las personas encuestas, les gustaría que un CAF contara con: Espacios amplios (53,8%), diseño y estilo (52,8%), mejor ubicación (51,8%), aseo y orden (51,8%), mejores precios (47,7%), variedad de clases (46,7%), ambientación y música (45,2%), Maquinaria e implementos (42,6%), mejores instructores (39,6%), cafetería (15,7%). Esta información es importante a tener en cuenta para dar la apertura del centro de acondicionamiento físico, para cumplir y satisfacer las preferencias de los futuros clientes.

4.2 Análisis de la demanda

4.2.1 Identificación de características de la demanda

Según la tabulación de respuestas obtenidas por la encuesta, se pueden percibir los aspectos más relevantes como gustos y preferencias, número de consumidores y expectativas.

Dentro del total de personas encuestadas se logra apreciar el rango de edad en que se encuentran, determinando que la mayoría de personas encuestadas son de 26 a 45 años, considerándose un amplio mercado de población altamente activa con capacidades a realizar actividades físicas, especialmente de género femenino y empleados de alguna empresa que

estarían dispuestos a realizar actividades físicas para cumplir con su objetivo de prevención de enfermedades y conservación de la salud en espacios cerrados para realizar actividades físicas como gimnasios y clubes deportivos, por lo que se puede decir que existe un gran potencial de suscriptores para el centro de acondicionamiento físico gracias a la tendencia de mantener la salud y poseer un buen aspecto físico.

Dentro de los gustos y preferencias obtenidos que tuvieron mayor incidencia es realizar actividades dentro de gimnasios, asistir por autodisciplina, horario comprendido entre la tarde, entrenamientos básicos (Guiados por instructor de planta), servicios a precios bajos, promociones 3x2 (Pagar 2 meses de inscripción y recibir 3 meses).

El número de consumidores según la encuesta se da por la aceptación que este tiene, en donde se encontrarían dispuestas a asistir 197 personas, con futuras expectativas del CAF en enfatizar los espacios amplios, diseños y estilos, ubicación, aseo y orden.

4.2.2 Cálculo y proyección de la demanda

De acuerdo con la pregunta en la gráfica 11, se toma el porcentaje del total de encuestas que contestaron afirmativamente, logrando el 100% generando un aspecto positivo a los usuarios que les interesaría acudir a los servicios de un CAF.

Los resultados obtenidos en la gráfica 6 del número de personas que realizan actividades físicas más regularmente son de 4 a 5 veces por semana (51,3%), logrando la certeza que un número importante de personas son potencialmente activas, sienten gusto y serían potenciales clientes, considerados clientes potenciales para la apertura del centro de acondicionamiento físico.

Se puede establecer el mercado global, mercado potencial y mercado objetivo:

Marco global: Del total de la población Pastusa, entre las edades de 18 a 45 años corresponden a 314.638. (Pasto, 2020)

Mercado potencial: De la ciudad de Pasto, los sectores rurales corresponden a 22,19% y el sector urbano corresponde al 77,81%. (DNP, 2023)

Mercado Objetivo: Se evalúa mediante el índice de crecimiento poblacional el porcentaje de estratificación en la ciudad de Pasto para los estratos tres en adelante, correspondiente a 40.25% de la población total. (Alcaldía de Pasto, 2010), (Infobae, 2022)

Para el cálculo de la demanda, se toma la población de la ciudad de Pasto entre los 18 a 45 años, el porcentaje al sector urbano, los estratos tres en adelante, el porcentaje de aceptación, y las frecuencias en que realizan actividades físicas por semana.

Tabla 1.

Cálculo de la demanda

Factores	Población	Porcentaje
Total, de la población en la ciudad de Pasto entre los 18 a 45 años.	314.638	100%
% del sector urbano	244.820	77,81%
% Estratificación	98.540	40,25%
% Aceptación	98.540	100%
Frecuencia de consumo: 4 veces a la semana	50.551	51.3%
DEMANDA POR SATISFACER	50.551	

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Apreciando el resultado de la demanda a satisfacer, se procede a hacer su respectiva proyección para los siguientes 5 años: multiplicando la demanda a satisfacer y las 52 semanas que tiene el año, y así proceder a multiplicar por el ICP o índice de crecimiento poblacional promedio en Colombia 1,1 para el periodo 2015 -2020 (DANE, 2020).

Tabla 2.*Proyección de la demanda*

Año	ICP promedio	Demanda de afiliados	Proyección demandada
1	1,1	2.628.652	2.891.517
2	1,1	2.891.517	3.180.669
3	1,1	3.180.669	3.498.736
4	1,1	3.498.736	3.848.609
5	1,1	3.848.609	4.233.470

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

4.3 Análisis de la competencia

Para evaluar su respectiva competencia en la ciudad de Pasto se procedió mediante el uso de buscadores de internet, redes sociales, información obtenida de la encuesta aplicada anteriormente y recorridos por la ciudad a fin de obtener información de gimnasios y CAFs de la ciudad, en donde se puede evidenciar que no existen suficientes centros especializados en acondicionamiento físico, existen establecimientos que ofrecen diferentes servicios guiados a entrenamiento deportivo como gimnasios y club deportivos.

Dentro de los centros de acondicionamiento físico y gimnasios más populares, según la tabulación de preguntas en la encuesta se pueden identificar los siguientes que operan en la ciudad de Pasto con su información más relevante, como el promedio de sus precios y el promedio de afiliados:

Tabla 3.*Competencia*

Gimnasio – CAF	PROMEDIO DE TARIFAS MENSUALES	PROMEDIO DE AFILIADOS MENSUAL
Gimnasio ATLAS	\$70.000 - \$130.000	300
Smart Fit	\$69.900 – \$199.900	380
Sport Body Centro	\$70.000 - \$90.000	280
Sport Body Norte	\$72.000 - \$97.000	280
Bodytech	\$164.000 – \$300.000	340
Body – Fit	\$65.000 - \$80.000	280
Golden’s Gym	\$70.000 - \$90.000	300

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Tomando en cuenta la información anterior, se puede afirmar que la competencia en el mercado de establecimientos deportivos cuenta con una cantidad razonable de personas e incursionan con precios relativamente accesibles para usuarios. Sin embargo, ninguna de estas empresas se ha enfocado en realizar valoraciones y diseñar un entrenamiento específico para cada usuario, como el servicio que desea brindar el centro de acondicionamiento físico.

4.3.1 Identificación de características de la oferta

En los últimos años, el mercado fitness ha aumentado significativamente, a causa de una demanda en adquirir estilos de vida saludables, impulsando la apertura de nuevos establecimientos deportivos como gimnasios, CAFs, clubes deportivos.

Hacer ejercicio y llevar un estilo de vida saludable son cuestiones prioritarias para cada vez más gente. En Colombia, más de 460.000 personas son miembros de un gimnasio, cifra que, según la Asociación Internacional de Salud, Raqueta y Clubes Deportivos, lleva a que el país esté entre los de mayor interés por estos centros de ejercicio en la región (Chiquiza-Nonsoque, 2017).

De igual manera, la ciudad de Pasto últimamente ha acogido empresas de gran incidencia en lo que respecta a establecimientos deportivos como gimnasios, Bodytech era uno de los

líderes, actualmente la llegada de Smart Fit se adentra al mercado regional, reflejando un aumento de oferta en la ciudad de Pasto.

4.3.2 Cálculo y proyección de la oferta

Según la gráfica 7 en la encuesta aplicada señala que, del total de encuestas realizadas la población ha asistido o asiste a Gimnasios (34%), seguidamente a club deportivos (31%), CAF (23,4%), parques (21,8%), ejercicio en el hogar (17,3%), en universidad (0,5%), lo que representa que la competencia directa del Centro de Acondicionamiento Físico serían los gimnasios y Club deportivos.

Se procede a realizar el cálculo de la oferta, tomando como datos significativos el total de la población, incluyendo hombres y mujeres entre las edades de 18 a 45 años que corresponden a 314.638 (Alcaldía de Pasto, 2020).

Se toma de la ciudad de Pasto, los sectores rurales corresponden a 22,19% y el sector urbano corresponde al 77,81% (Departamento Nacional de Planeación-DNP, 2023).

Se evalúa mediante el índice de crecimiento poblacional el porcentaje de estratificación en la ciudad de Pasto para los estratos tres en adelante, correspondiente a 40.25% de la población total. (Alcaldía de Pasto, 2010), (Infobae, 2022).

Como competencia directa de servicios deportivos a ofrecer, los lugares más preferidos por los consumidores son los gimnasios y club deportivos, respectivamente 34% y 31%.

Para el cálculo de la oferta, se toma la población de la ciudad de Pasto entre los 18 a 45 años, el porcentaje al sector urbano, los estratos tres en adelante y el porcentaje de competencia directa, y la frecuencia de consumo semanalmente.

Tabla 4.*Cálculo de la oferta*

Factores	Población	Porcentaje
Total, de la población en la ciudad de Pasto entre los 18 a 45 años.	314.638	100%
% del sector urbano	244.820	77,81%
% Estratificación	98.540	40,25%
% Competencia directa	64.051	65%
Frecuencia de consumo: 4 veces a la semana	32.858	51.3%
OFERTA POR SATISFACER	32.858	

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Apreciando el resultado de la oferta a satisfacer, se procede a hacer su respectiva proyección para los siguientes 5 años: multiplicando la oferta a satisfacer y las 52 semanas que tiene el año, y así proceder a multiplicar por el ICP o índice de crecimiento poblacional promedio en Colombia 1,1 para el periodo 2015 -2020 (DANE, 2020).

Tabla 5.*Proyección de la oferta*

Año	ICP promedio	Oferta	Proyección de la oferta
1	1,1	1.708.616	1.879.478
2	1,1	1.879.478	2.067.425
3	1,1	2.067.425	2.274.168
4	1,1	2.274.168	2.501.585
5	1,1	2.501.585	2.751.743

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

4.4 Determinación del mercado insatisfecho

Tabla 6.

Mercado insatisfecho

Año	Proyección de demanda	Proyección de oferta	Mercado insatisfecho
1	2.891.517	1.879.478	1.012.040
2	3.180.669	2.067.425	1.113.244
3	3.498.736	2.274.168	1.224.568
4	3.848.609	2.501.585	1.347.025
5	4.233.470	2.751.743	1.481.727

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Mediante los resultados de oferta y demanda, se puede establecer que hay población insatisfecha, un aspecto positivo para la apertura de un Centro de Acondicionamiento Físico en la ciudad de Pasto, la demanda positiva conlleva a que exista un aumento de servicios, generando mayor competencia en el mercado ofreciendo precios más bajos a usuarios, por lo que en la ejecución del CAF se deberá ajustar su oferta y precio para maximizar su beneficio y obtener un número importante de personas potenciales usuarios que estarían interesados en adquirir el servicio que desean ofrecer, para así obtener la oportunidad de un negocio rentable en el mercado de establecimientos deportivos en la ciudad de Pasto.

4.5 Estrategias de mercadeo

Para una correcta ejecución y distinción del CAF frente a la competencia regional se hace necesario establecer puntos básicos de elementos básicos del Marketing en los últimos tiempos, conceptos que permiten crear estrategias eficientes para lanzar el nuevo establecimiento al mercado.

4.5.1 Producto

El centro de Acondicionamiento Físico va a ofrecer como servicios principales el entrenamiento muscular, mediante rutinas de fuerza y resistencia diseñadas por entrenadores certificados con competencias y habilidades competentes al trato de clientes y con la responsabilidad de guiar a cada usuario, diseñando su rutina especializada según el tiempo que este lleve entrenando, patologías existentes o dificultades físicas a cada usuario, diseñando circuitos o rutinas especializadas a trabajar todas las partes del cuerpo semanalmente. Constarán los circuitos o rutinas de un calentamiento general del cuerpo, seguidamente se hacen ejercicios de movilidad dinámicos o aproximaciones referentes al grupo muscular que se vaya a realizar para así lograr empezar el entrenamiento con peso libre o en máquinas y finalizar con estiramientos estáticos para evitar espasmos musculares o dolores consecuentes del ejercicio. Según la rutina que establezca el entrenador, el tiempo de duración de una sesión promedia los 40 minutos a 60 minutos, con horarios de lunes a viernes de 6:00 am a 9:00 pm en jornada continua y los sábados y festivos de 8:000 am a 1:000 pm.

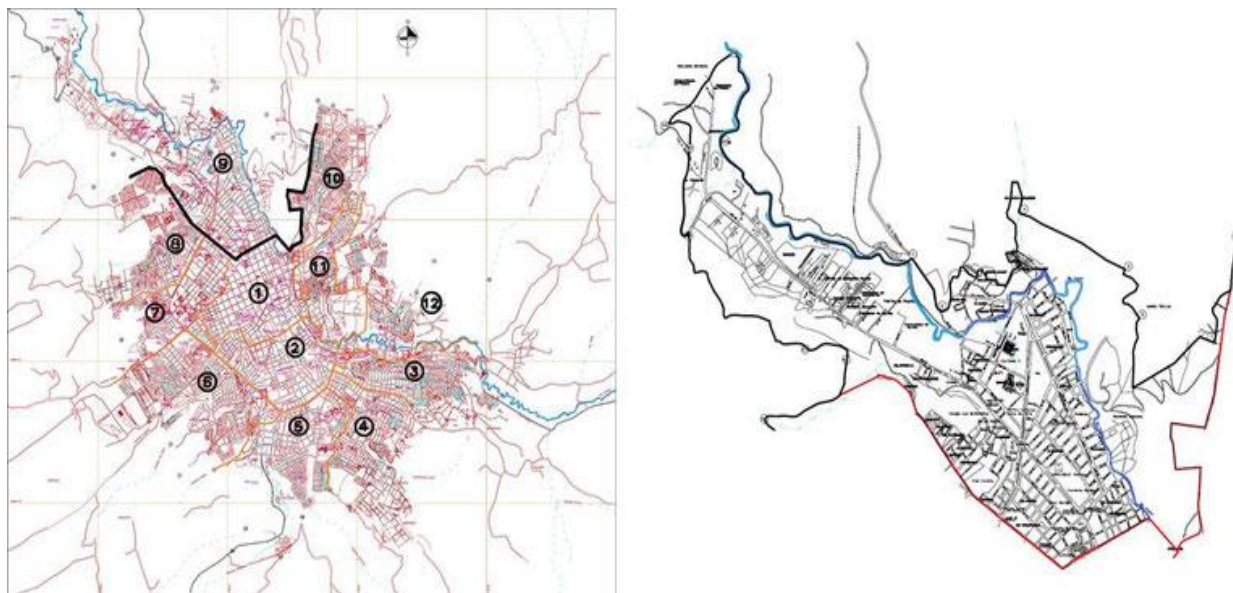
Otro servicio que ofrecerá el CAF en todos los planes será la toma de medidas antropométricas como talla y peso, para valoraciones físicas semanalmente y obtener información objetiva de los cambios en la composición corporal para monitorear los resultados, arrojando resultados como la masa muscular total, porcentaje de grasa, índice de masa corporal, índice cintura cadera, masa magra, agua corporal total, tipología y complejión.

4.5.2 Plaza

Teniendo en cuenta las preferencias de gimnasios en la ciudad de Pasto, se puede establecer en cuanto a la ubicación del centro de Acondicionamiento Físico en el área comprendida del norte de la ciudad, calle 20 barrio Morasurco y potenciales barrios de la comuna 9 ya que existe más auge por establecimientos deportivos y áreas comerciales, mayor seguridad con respecto a barrios aledaños, mayor afluencia de personas y tránsito vehicular, sin embargo. en esta zona existe un mayor costo de arrendamiento y servicios públicos debido a su estratificación alta lo cual se deberá considerar al momento de la apertura.

Figura 1.

Barrios comuna 9



Nota. Fuente: Guerrero-Ortiz-año 2012.

Cabe resaltar que el CAF busca un espacio acorde a la cantidad de futuros usuarios, por ello el local deberá contar con aproximadamente 350 m² para lograr distribuir la sala de entrenamiento, hall de acceso y recepción, administración, 2 baños, uno para caballeros y otro para demás, 2 duchas con vestier, zona de lockers, todos los espacios contarán con buena ventilación y luz natural.

4.5.3 Promoción y publicidad

El canal que se utilizará será directo, debido a que el servicio a ofrecer no cuenta con intermediarios, el canal de distribución en promoción y publicidad se dirige plenamente al consumidor final, mediante canales de:

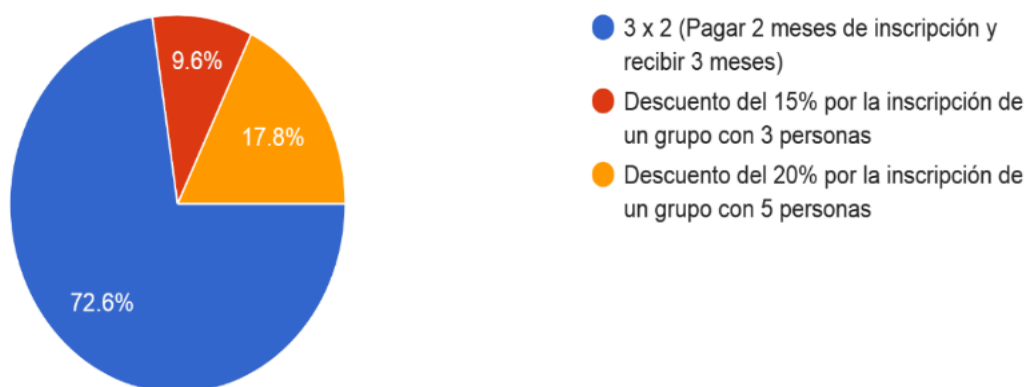
- Página web con su respectivo respaldo en mantenimiento.
- Influencers y redes sociales.
- Eventos relacionados a estilos de vida saludables.
- Espacios de integración a la comunidad en general, con retos de competencias e incentivos.
- Volantes y vallas.

Grafica 23.

Promociones

¿Qué tipo de promoción le gustaría que aplicara al Centro de Acondicionamiento físico?

197 respuestas



Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Según los datos obtenidos en la gráfica 19, con respecto al tipo de promoción a aplicar se pueden obtener los siguientes resultados, lográndose demostrar que el CAF deberá implantar promociones a pagar 2 meses de inscripción y recibir 3 meses.

De igual manera, se implementarán publicidad y promociones por fechas estratégicas del año, algunas de las más relevantes serían: día de la madre, día del padre, día de la mujer, día del hombre, entre muchos otros, además descuentos por nuevos usuarios.

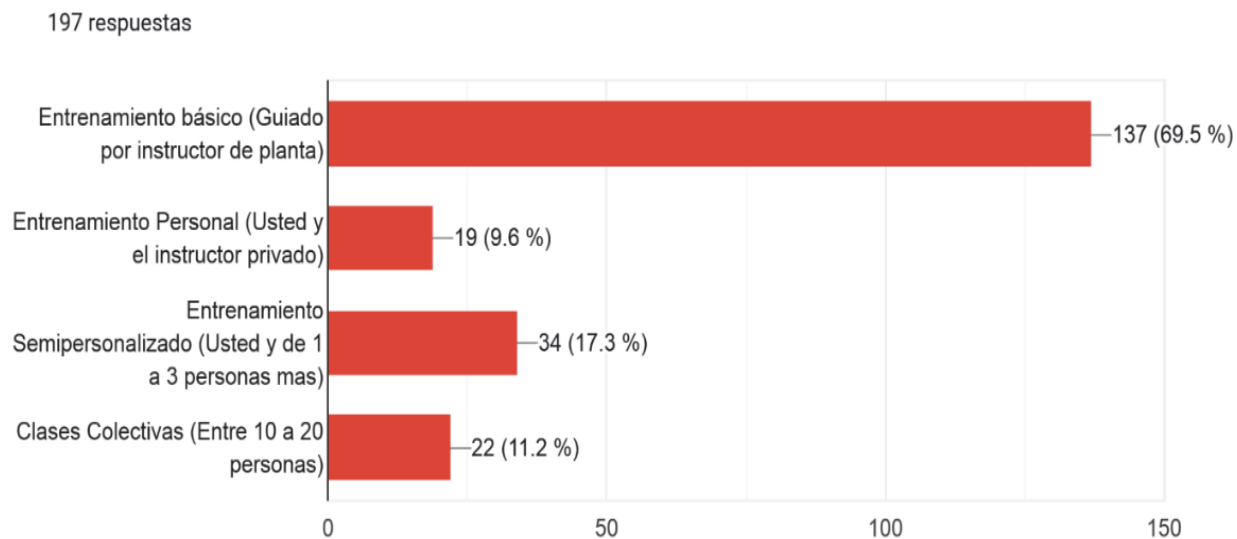
Para llamar la atención en el mercado objetivo, se deberá realizar un buen lanzamiento, una inauguración llamativa, ofrecer cortesías, crear alianzas estratégicas para beneficio mutuo, obsequiar clases de cortesía, para que las personas asistan y recomienden de voz a voz.

Por último, cuando el CAF esté en funcionamiento, se podrían implantar estrategias de fidelizar clientes, mediante descuentos a aquellos que asistan 4 o más veces a la semana, y futuras promociones que se pueden poner en práctica según se vaya adaptando a la demanda del mercado.

4.5.4 Precio

Grafica 24.

Servicios por ofrecer

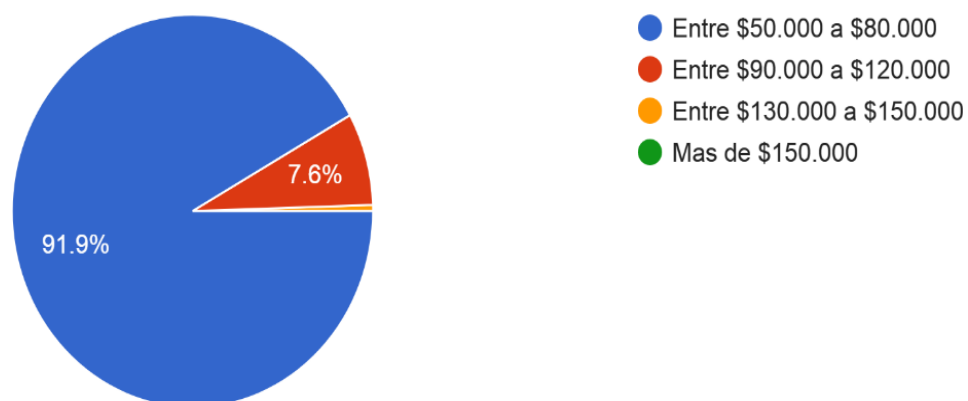


Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

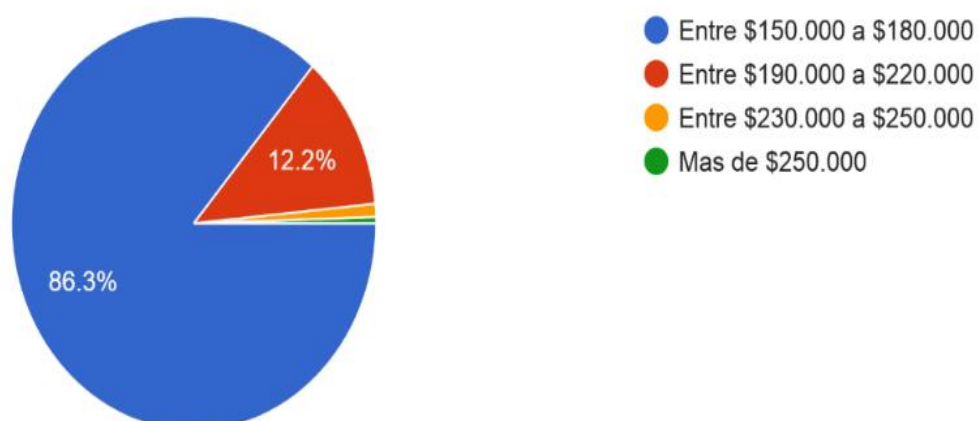
Según la gráfica 14, a la pregunta qué tipo de servicio prefiere, los resultados señalan que prefieren todos los servicios en diferente medida, por lo que en principio los servicios o planes de entrenamiento a ofrecer serán los 4 antes previstos, según avance el proyecto y opiniones que clientes expresen a sus necesidades se tendrá en cuenta la idea de ajustar los planes y tarifas asignadas.

Grafica 25.*Precio entrenamiento básico*

197 respuestas

*Nota.* Fuente: Autoría propia-año 2024.**Grafica 26.***Precio entrenamiento personal*

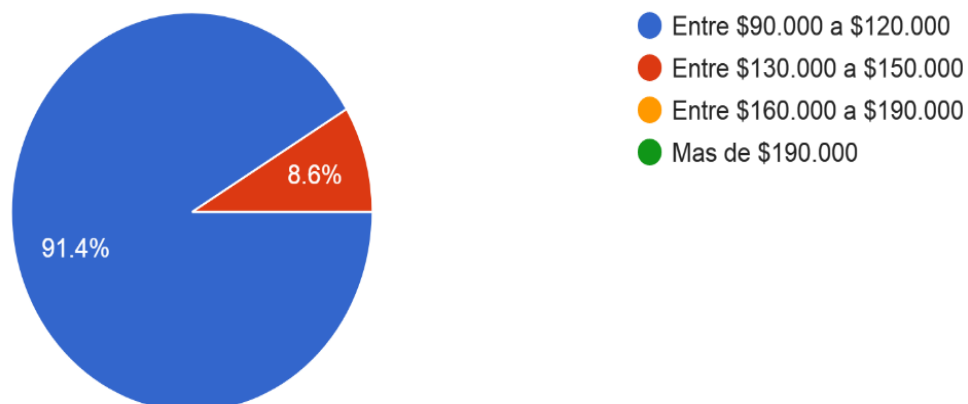
197 respuestas

*Nota.* Fuente: Autoría propia-año 2024.

Grafica 27.

Precio de entrenamiento semipersonalizado

197 respuestas

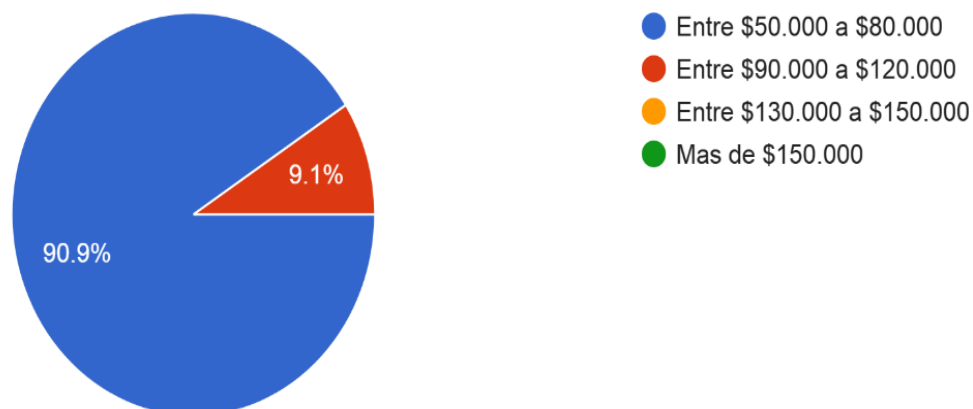


Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Grafica 28.

Precio clases colectivas.

197 respuestas



Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

En los datos obtenidos en cuanto a pagar por los servicios a ofrecer, se puede observar que en todos los servicios los clientes prefieren bajos costos, consecuente a ello, el CAF debe regirse a precios bajos, ofreciendo un servicio de clases, elementos e instalaciones de calidad, con asesoramientos de instructores, valoraciones antropométricas, y demás. Por consecuente, se instaurará un sistema contable para llevar registros y generar reportes financieros, así evitar desfalcos o pérdidas por ofrecer servicios a precios bajos.

4.6 Presupuesto de la mezcla de mercadeo

El presupuesto de la mezcla de mercadeo contendrá los valores aproximados del resultado de cotizaciones para dar a conocer al mercado Pastuso los servicios a ofrecer del Centro de Acondicionamiento Físico para el primer año.

Tabla 7.

Presupuesto de la mezcla de mercadeo

Concepto	Valor
Evento de lanzamiento	\$500.000
Promoción	
Creación de página web	\$800.000
Publicidad en redes sociales	\$500.000
Inscripción a eventos deportivos	\$200.000
Retos competitivos - Incentivos	\$300.000
Volantes y vallas	\$300.000
TOTAL	\$2.600.000

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

5. Plan de operaciones

En el plan de operaciones se desarrollarán los aspectos organizativos y técnicos que desarrollará el centro de acondicionamiento físico, materias primas, recurso humano, equipos, infraestructura física y distribución en planta.

5.1 Ficha técnica de servicios

Las fichas técnicas de los servicios de entrenamiento deportivo se presentarán con sus respectivas características, de dos servicios que más refieren los afiliados, entrenamiento básico (69,5%) y entrenamiento semipersonalizado (17,3%).

Mensualidad Básica: Plan dedicado a toda persona, tendrán a su disposición las áreas de musculación y cardiovascular, asistidos por instructores de planta.

Mensualidad semipersonal: Tendrá un valor agregado a la mensualidad básica, consiguiendo tener ciertos beneficios. Un solo entrenador se encargará de atender 4 clientes asignados por cada turno para garantizar su calidad de entreno, estableciendo objetivos, preferencias, atención a cada usuario, se realizará toma de medidas antropométricas, valoración física semanalmente, y prescripción del ejercicio gradualmente desde los pilares básicos de la técnica.

Tabla 8.

Ficha técnica de productos y/o servicios

Ficha Técnica	
Servicio	MENSUALIDAD BÁSICA
Descripción	Plan dedicado a toda persona, asistido por instructores de planta para desarrollar ejercicios específicos a cada grupo muscular.
Detalle	Tendrán a su disposición las áreas de musculación y cardiovascular. Uso de instalaciones del CAF
Entrenamiento diario	45 a 90 minutos

Servicio	MENSUALIDAD SEMIPERSONAL
Descripción	Tendrá un valor agregado a la mensualidad básica, consiguiendo tener ciertos beneficios, un solo entrenador se encargará de atender 4 clientes asignados por cada turno para garantizar su calidad de entreno, estableciendo objetivos, preferencias, atención a cada usuario.
Detalle	Tendrán a su disposición las áreas de musculación y cardiovascular, acreedores en valoraciones antropométricas mensuales y valoración física semanalmente-
Entrenamiento diario	Según el entrenador de turno.

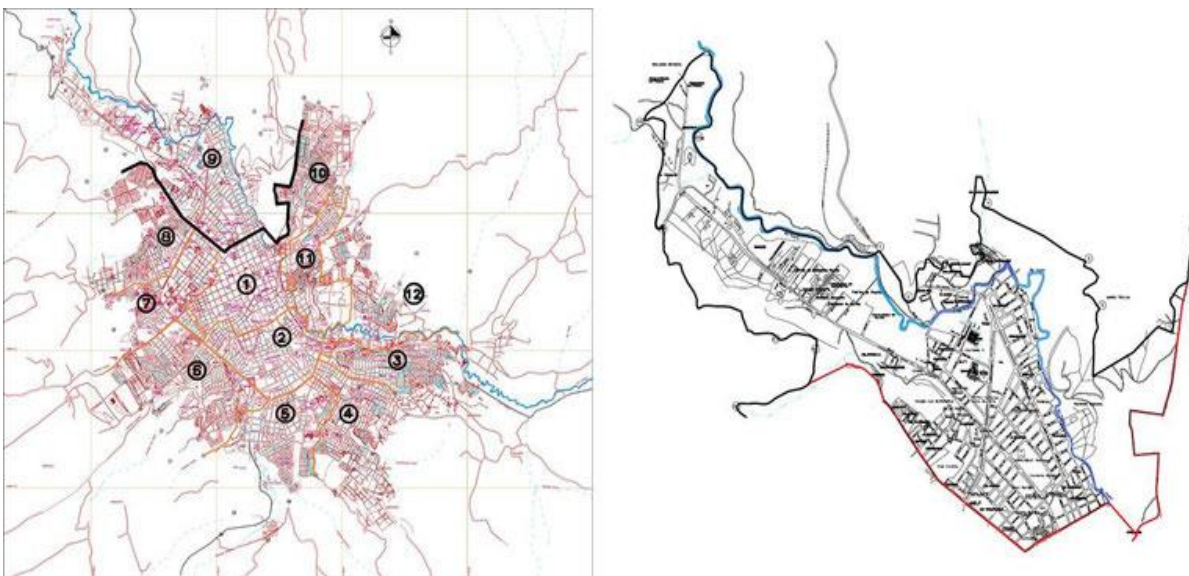
Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

5.2 Localización e identificación del tamaño del negocio

Teniendo en cuenta las preferencias de gimnasios en la ciudad de Pasto, se puede establecer en cuanto a la ubicación del centro de Acondicionamiento Físico en el área comprendida del norte de la ciudad, calle 20 barrio Morasurco y potenciales barrios de la comuna 9 ya que existe más auge por establecimientos deportivos y áreas comerciales, mayor seguridad con respecto a barrios aledaños, mayor afluencia de personas y tránsito vehicular, sin embargo, en esta zona existe un mayor costo de arrendamiento y servicios públicos debido a su estratificación alta, lo cual se deberá considerar al momento de la apertura.

Figura 2.

Localización e identificación del tamaño del negocio



Nota. Fuente: Guerrero-Ortiz-año 2012.

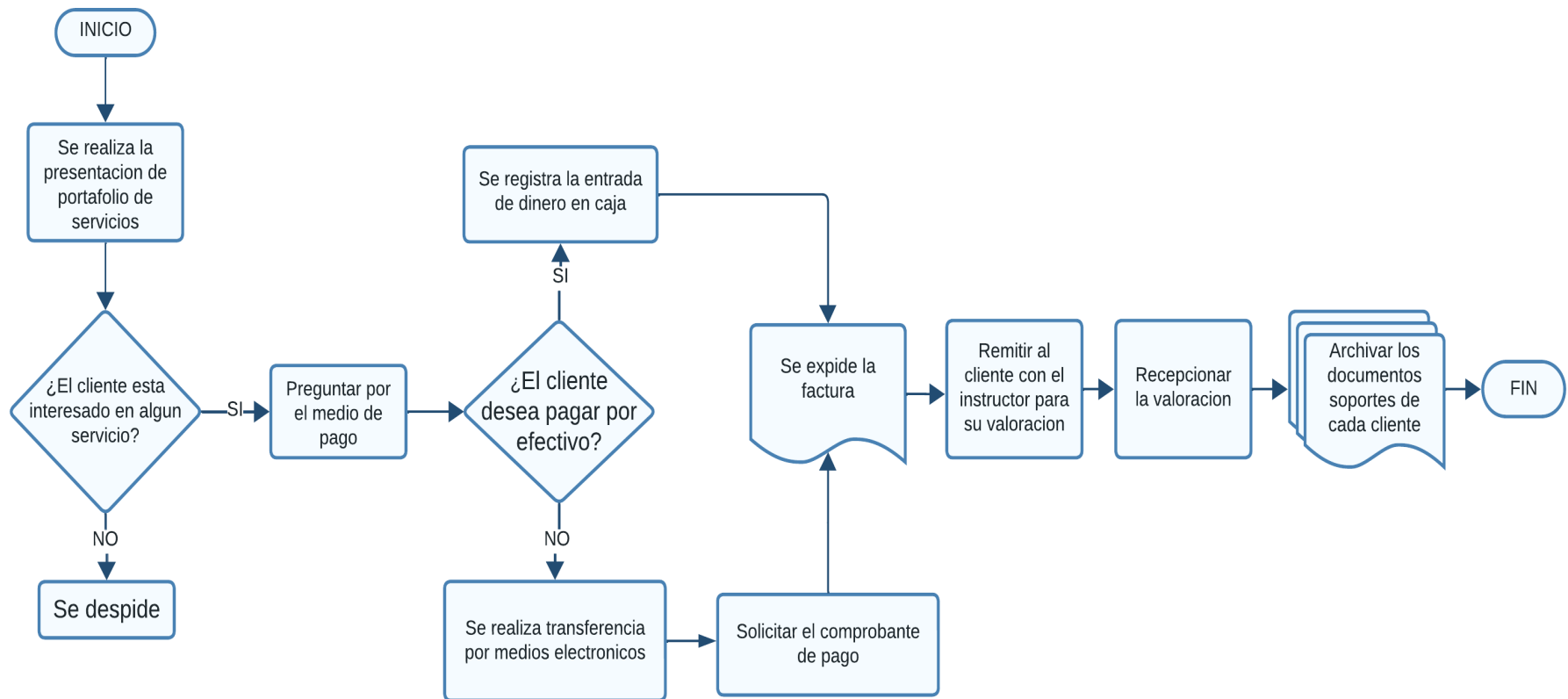
Cabe resaltar que el CAF busca un espacio acorde a la cantidad de futuros usuarios y la capacidad de servicios a ofrecer (considerablemente medio) por ello el local deberá contar con aproximadamente 350 m² para lograr distribuir la sala de entrenamiento, hall de acceso y recepción, administración, 2 baños, uno para caballeros y otro para demás, 2 duchas con vestier, zona de lockers, todos los espacios contarán con buena ventilación y luz natural. Consiguiente a ello, se cotizará el establecimiento que cuente con características requeridas anteriormente, contando con un tamaño similar o superior, a un precio aceptable que oscile entre \$3.000.000 a \$5.000.000 para una capacidad mínima de personas entre 30 a 40 personas, incluyendo personal.

5.3 Descripción de procesos en servicios

La descripción de procesos se llevará a cabo en la apertura al centro de acondicionamiento físico, mediante una descripción de procedimientos a realizar como empresa destinada a ofrecer servicios, se presentarán ejemplos en carácter administrativo y operativo.

Figura 3.

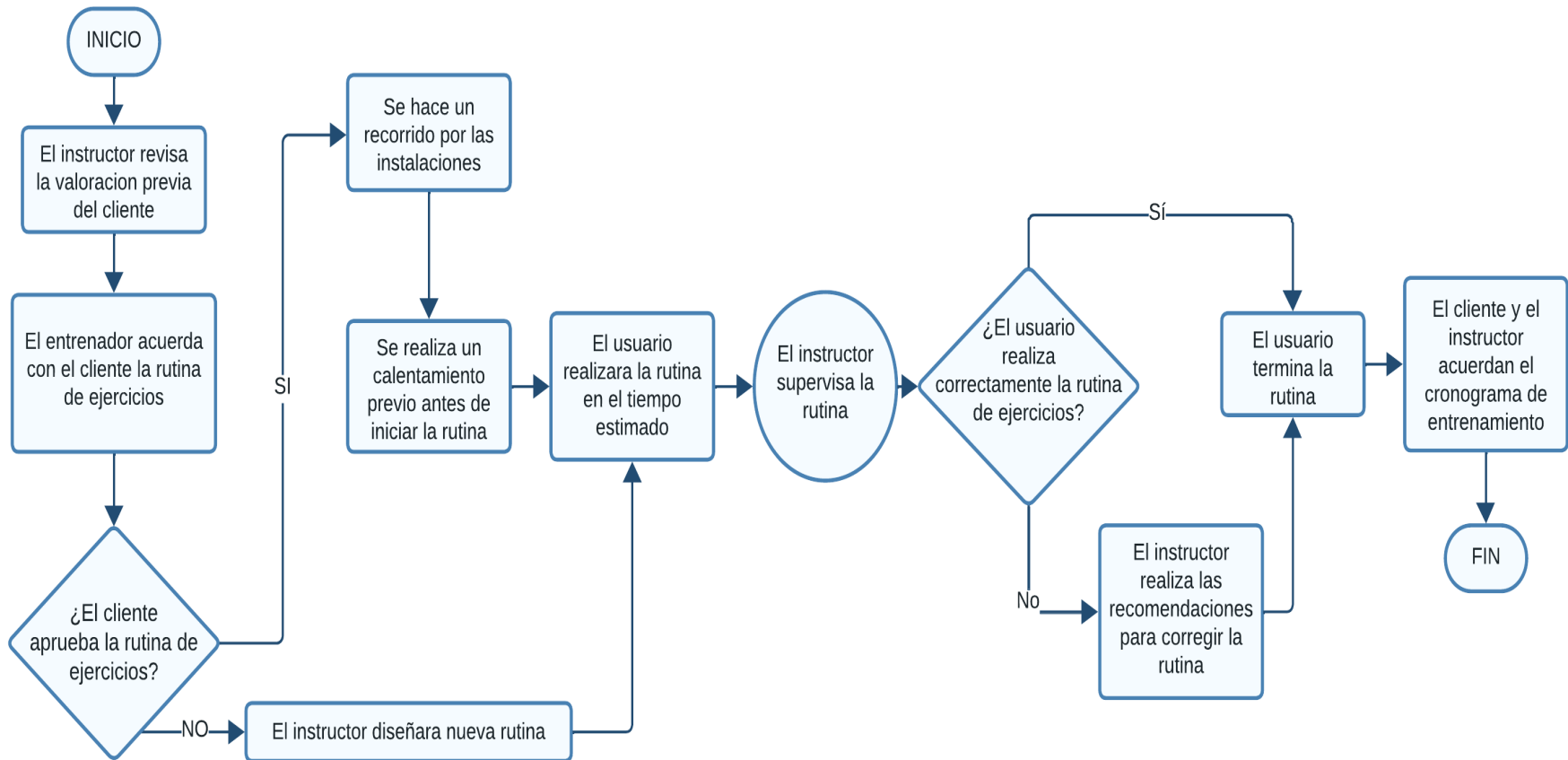
Descripción del proceso administrativo del pago de mensualidades de clientes



Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Figura 4.

Descripción del proceso operativo de rutinas de entrenamiento en clientes



Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

5.4 Distribución física e ingeniería del proyecto

El centro de acondicionamiento físico dispondrá de zona de fuerza o musculación, zona cardiovascular, hall de acceso y recepción, administración, 2 baños uno para caballeros y otro para demás, 2 duchas con vestier, zona de lockers, todos los espacios contarán con buena ventilación, luz natural, servicios públicos de agua y energía eléctrica, además de contar con suelo en goma para evitar daño a las instalaciones y reducir el sonido.

Figura 5.

Plano de distribución de las instalaciones



Nota. Fuente: Páginas en Red-año 2023.

En la anterior gráfica se muestra una referencia de la distribución de planta que se desarrollará en el CAF, sin embargo, se hace necesario adquirir los siguientes equipos para su funcionamiento:

Tabla 9.

Maquinaria y equipos

Detalle	Cantidad	Precio por Unidad	Precio Total	Vida Útil
ZONA MUSCULAR				
	4	\$40.000	\$160.000	10
Mancuernas encauchadas	4	\$70.000	\$280.000	10
	2	\$90.000	\$180.000	10
	2	\$120.000	\$240.000	10
	10	\$30.000	\$300.000	10
Discos encauchados	10	\$40.000	\$400.000	10
	10	\$70.000	\$700.000	10
	10	\$120.000	\$1.200.000	10
	3	\$250.000	\$750.000	10
Barra 2mts – 20Kg y 28mm				
Rack para mancuernas – 2 pisos	1	\$500.000	\$500.000	10
Rack para discos	3	\$150.000	\$450.000	10
Rack para barras	1	\$500.000	\$500.000	10
Bancos inclinables a 5 niveles	2	\$400.000	\$800.000	10
Rack multifuncional	4	\$800.000	\$3.200.000	10
Multipower	1	\$2.000.000	\$2.000.000	10

Extensión cuádriceps	2	\$2.000.000	\$4.000.000	10
Extensión femoral	2	\$2.000.000	\$4.000.000	10
Máquina de abducción y aducción	2	\$2.000.000	\$4.000.000	10
Piso en goma	400	\$16.000	\$6.400.000	10
Colchonetas	10	\$30.000	\$300.000	10
ZONA				
CARDIOVASCULAR				
Elíptica	3	\$2.000.000	\$6.000.000	10
Bicicletas estáticas	5	\$600.000	\$3.000.000	10
Steps	10	\$100.000	\$1.000.000	10
MUEBLES DE				
OFICINA				
Silla de escritorio	2	\$100.000	\$200.000	10
Escritorio	1	\$150.000	\$150.000	10
Locker metálico 20 puestos	1	\$800.000	\$800.000	10
Archivador 4 gavetas	1	\$200.000	\$200.000	10
EQUIPOS				
Computador todo en uno.	1	\$1.300.000	\$1.300.000	5
Impresora	1	\$500.000	\$500.000	5
TOTAL			\$43.510.000	

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

5.5 Necesidades y requerimientos

En los proveedores para adquirir maquinaria y equipos de gimnasio con más prestigio y a un precio competitivo se encuentran INDUSTRIAS FITNESS LEYDI CEDEÑO con más de 20 años de experiencia en maquinaria de alto tráfico y con un amplio catálogo, ubicados en Acopi – Yumbo. De igual manera, ZONA CENTER GYM ubicado en la ciudad de Pasto, cuenta con variedad de catálogo a precios competitivos.

Se decide escoger el proveedor ZONA CENTER GYM de la ciudad de Pasto por los menores precios en maquinaria y accesorios, además de una facilidad en instalación, puesta en marcha, costo de fletes, mantenimiento, ya que se encuentran ubicados en la ciudad que va a operar en CAF.

5.6 Plan de operación

El plan de producción del CAF serán los procesos para la prestación del servicio, los recursos humanos, servicios públicos y otros costos necesarios para el funcionamiento de dichas operaciones. En este sentido, se presupuestarán de la siguiente manera:

Tabla 10.

Plan de operación

Conceptos		Afiliados
Mensualidad básica		90
Mensualidad personalizada		30
Mensualidad semipersonal		54
Clases colectivas		35
TOTAL		209
Recursos		Valor
Mano de obra	Administrador	\$1.300.000
	Instructor 1	\$1.160.000
	Instructor 2	\$1.160.000
Honorarios (contador)		\$400.000
Arrendamiento		\$3.000.000

Servicios públicos	Energía	\$350.000
	Agua	\$250.000
	Internet	\$100.000
Mantenimiento		\$200.000
TOTAL		\$7.920.000

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Consecuente a ello, se presupuestará el plan de operación en función de las provisiones en ventas, por ello se realizó una entrevista a un gimnasio competencia de la ciudad de Pasto, dando como resultado los siguientes datos:

- Inscripción de personas en el primer mes de aproximadamente 209 personas.
- Promedio mensual del precio en servicios 70.000
- Crecimiento aproximado mínimo del 3% por año.

Con los anteriores datos se procede a realizar la proyección del presupuesto en ventas a 5 años con el servicio más demandado en el CAF (entrenamiento básico) con el promedio de afiliados anualmente (209 afiliados por 12 meses del año) además del incremento mínimo anual del 3% y el IPC (índice de precios al consumidor) 0,5% en julio 2023 (DANE, 2023)

Tabla 11.

Presupuesto de ventas

Año	Afiliados anualmente	Incremento 3% del PIB	Precio de venta (70.000)	Inflación (IPC 0,50%)
1	2.508	2.583	\$180.826.800	\$181.730.934
2	2.583	2.661	\$186.251.604	\$187.182.862
3	2.661	2.741	\$191.839.152	\$192.798.348
4	2.741	2.823	\$197.594.327	\$198.582.298
5	2.823	2.907	\$203.522.156	\$204.539.767

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

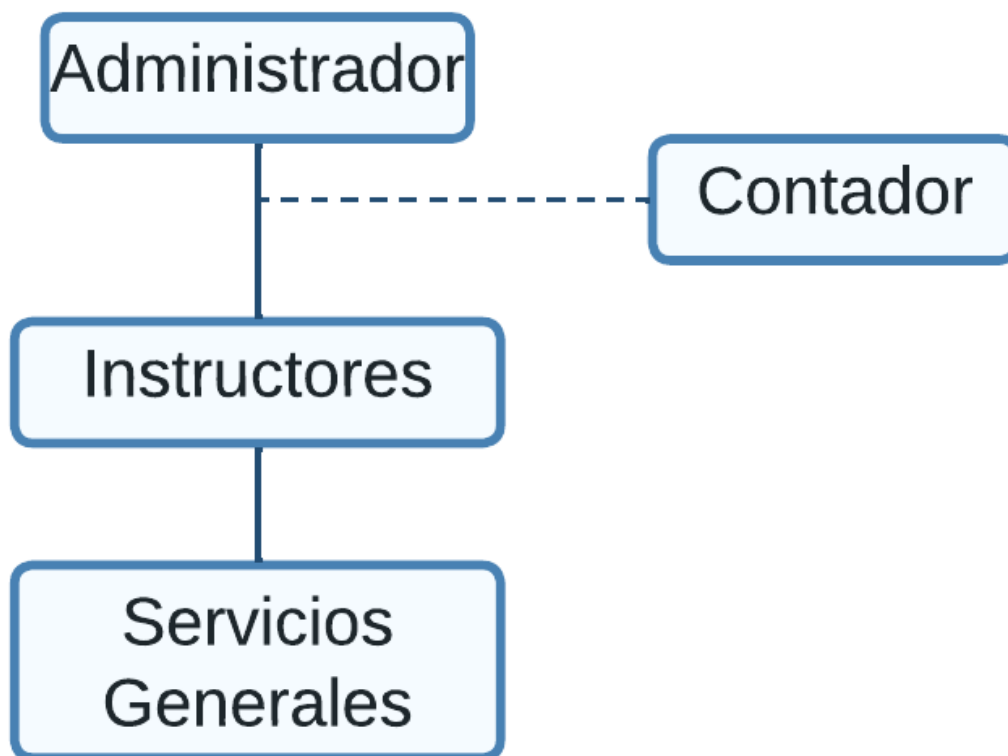
6. Aspectos organizacionales

6.1 Estructura organizacional

El organigrama del CAF estará constituido por 1 administrador, 1 contador público, 2 instructores y una persona de servicios generales. Cuyos órganos serán los encargados del correcto funcionamiento dentro del CAF.

Figura 5.

Organigrama del CAF



Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

6.2 Descripción de funciones

Tabla 12.

Descripción de funciones

Especificaciones	Definición
Nombre del cargo	ADMINISTRADOR
Jefe Inmediato	Socios
Personas a cargo	Todo el personal
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir al personal • Supervisar las actividades a realizar • Coordinar estrategias, cumplir metas establecidas por los socios • Realzar inventarios • Vigilar el cumplimiento de valores, normas y políticas, • Tomar medidas correspondientes al mal uso de las instalaciones • Atender a clientes • Realizar estudio de ventas y ganancias mensuales.
Responsabilidades	Personal y equipos de todo el local
ESPECIFICACIONES	DEFINICIÓN
Nombre del cargo	CONTADOR PÚBLICO
Jefe Inmediato	Administrador
Personas a cargo	Ninguno
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Analizar los movimientos financieros mensualmente. • Realizar libros contables. • Realizar informes de estados

	financieros.
	<ul style="list-style-type: none"> • Asesorar financieramente.
Responsabilidades	Control financiero
ESPECIFICACIONES	DEFINICIÓN
Nombre del cargo	INSTRUCTOR
Jefe Inmediato	Administrador
Personas a cargo	Ninguno
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Recepción a clientes • Toma de medidas de valoración antropométrica • Acompañamiento de rutinas en ejercicios a clientes • Garantizar la prestación del servicio
Responsabilidades	Elementos del CAF y correcta prestación del servicio
ESPECIFICACIONES	DEFINICIÓN
Nombre del cargo	SERVICIOS GENERALES
Jefe Inmediato	Administrador
Personas a cargo	Ninguno
Funciones	<ul style="list-style-type: none"> • Correspondiente limpieza a los espacios • Desinfección de la maquinaria en el local • Asegurarse de la suficiencia en insumos de limpieza.
Responsabilidades	Limpieza

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

6.3 Normatividad

6.3.1 Normatividad empresarial (constitución legal de la empresa)

El CAF será una sociedad por acciones simplificada S.A.S decretada por el Congreso de Colombia en la ley 1258 de 2008, en la cual se podrá constituir por una o varias personas naturales o jurídicas que solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes ante un documento privado inscrito en el registro mercantil de la cámara de comercio, definiendo consigo unos requisitos para constituirla.

-Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas.

-Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada"; o de las letras S.A.S.

-El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución.

-El término de duración, si este no fuere indefinido. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad se ha constituido por término indefinido.

-Una enunciación clara y completa de las actividades principales, a menos que se exprese que la sociedad podrá realizar cualquier actividad comercial o civil, lícita. Si nada se expresa en el acto de constitución, se entenderá que la sociedad podrá realizar cualquier actividad lícita.

-El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que estas deberán pagarse.

-La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse cuando menos un representante legal.

Por lo tanto, la constitución se llevará mediante la Cámara de Comercio de Pasto mediante un documento privado; su razón social será “GYM RAT S.A.S” con un domicilio principal sin sucursales, a un término indefinido, como una empresa dedicada a prestar servicios deportivos fitness a clientes, con aporte de un socio.

6.3.1.1 Misión. El Centro de Acondicionamiento Físico GYM RAT S.A.S. presta servicios integrales en entrenamiento físico personalizado y clases grupales de acondicionamiento. Nuestro objetivo es proporcionar soluciones efectivas para nuestros clientes, aprovechando los mejores colaboradores operativos y organizacionales. Nos destacamos por nuestro profesionalismo y calidad, asegurando una experiencia positiva y transformadora para nuestros clientes. Además, nuestro compromiso incluye mejorar las condiciones laborales de

nuestros colaboradores, fomentar hábitos saludables en nuestros clientes e innovar en métodos de entrenamiento.

6.3.1.2 Visión. Para el año 2028, nuestra visión es consolidar la marca GYM RAT S.A.S como líder en el mercado de centros de acondicionamiento físico en la ciudad de Pasto. Nos esforzaremos por contribuir al desarrollo económico local, manteniendo altos estándares de calidad y una sólida imagen corporativa. Generaremos empleo y ofreceremos un espacio apropiado para brindar servicios personalizados con excelencia y calidad a nuestros clientes.

6.3.2 Normatividad tributaria.

Tanto el CAF y demás empresas en Colombia deben cumplir con obligaciones tributarias actualizadas anualmente (Equipo Editorial Loggro, 2022):

- Impuesto sobre la renta y complementarios.
- Impuesto sobre las ventas (IVA). Dependiendo del tamaño de la empresa e ingresos, se establece dicho impuesto.
- Retención en la fuente. Mediante facturas de compras de bienes o servicios que se realicen.
- Reteica. Según tarifa del municipio de Pasto.
- Impuesto de industria y comercio. Se grava por las actividades que realice el CAF

6.3.3 Normatividad técnica (permisos, licencias, registros, etc.)

Para dar la apertura del CAF con su normatividad técnica serán necesarios los requisitos legales y extraleales exigidos por la normativa colombiana, entre ellos se encuentran:

- Cámara de comercio. Mantener vigente la matrícula mercantil con la cámara de comercio de Pasto, y obtener el Registro Único Tributario (RUT).
- Uso de suelo. Cumplir con las normas referentes al uso de suelo, finalidad o destinación de la construcción de la edificación con su ubicación respectiva del domicilio.
- Obtener una licencia de funcionamiento en la Alcaldía
- Registro sanitario y ambiental en la ciudad de Pasto.
- Anunciar el establecimiento ante el cuerpo de bomberos.
- Efectuar la normatividad referente a los niveles de intensidad auditiva.
- Notificar de la apertura del CAF ante junta directiva y estación de policía en la zona en que se va a operar.

6.3.4 Normatividad laboral

Según el decreto 1072 del 2015 establece un marco regulatorio integral para el sector laboral. De este modo para la apertura del CAF, este decreto obliga a la adopción de medidas en la contratación, remuneración, seguridad social, condiciones de trabajo, relaciones colectivas, inspección del trabajo y otras disposiciones preventivas y correctivas para garantizar la seguridad y el bienestar de los empleados.

6.3.4.1 Requerimientos para la contratación del personal. Los requerimientos para la contratación del postulante ante la solicitud de empleo se llevarán a cabo mediante un formulario u hoja de vida que contenga información del postulante, antecedentes legales, historial académico, si tiene o no experiencia laboral, habilidades y capacidades para el tipo de cargo. Deberá anexar:

- Fotocopia de cedula y en el caso del sexo masculino libreta militar.
- Certificados y diplomas que prueben el nivel de escolaridad.
- Constancias laborales en su historia laboral.

Una vez haya anexado el formulario con todos los requisitos anteriores, se realizará una entrevista al aspirante para identificar sus intereses y examinar si es factible su contratación.

6.3.4.2 Proceso de contratación. El personal del CAF estará contratado a través de la modalidad contrato laboral establecido en el código sustantivo de trabajo, según el decreto 2663 de 1950, como contrato de trabajo aquel por el cual una persona natural se obliga a prestar un servicio personal a otra persona, natural o jurídica, bajo la continuada dependencia o subordinación de la segunda mediante remuneración.

Asimismo, todos los contratos dentro del CAF estarán amparados bajo las prestaciones de ley establecidas en Colombia de acuerdo con el código sustantivo del trabajo (QuickBooks, 2023).

- Cesantías: Equivale a un mes de salario, por año devengado.
- Intereses sobre cesantías: Rendimiento de cesantías.
- Prima de servicios: Equivale a un mes de salario, se realizan dos pagos en el año.
- Vacaciones: Descansar 15 días pagados, por año trabajado.

6.3.4.3 Reglamento interno del trabajo. El reglamento interno del trabajo del CAF serán las normas que establecen las condiciones para el funcionamiento de la empresa, las cuales

deben llevar a cabo todo el personal de trabajo mediante sus procesos de labores diarias dentro del CAF, algunas disposiciones son las siguientes:

-Horario de trabajo: El CAF tendrá el horario laboral de lunes a viernes de 6:00 am a 9:00 pm en jornada continua y los sábados y festivos de 8:00 am a 1:00 pm. Domingo no se labora.

-Protección del empleado: El CAF contará con implementos de seguridad como, botiquín de primeros auxilios, extintores, señalizaciones.

-Deberes del empleado: Los empleados deben trabajar de acuerdo con principios de la empresa, normas de conducta, honestidad, confidencialidad, responsabilidad y trabajo en equipo.

6.3.5 Normatividad ambiental

En Colombia la normatividad ambiental busca garantizar que los establecimientos en general operen de manera sostenible, minimizando su impacto en el medio ambiente y contribuyendo a la preservación de los recursos naturales. De este modo el CAF aplicaría aquella normatividad ambiental y responsabilidad del impacto ambiental generado por su actividad, estableciendo las siguientes medidas:

- Evitar el uso innecesario de agua
- Implementar sistemas de recolección de aguas lluvias
- Manejar eficientemente la energía eléctrica
- Realizar una gestión adecuada de residuos
- Priorizar el uso de limpieza biodegradables

7. Plan financiero

7.1 Estudio económico

7.1.1 Determinación de inversiones

Para que el CAF inicie sus operaciones se hace necesario el cálculo de activos fijos y la depreciación que se realizó en la tabla No.9 (Maquinaria y equipos), mediante el artículo 134 del estatuto tributario que dispone los métodos de depreciación contable contemplados por la NIIF, en consecuencia a ello se opta por el método lineal o de línea recta y la limitación de la vida útil en activos se llevará a cabo mediante la ley 1819 de 2016 que establece la tasa de depreciación dependiendo su clasificación (Gerence.com, 2023). Se estiman las inversiones que el CAF necesita para poner en marcha la empresa.

Activos corrientes y capital de trabajo. Está constituido por efectivo de la empresa que corresponde al aporte de capital de trabajo que asciende a la suma de \$10.227.446; y en los años siguientes se proyecta y se calcula de la siguiente forma (el análisis de los costos y gastos se realizan en capítulos siguientes):

Tabla 13.

Capital de trabajo

CALCULO DE CAPITAL DE TRABAJO						
	DETALLE			VALOR		
	Costo del servicio			37.387.344		
	Gastos de administración			85.846.581		
	Gastos de marketing			1.200.000		
	CAPITAL DE TRABAJO			124.433.925		
PROYECCIÓN INVERSIÓN ANUAL DE CAPITAL DE TRABAJO						
PROYECCION INVERSION CAPITAL DE TRABAJO-AUMENTO 0,5% INFLACION PROMEDIO						
CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión capital de trabajo	10.227.446	10.278.583	10.329.976	10.381.626	10.433.534	10.485.702

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Del capital de trabajo se debe tomar el 100% según las necesidades y viabilidad para el proyecto, donde se presenta un valor total en costos operacionales de \$124.433.925 para realizar la operación en la inversión del capital de trabajo.

Costos de operación diaria.

COPD = COSTOS DE OPERACIONES ANUALES (COSTOS DE PRODUCCIÓN)

365 días

COPD = \$ 124.433.925

365

COPD = \$ 340.915

Inversiones en capital de trabajo-5 años.

CT = CO (Copd)

ICT = Inversión en capital de trabajo

CO = Ciclo operativo

COPD = costos de operaciones diarias.

Ciclo operativo para empresas del sector terciario en días = 30

ICT = 30 X 340.915 = \$10.227.446 Para el año cero de inversión, este valor es importante puesto que la empresa no puede empezar descapitalizada, y según el ciclo operativo que es de 30 días, es necesario este monto para cubrir los distintos costos y gastos, además dicha inversión debe crecer en años posteriores, por ello para el segundo hasta el quinto año se estima un crecimiento teniendo en cuenta una inflación de 0.5% anual.

Activos fijos. Los activos fijos están representados por los bienes que posee la empresa, y corresponden a los muebles y enseres ya que, los equipos de entrenamiento los tendrá la empresa, por lo tanto, son un costo. Los muebles y enseres, por un valor total de \$40.360.000.

Tabla 14.*Inversión activos fijos*

INVERSION ACTIVO FIJO				
EQUIPO DE COMPUTACIÓN				
DETALLE	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	VIDA UTIL
Computador todo en uno.	1	1.300.000	1.300.000	5
Impresora multifuncional	1	500.000	500.000	5
TOTAL EQUIPO DE COMPUTACIÓN		1.800.000	1.800.000	
MUEBLES Y ENSERES				
DETALLE	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	VIDA UTIL
Sillas de escritorio	2	100.000	200.000	10
Escritorio	1	150.000	150.000	10
Locker metálico 20 puestos	1	800.000	800.000	10
Archivador 4 gavetas	1	200.000	200.000	10
TOTAL MUEBLES Y ENSERES		1.250.000	1.350.000	
MAQUINARIA Y EQUIPO PARA ENTRENAMIENTO				
DETALLE	CANTIDAD	VR. UNITARIO	VR. TOTAL	VIDA UTIL
Mancuernas encauchadas 1	4	40.000	160.000	10
Mancuernas encauchadas 2	4	70.000	280.000	10
Mancuernas encauchadas 3	2	90.000	180.000	10
Mancuernas encauchadas 4	2	120.000	240.000	10
Discos encauchados 1	10	30.000	300.000	10
Discos encauchados 2	10	40.000	400.000	10
Discos encauchados 3	10	70.000	700.000	10
Discos encauchados 4	10	120.000	1.200.000	10
Barra 2mtys -20kg	3	250.000	750.000	10
Rack para mancuernas-2 pisos	1	500.000	500.000	10

Rack para discos	3	150.000	450.000	10
Rack para barras	1	500.000	500.000	10
Bancos inclinables a 5 niveles	2	400.000	800.000	10
Rack multifuncional	4	800.000	3.200.000	10
Multipower	1	2.000.000	2.000.000	10
Extensión cuádriceps	2	2.000.000	4.000.000	10
Extensión femoral	2	2.000.000	4.000.000	10
Máquina de abducción y aducción	2	2.000.000	4.000.000	10
Piso en goma	400	16.000	6.400.000	10
Colchonetas	10	30.000	300.000	10
Elíptica	3	2.000.000	6.000.000	10
Bicicletas estáticas	5	600.000	3.000.000	10
Steps	10	100.000	1.000.000	10
TOTAL DE MAQUINARIA Y EQUIPO		13.926.000	40.360.000	

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Activos intangibles-preoperativos. Evidencia los rubros de los activos que se consideran intangibles pero necesarios para iniciar el emprendimiento.

Tabla 15.*Inversión de activos intangibles-preoperativos*

INVERSIÓN ACTIVOS INTANGIBLES-PREOPERATIVOS	
ITEM DE INVERSION	VALOR
Gastos de constitución y licencias-notariales.	1.000.000
Bomberos	100.000
Software contable y administrativo	3.000.000
Imprevistos	1.000.000
Papelería, útiles de oficina, elementos de aseo y elementos de cafetería	600.000
Estrategias marketing penetración mercado-lanzamiento y promoción	2.600.000
Adecuamiento infraestructura del local	2.000.000
TOTAL INVERSION PREOPERATIVA	10.300.000

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Con respecto a lo anterior, se determina la inversión fija total del proyecto, para su puesta en marcha:

Tabla 16.*Inversión fija del proyecto*

INVERSIONES DEL PROYECTO	
CONCEPTO	INVERSIÓN FIJA DEL PROYECTO
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES Y CORRIENTES	
EFFECTIVO Y EQUIVALENTES DEL EFFECTIVO-CAPITAL DE TRABAJO	10.227.446
MAQUINARIA Y EQUIPOS	40.360.000

MUEBLES Y ENSERES	1.350.000
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.800.000
SUBTOTAL TANGIBLES	53.737.446
ACTIVOS DIFERIDOS INTANGIBLES	
GASTOS PREOPERATIVOS-INTANGIBLES	10.300.000
SUBTOTAL DIFERIDOS	10.300.000
TOTAL INVERSIONES FIJAS	64.037.446

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Amortización del crédito. El aporte del socio o socios fundadores se determina en los capítulos siguientes, aquí el enfoque es en el capital que se adquiera a un préstamo a cinco años, por lo que se hace necesario adquirir un crédito por valor de \$30.000.000 al banco Bancolombia o entidades financieras que apoyen los nuevos emprendimientos por 5 años con una tasa efectiva anual del 17.5%, mes vencido del 1,46% y una amortización anual del capital de \$6.000.000.

Tabla 17.

Amortización de crédito

AMORTIZACIÓN DEUDA ANUAL				
CUOTA/AÑOS	CAPITAL	INTERES	TOTAL CUOTA	SALDO DEUDA
0				30.000.000
1	6.000.000	5.250.000	11.250.000	24.000.000
2	6.000.000	4.200.000	10.200.000	18.000.000
3	6.000.000	3.150.000	9.150.000	12.000.000
4	6.000.000	2.100.000	8.100.000	6.000.000
5	6.000.000	1.050.000	7.050.000	-
TOTALES	30.000.000	15.750.000	45.750.000	

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

7.1.2 Cálculo de costos y gastos

Se realiza la nómina para mano de obra directa con el salario correspondiente y el auxilio de transporte, con sus respectivas prestaciones sociales y las provisiones de nómina que deberá provisionar la empresa y que no forman parte del total pagado a cada empleado.

Tabla 18.

Mano de obra directa e indirecta

REMUNERACIÓN DEL PERSONAL DIRECTO E INDIRECTO							
CARGOS	TIPO DE CONTRATO	No. PERSONAS	SALARIO -MES	DESCUENTOS SALUD Y PENSION 8%	AUX. TRANSP.	SALARIO MENSUAL	SALARIO-ANUAL
ADMON							
Administrador-directo	Laboral-indefinido	1	1.300.000	104.000	140.606	1.336.606	16.039.272
Instructor 1-directo	Laboral-indefinido	1	1.160.000	92.800	140.606	1.207.806	14.493.672
Instructor 2-directo	Laboral-indefinido	1	1.160.000	92.800	140.606	1.207.806	14.493.672
Contador público-indirecto	Honorario	1	400.000	-	-	400.000	4.800.000
TOTAL		4	4.020.000	289.600	421.818	4.152.218	49.826.616

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Se estiman, además de los anteriores, costos de servicios públicos, gastos por depreciaciones, amortización, gastos intangibles y otros gastos de administración, que se describen en las siguientes tablas:

Tabla 19.*Costos por servicios públicos*

COSTOS DE SERVICIOS PUBLICOS					
DETALLE DEL SERVICIO	UNIDAD DE MEDIDA	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL MENSUAL	COSTO ANUAL
Energía eléctrica	KW/HORA	2.700	130	351.000	4.212.000
Agua	M. CUBICOS	250	988	247.000	2.964.000
Plan internet y minutos celular ilimitados	GLOBAL			102.000	1.224.000
TOTAL SERVICIOS PUBLICOS				700.000	8.400.000

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.**Tabla 20.***Gastos por depreciaciones*

GASTOS POR DEPRECIACIÓN						
DETALLE	VIDA UTIL	VR. UNIT.	VR. TOTAL	DEP.X AÑO	DEP X CINCO AÑOS-PROYECTO	VALOR RESIDUAL-SALVAMENTO (20%)
Computador todo en uno.	5	1.300.000	1.300.000	208.000	1.040.000	260.000
Impresora multifuncional	5	500.000	500.000	80.000	400.000	100.000
Sillas de escritorio	10	100.000	200.000	16.000	80.000	40.000
Escritorio	10	150.000	150.000	12.000	60.000	30.000
Locker metálico 20 puestos	10	800.000	800.000	64.000	320.000	160.000
Archivador 4 gavetas	10	200.000	200.000	16.000	80.000	40.000
Manguernas encauchadas 1	10	40.000	160.000	12.800	64.000	32.000
Manguernas encauchadas 2	10	70.000	280.000	22.400	112.000	56.000
Manguernas encauchadas 3	10	90.000	180.000	14.400	72.000	36.000
Manguernas encauchadas 4	10	120.000	240.000	19.200	96.000	48.000
Discos encauchados 1	10	30.000	300.000	24.000	120.000	60.000

Discos encauchados						
2	10	40.000	400.000	32.000	160.000	80.000
Discos encauchados						
3	10	70.000	700.000	56.000	280.000	140.000
Discos encauchados						
4	10	120.000	1.200.000	96.000	480.000	240.000
Barra 2mtys -20kg	10	250.000	750.000	60.000	300.000	150.000
Rack para mancuernas-2 pisos	10	500.000	500.000	40.000	200.000	100.000
Rack para discos	10	150.000	450.000	36.000	180.000	90.000
Rack para barras	10	500.000	500.000	40.000	200.000	100.000
Bancos inclinables a 5 niveles	10	400.000	800.000	64.000	320.000	160.000
Rack multifuncional	10	800.000	3.200.000	256.000	1.280.000	640.000
Multipower	10	2.000.000	2.000.000	160.000	800.000	400.000
Extensión cuádriceps	10	2.000.000	4.000.000	320.000	1.600.000	800.000
Extensión femoral	10	2.000.000	4.000.000	320.000	1.600.000	800.000
Máquina de abducción y aducción	10	2.000.000	4.000.000	320.000	1.600.000	800.000
Piso en goma	10	16.000	6.400.000	512.000	2.560.000	1.280.000
Colchonetas	10	30.000	300.000	24.000	120.000	60.000
Elíptica	10	2.000.000	6.000.000	480.000	2.400.000	1.200.000
Bicicletas estáticas	10	600.000	3.000.000	240.000	1.200.000	600.000
Steps	10	100.000	1.000.000	80.000	400.000	200.000
TOTAL		16.976.000	43.510.000	3.624.800	18.124.000	8.702.000

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Tabla 21.*Amortización de gastos intangibles*

AMORTIZACION GASTOS INTANGIBLES							
ACTIVO INTANGIBLE	PLAZO DE AMORTIZACIÓN	INVERSION PREOPERATIVA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos preoperativos-intangibles	5 AÑOS	10.300.000	2.060.000	2.060.000	2.060.000	2.060.000	2.060.000
TOTAL AMORTIZAR			2.060.000	2.060.000	2.060.000	2.060.000	2.060.000

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.**Tabla 22.***Otros gastos administrativos*

OTROS GASTOS ADMINISTRACION			
DETALLE	CANTIDAD ANUAL	GASTOS MENSUALES	GASTOS ANUALES
Arrendamiento del local	12	3.000.000	36.000.000
Suministros de oficina y cafetería	2	300.000	600.000
Suministros de aseo y pago servicios generales	12	450.000	5.400.000
Mantenimiento equipos	12	200.000	2.400.000
PENSION (12%) Y ARL (0,522%)-aplica beneficios de ley-nomina 3 trabajadores	12	453.296	5.439.557
PRESTACIONES SOCIALES (21,83%)-3 trabajadores nomina	12	790.246	9.482.952
TOTAL DE OTROS GASTOS OPERACIONALES		5.193.542	59.322.509

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Luego de exponer los distintos costos y gastos del emprendimiento, se establece una tabla que muestra la distribución de costos y gastos anuales.

Tabla 23.

Clasificación y distribución de costos y gastos anuales

DISTRIBUCIÓN DE COSTOS Y GASTOS DEL PRIMER AÑO DE OPERACIÓN				
CONCEPTO	DISTRIBUCIÓN DE COSTOS Y GASTOS			
	COSTOS-ANUAL	TASA	COSTOS FIJOS-INDIRECTOS	COSTOS VARIABLES-DIRECTOS
COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL SERVICIO				
MANO DE OBRA DIRECTA	28.987.344	100%	-	28.987.344
COSTOS SERVICIOS PUBLICOS	8.400.000	100%	-	8.400.000
SUBTOTAL DE COSTOS DE SERVICIOS	37.387.344	100%	-	37.387.344
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN				
SUELDOS-NOMINA Y POR SERVICIOS	20.839.272	100%	20.839.272	-
AMORTIZACION GASTOS INTANGIBLES	2.060.000	100%	2.060.000	-
GASTOS POR DEPRECIACIONES	3.624.800	100%	3.624.800	-
OTROS GASTOS ADMINISTRACIÓN-OPERACIONALES	59.322.509	100%	59.322.509	-
SUBTOTAL G. ADMINISTACIÓN	85.846.581	100%	85.846.581	
GASTOS EN MARKETING				
ESTRATEGIA DE MERCADEO	1.200.000	100%	1.200.000	-
SUBTOTAL G. MARKETING	1.200.000	100%	1.200.000	
TOTAL DE DISTRIBUCIÓN DE COSTOS OPERACIONALES	124.433.925		87.046.581	37.387.344

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Posteriormente, se exponen los presupuestos de los costos y gastos totales para los primeros cinco años de la nueva empresa:

Tabla 24.

Presupuesto de costos y gastos

INDICE DE INFLACIÓN PROMEDIO 0,5%					
CONCEPTO	PRESUPUESTO DE COSTOS Y GASTOS DEL SERVICIO				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS DIRECTOS PRESTACIÓN DE SERVICIOS					
MANO DE OBRA DIRECTA	28.987.344	29.132.281	29.277.942	29.424.332	29.571.453
COSTOS SERVICIOS PUBLICOS	8.400.000	8.442.000	8.484.210	8.526.631	8.569.264
SUBTOTAL COSTOS DIRECTOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	37.387.344	37.574.281	37.762.152	37.950.963	38.140.718
COSTOS INDIRECTOS DE PRESTACIÓN SERVICIOS					
SUELDOS-NOMINA Y POR SERVICIOS	20.839.272	20.943.468	21.048.186	21.153.427	21.259.194
AMORTIZACION GASTOS INTANGIBLES	2.060.000	2.070.300	2.080.652	2.091.055	2.101.510
GASTOS POR DEPRECIACIONES	3.624.800	3.642.924	3.661.139	3.679.444	3.697.842
OTROS GASTOS ADMINISTRACIÓN-OPERACIONALES	59.322.509	59.619.121	59.917.217	60.216.803	60.517.887
ESTRATEGIA DE MERCADEO	1.200.000	1,206.000	1.212.030	1.218.090	1.224.181
SUBTOTAL COSTOS INDIRECTOS DE PRESTACIÓN SERVICIOS	87.046.581	87.481.814	87.919.223	88.358.819	88.800.613
TOTAL COSTOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	124.433.925	125.056.094	125.681.375	126.309.782	126.941.331

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

7.1.3 Cálculo y proyección de los ingresos

-Para el cálculo de ingresos se deberá identificar el costo unitario, que sería el equivalente al costo de cada servicio que se realice. Se obtiene de dividir los costos totales sobre el total de las unidades a producir.

$$COSTO\ UNITARIO = \frac{COSTO\ TOTAL}{No.\ Unidades\ a\ producir}$$

$$COSTO\ UNITARIO = \frac{\$124.433.925}{2.500} = \$49.774$$

-El precio de venta es el precio al que se podría vender el servicio, con un margen de contribución del 35% sobre el costo de cada servicio que se realice.

$$PRECIO\ DE\ VENTA = \frac{COSTO\ UNITARIO}{(1 - Margen\ de\ contribucion)}$$

$$PRECIO\ DE\ VENTA = \frac{\$49.774}{(1 - 0.35)} = \$76.575$$

Se realiza la proyección de ingresos a los próximos cinco años con una cantidad anual de servicios de 2.500 con el incremento de venta del IPC 0,5% tomado con referencia a julio 2023 (DANE, 2023), y el crecimiento del PIB colombiano en el año 2023 del 2.7% según datos de la Cámara de Comercio de Bogotá (2024), el cual se aproximó al 3% por año.

Tabla 25.

Proyección de ingresos

AÑO	PRECIO DEL SERVICIO	INCREMENTO AL PRECIO DEL SERVICIO-IPC	SERVICIOS ANUAL	INCREMENTO SEGÚN EL AUMENTO DEL PIB	INGRESOS PROYECTADOS
1	\$ 76.575	0,5%	\$ 2.500	3,0%	\$ 191.436.807
2	\$ 76.958	0,5%	\$ 2.575	3,0%	\$ 198.165.811
3	\$ 77.342	0,5%	\$ 2.652	3,0%	\$ 205.131.339
4	\$ 77.729	0,5%	\$ 2.732	3,0%	\$ 212.341.706
5	\$ 78.118	0,5%	\$ 2.814	3,0%	\$ 219.805.517

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

7.1.4 Identificación del punto de equilibrio

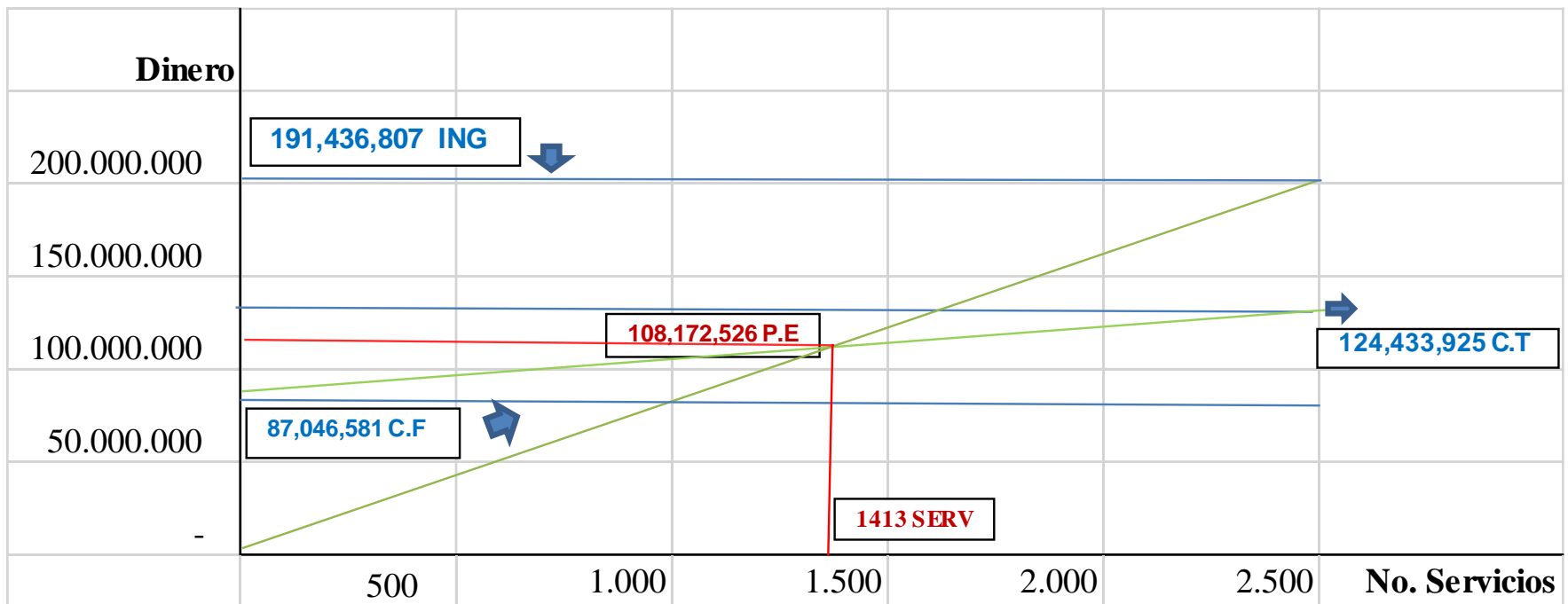
El punto de equilibrio permite identificar el punto en donde no existe utilidad ni pérdida, en donde los ingresos son iguales a los costos, y se calcula de la siguiente manera:

Costos totales	(=)	Costos fijos	(+)	Costos variables
		87.046.581	(+)	37.387.344
Costos totales	(=)	124.433.925		
Ingresos	(=)	191.436.807		
Punto de equilibrio	(=)	<u>Costos fijos</u>		
	1-	<u>Costos variables</u>		
		Ingresos		
Punto de equilibrio	(=)	<u>87.046.581</u>		
	1-	<u>37.387.344</u>		
		191.436.807		
Punto de equilibrio	(=)	<u>87.046.581</u>		
		0,8047		
Punto de equilibrio	(=)	108.172.526		Anual
		9.014.377		Mensual

Grafica 29.

Punto de equilibrio

Costos fijos	Punto de equilibrio	Costos totales	Ingresos	No. servicios totales	Punto de equilibrio No. de servicios
87.046.581	108.172.526	124.433.925	191.436.807	2.500	1.413



Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Se necesitan vender 1.413 servicios para lograr el punto de equilibrio, al vender esa cantidad la empresa obtendría \$108.172.526 en ingresos y utilizaría la misma cantidad en sus costos (No gana ni pierde). En términos prácticos, esto significa que la empresa debe vender aproximadamente 1.413 unidades del servicio para cubrir sus costos fijos y variables, logrando un beneficio. Si la empresa vende menos de esta cantidad, incurrirá en pérdidas; si vende más, generará un beneficio.

7.1.5 Estados financieros

7.1.5.1 Estado de situación financiera. La elaboración del estado de situación financiera permitirá conocer con el capital que iniciará la empresa y servirá como base para realizar los estados financieros posteriores y dar el resultado económico que obtendrá el centro de acondicionamiento físico.

Tabla 26.

Estado de situación Financiera.

Estado de situación financiera proyectado						
Centro de Acondicionamiento Físico GYM RAT S.A.S						
CONCEPTO	AÑO O- INICIO- ESFA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVO						
EFFECTIVO Y EQUIVALENTE DEL EFFECTIVO- CAPITAL DE TRABAJO	10.227.446	51.456.864	60.724.733	66.028.039	71.510.346	77.177.990
FIJOS	43.510.000	39.885.200	36.260.400	32.635.600	29.010.800	25.386.000
MAQUINARIA Y EQUIPOS	40.360.000	37.131.200	33.902.400	30.673.600	27.444.800	24.216.000
MUEBLES Y ENSERES	1.350.000	1.242.000	1.134.000	1.026.000	918.000	810.000
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	1.800.000	1.512.000	1.224.000	936.000	648.000	360.000
IMPUESTOS	-	20.378.451	22.740.207	25.178.988	27.697.535	30.298.681
DIFERIDO	10.300.000	8.240.000	6.180.000	4.120.000	2.060.000	-

INTANGIBLES	10.300.000	8.240.000	6.180.000	4.120.000	2.060.000	-
TOTAL ACTIVO	64.037.446	99.582.064	103.165.133	102.783.639	102.581.146	102.563.990
PASIVO						
CORRIENTE	-	-	-	-	-	-
LARGO PLAZO	30.000.000	24.000.000	18.000.000	12.000.000	6.000.000	-
crédito largo plazo	30.000.000	24.000.000	18.000.000	12.000.000	6.000.000	-
TOTAL PASIVO	30.000.000	24.000.000	18.000.000	12.000.000	6.000.000	-
PATRIMONIO						
CAPITAL SOCIAL	34.037.446	34.207.633	34.378.671	34.550.565	34.723.318	34.896.934
RESERVA ESTATUTARIA 10%	-	4.137.443	4.616.951	5.112.098	5.623.439	6.151.550
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	37.236.988	46.169.510	51.120.976	56.234.389	61.515.505
TOTAL PATRIMONIO	34.037.446	75.582.065	85.165.133	90.783.639	96.581.146	102.563.989
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	64.037.446	99.582.065	103.165.133	102.783.639	102.581.146	102.563.989

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

El estado de situación financiera muestra la posición financiera de la empresa en un momento específico de inicio de operaciones, el activo total es de 64.037.446, con 10.227.446 en activos corrientes, como efectivo, y 53.810.000 en activos no corrientes, que incluyen la valorización de activos fijos, su depreciación acumulada y los intangibles.

El pasivo total es de 30.000.000, el patrimonio neto de la empresa es de 34.037.446 compuesto por el capital suscrito, las reservas estatutarias y la utilidad del ejercicio.

En resumen, el activo total es igual al pasivo más el patrimonio, lo que indica que los recursos de la empresa son iguales a sus fuentes de financiamiento. Este análisis proporciona información sobre la solidez financiera y la estructura de capital de la empresa en un momento específico.

7.1.5.2 Estado de resultados.

Tabla 27.*Estado de resultados*

Estado de resultados integral proyectado					
Centro de Acondicionamiento Físico GYM RAT S.A.S					
CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS PRESTACIÓN SERVICIOS	191.436.807	198.165.811	205.131.339	212.341.706	219.805.517
COSTO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	37.387.344	37.574.281	37.762.152	37.950.963	38.140.718
UTILIDAD BRUTA	154.049.463	160.591.530	167.369.187	174.390.743	181.664.799
GASTOS ADMON	85.846.581	86.275.814	86.707.193	87.140.729	87.576.432
GASTOS VENTAS	1.200.000	1.206.000	1.212.030	1.218.090	1.224.181
UTILIDAD OPERACIONAL	67.002.883	73.109.717	79.449.965	86.031.924	92.864.186
INGRESOS NO OPERACIONALES	-	-	-	-	-
GASTOS NO OPERACIONALES	5.250.000	4.200.000	3.150.000	2.100.000	1.050.000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO	61.752.883	68.909.717	76.299.965	83.931.924	91.814.186
IMPUESTO RENTA 33%	20.378.451	22.740.207	25.178.988	27.697.535	30.298.681
UTILIDAD LIQUIDA	41.374.431	46.169.510	51.120.976	56.234.389	61.515.505
RESERVA ESTATUTARIA 10%	4.137.443	4.616.951	5.112.098	5.623.439	6.151.550
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	37.236.988	46.169.510	51.120.976	56.234.389	61.515.505

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

7.1.5.3 Flujo de efectivo.

Tabla 28.

Flujo neto financiero con financiación

CONCEPTO	FLUJO NETO FINANCIERO CON FINANCIACIÓN					
	INVERSI ON-0	AÑOS				
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inversión fija sin capital de trabajo	53.810.000					
Capital de trabajo	10.227.446					
FLUJO NETO INVERSION	64.037.446					
FLUJO NETO INVERSION	-					
Ingresos brutos servicios		191.436.807	198.165.811	205.131.339	212.341.706	219.805.517
Total costos operacionales		124.433.925	125.056.094	125.681.375	126.309.782	126.941.331
Amortización del crédito financiero		6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000	6.000.000
FLUJO NETO FINANCIERO- UTILIDAD		61.002.883	67.109.717	73.449.965	80.031.924	86.864.186

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

El flujo neto financiero con financiación es un estado financiero que muestra cómo el efectivo y los equivalentes de efectivo ingresan y salen de una empresa durante un período de tiempo específico (cinco años presupuestados). Este estado es crucial para la gestión financiera, ya que proporciona una visión detallada de la liquidez, la solvencia y la eficiencia operativa de la empresa.

Analizando los datos proporcionados, se observa que el flujo de caja neto es positivo en todos los años, lo que indica que la empresa genera más efectivo del que utiliza. Además, el saldo final acumulado muestra un aumento constante a lo largo de los años, lo que sugiere una buena salud financiera y una capacidad para cubrir sus obligaciones financieras.

En resumen, el flujo de efectivo muestra que la empresa tiene una buena capacidad para generar efectivo a partir de sus operaciones y puede cumplir con sus obligaciones financieras a corto plazo. Sin embargo, es importante monitorear de cerca los elementos del flujo de efectivo, como los ingresos y los gastos, para garantizar una gestión financiera sólida a largo plazo.

Teniendo en cuenta los estados financieros de inicio de operaciones y proyectados a cinco años del proyecto, se expone la estructura financiera para dar inicio al emprendimiento:

Tabla 29.

Estructura financiera

FUENTE RECURSO	MONTO PESOS CORRIENTES	PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN TOTAL
Préstamo-largo plazo (5 años de presupuesto)	30.000.000	47%
Aportes de socio o asociados	34.037.446	53%
TOTAL	64.037.446	100%

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

7.2 Evaluación financiera

7.2.1 Indicadores de rentabilidad financiera

7.2.1.1 Valor presente neto (VPN). El VPN es la diferencia del valor presente de todos los ingresos menos el valor presente de todos los egresos del flujo financiero neto del proyecto.

Para hallar el VPN hay que tener muy claro la tasa de descuento que se calcula teniendo en cuenta la tasa del banco anual, inflación proyectada y la rentabilidad del mercado de la Cámara de Comercio de Bogotá (2024) donde se describe que el PIB para Colombia creció en un 2.7% que se puede redondear al 3%;

TASA BANCO ANUAL-TB	17,50%
INFLACIÓN PROYECTADA-I	0,50%
RENTABILIDAD DEL MERCADO-RM-PIB NACIONAL	3%
TASA DE DESCUENTO = $TB * (1+I) * (1+RM)$	18,12%

Después, se calcula la tasa interna de oportunidad (TIO) teniendo en cuenta el incremento promedio del 5% del subsector de los gimnasios según datos de Kufahl (2023):

Tasa interna de oportunidad	
TASA DE DESCUENTO	18,12%
C=capital propio	\$ 34.037.446
C+D = Capital total	\$ 64.037.446
Peso del capital propio	53%
INCREMENTO DEL SUBSECTOR GIMNASIOS- PROMEDIO ULTIMOS AÑOS	5%
D=Deuda	\$ 30.000.000
D+C= Capital total	\$ 64.037.446
Peso de la deuda	47%
TIO= (Tasa de descuento * Peso del capital) + (Incremento subsector * Peso de la deuda)	11,97%
Tasa interna de oportunidad TIO	

Posteriormente, se toman los valores del flujo neto de inversión y el resultado de cada año, y se aplica el valor resultante de TIO que es del 11,97% y se evidencia lo siguiente aplicando.

$$(\text{Valor año} / (1+\text{TIO})^x):$$

Tabla 30.

VPN con financiamiento

AÑOS (x)	VALOR
0	\$ (64.037.446)
1	\$ 33.255.920
2	\$ 36.825.115
3	\$ 36.415.176
4	\$ 35.775.003
5	\$ 34.950.767
VPN	\$ 113.184.535

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

Este resultado indica lo siguiente:

-La tasa interna de oportunidad mínima es de 11,97% permitiendo generar una rentabilidad del capital invertido.

-El resultado del VPN es positivo, indicando que el proyecto o inversión es rentable y se espera generar más dinero del que se invierte inicialmente.

7.2.1.2 Tasa interna de retorno (TIR). La tasa interna de retorno permite identificar la rentabilidad que produce el capital invertido en el CAF. Se realiza buscando un segundo VPN opuesto al primero, mediante el método de prueba de error que consiste en variar la tasa de interés a un mayor valor o menor. Usando los datos proporcionados:

Tabla 31.

Cálculo de la TIR

Tasa Interna de Retorno-TIR					
Inversión año 0	Utilidades año 1	Utilidades año 2	Utilidades año 3	Utilidades año 4	Utilidades año 5
-					
64.037.446	37.236.988	46.169.510	51.120.976	56.234.389	61.515.505
TIR	64%				

Nota. Fuente: Autoría propia-año 2024.

El análisis de la TIR proporciona la tasa de rendimiento o rentabilidad sobre el proyecto de inversión, es la tasa a la cual el valor presente de los flujos de caja futuros de una inversión es igual al costo inicial de la inversión.

-En este caso, al calcular la TIR del proyecto con los datos proporcionados, se obtiene un valor del 64% significa que el proyecto generaría una tasa de retorno del 64% anual sobre la inversión inicial de \$64.037.446.

7.2.1.3 Relación beneficio-costo (RBC).

$$RBC = \frac{VPI}{VPE}$$

Donde:

VPI (VPN) = Valor presente de ingresos

VPE (VPN) = Valor presente de egresos

$$RBC = \frac{\$177.221.981}{\$64.037.446} = 2,77$$

Se puede evidenciar que el proyecto presenta un buen beneficio-costo, con un ingreso (Valor Actual) de 177.221.981 y egresos (Valor Actual Neto) de 64.037.446 el costo-beneficio del proyecto se estima en un 2,77 esto significa que por cada unidad monetaria invertida en el proyecto, se espera obtener un retorno de 2.77 unidades monetarias en beneficios.

7.2.1.4 Resumen de los indicadores.

TIO	11,97%	Tasa interna de oportunidad
VPN	113.184.535	El VPN debe ser mayor a 1, por eso es rentable el proyecto.
TIR	64%	La TIR debe ser mayor a la tasa de descuento (11,97%).
Relación Beneficio-Costo	2,77	Debe ser mayor a 1, por eso se acepta el proyecto.

8. Identificación de incidencias

8.1 Incidencias económicas

Con la apertura de GYM RAT S.A.S, la ciudad de Pasto contará con un centro de acondicionamiento físico que ofrecerá una amplia gama de servicios deportivos a sus habitantes, generando empleo y contribuyendo al desarrollo económico del sector. Para garantizar la operación de los servicios anteriormente mencionados, se establecerán alianzas estratégicas con proveedores de maquinaria y recursos físicos.

El objetivo principal del centro de acondicionamiento físico será fomentar la cultura del deporte y la salud, lo que generará mayor demanda de alimentos saludables y suplementos alimenticios. Es por eso por lo que en GYM RAT S.A.S se promoverán hábitos alimenticios saludables y se ofrecerá asesoramiento en nutrición a los usuarios, con el fin de contribuir a su bienestar en todos los aspectos.

En cuanto a las bondades económicas, es importante destacar que la apertura de GYM RAT S.A.S no solo beneficiará al establecimiento en sí, sino que también generará un efecto positivo en los proveedores y vendedores de alimentos saludables y suplementos alimenticios. Esto se traducirá en un aumento de las ventas y en la mejora de la calidad de vida de los proveedores.

En conclusión, la apertura de GYM RAT S.A.S tendría un impacto sumamente positivo en la economía local de Pasto, fomentando el deporte y la salud y generando nuevas oportunidades laborales.

8.2 Incidencias ambientales

El CAF tiene como una de sus principales metas cumplir con su responsabilidad ambiental. Para ello, se implementarán diversas medidas enfocadas en el manejo sostenible de los recursos y la reducción del impacto ambiental asociado a sus operaciones.

En primer lugar, se trabajará en un correcto manejo de la energía eléctrica, llevando a cabo revisiones periódicas de los consumos y aislamientos de las instalaciones a fin de optimizarlos. Asimismo, se reducirá el consumo de agua mediante la aplicación de las mejores técnicas para el gasto de este recurso, además de un control mensual del consumo.

Otra medida importante será la implementación de contenedores de reciclaje debidamente marcados, para clasificar adecuadamente los residuos aprovechables, no aprovechables y orgánicos, garantizando así su gestión oportuna y responsable.

Además, se utilizarán productos de limpieza biodegradables, no tóxicos y dañinos para la salud y el medio ambiente, a fin de prevenir efectos perjudiciales para el entorno.

Por último, se implementará la responsabilidad social empresarial, ofreciendo información ambiental a los trabajadores del centro de acondicionamiento físico con el objetivo de contrarrestar los impactos negativos al medio ambiente en la región.

8.3 Incidencias sociales

La apertura del CAF no solo contribuirá a promover una vida saludable dentro de la población, sino también ofrecerá un espacio para promover la salud mental y el bienestar general, fomentando hábitos saludables y creando una comunidad activa y comprometida a alcanzar sus objetivos de salud y bienestar.

Por otra parte, jugará un papel crucial en la generación de empleo para jóvenes universitarios o recién egresados. Esta iniciativa ofrecerá oportunidades laborales valiosas, especialmente en un entorno donde otras empresas suelen penalizar a los jóvenes por falta de experiencia.

Como parte de su compromiso con la promoción de la salud y el bienestar, el CAF se encargará de inculcar y asesorar en estilos de vida saludables. Además, la empresa ofrecerá capacitaciones a todo su personal, incluyendo administradores, personal de mantenimiento y limpieza, así como instructores, con el objetivo de mejorar continuamente los servicios prestados y mantener altos estándares de calidad.

De esta manera, el CAF no solo se convertirá en un centro de acondicionamiento físico, sino también en un espacio que brinda oportunidades laborales significativas y que promueve un estilo de vida saludable en la comunidad.

Conclusiones

Según el estudio de mercado realizado, se identificó que la apertura de un centro de acondicionamiento físico en la ciudad de Pasto tendrá una alta aceptación por parte de los usuarios. Esto se debe a que es un servicio altamente demandado y cumplirá con las expectativas de los clientes, lo que generará ingresos positivos para la empresa.

El estudio técnico determinó que el tamaño y capacidad del Centro de Acondicionamiento Físico debe ser adecuado para recibir a un número medio de usuarios. Además, al ubicarse en el barrio Morasurco y en barrios de la comuna 9, se beneficiará de una mayor seguridad en comparación con otros barrios, así como una mayor afluencia de personas y tráfico vehicular. Estas características permitirán establecer un precio de venta más alto debido a las ventajas y estratificación de la zona.

La contratación de jóvenes universitarios egresados y estudiantes en el centro de acondicionamiento físico permitirá generar empleo y brindarles un salario mínimo legal vigente con prestaciones sociales. Además, los proveedores de suplementos y alimentos nutritivos verán incrementadas sus ventas al contar con una demanda constante del negocio. De esta manera, tanto el empleo como los proveedores se beneficiarán de la apertura del centro.

El plan de negocios demuestra ser rentable económicamente y genera una percepción positiva en los mercados relacionados con el deporte y los estilos de vida saludables. Asimismo, fomentará el desarrollo de la región con un enfoque en la responsabilidad ambiental y social.

Recomendaciones

Al adquirir el arrendamiento, es importante considerar el precio, ya que esto impactará directamente en las ganancias finales del negocio. Si no es posible encontrar un arrendamiento que se ajuste al presupuesto establecido, se sugiere buscar en otro barrio de la ciudad de Pasto.

Se recomienda agregar la venta de productos complementarios a la actividad física en el Centro de Acondicionamiento Físico, como ropa deportiva, suplementos deportivos y accesorios. Al igual que implementar un buzón de sugerencias y quejas para tener un control sobre los procesos y corregir cualquier problema que pueda surgir. Esto ayudará a superar las expectativas de los clientes, reducir el riesgo de pérdidas y garantizar el funcionamiento a largo plazo del centro de acondicionamiento físico.

Se sugiere ampliar la visión del proyecto mediante la apertura de nuevos centros de acondicionamiento físico en diferentes municipios. Esta expansión aumentará el alcance y el impacto positivo en la salud y el bienestar de la población, más personas podrán acceder a instalaciones y asesoramiento personalizado de alta calidad, mejorando así el bienestar general de las comunidades a una escala mayor.

Referencias

- Alcaldía de Pasto. (2010). *Pasto: ciudad región. Bases para una política de inclusión productiva para la población en situación de pobreza*. Alcaldía de Pasto y PNUD. https://info.undp.org/docs/pdc/Documents/COL/00058568_PIP%20Pasto.pdf
- Alcaldía de Pasto. (2020). *Estadísticas de Pasto*. Alcaldía de Pasto. <https://www.pasto.gov.co/index.php/nuestro-municipio/estadisticas>
- Blog Construcción Manualidades. (2023). Planos de gimnasio. *Blog Construcción Manualidades*. <https://www.construccion-manualidades.com/2023/06/planos-de-gimnasio.html>
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2024). *PIB Bogotá y Colombia 2015-2024*. Cámara de Comercio de Bogotá. <https://www.ccb.org.co/informacion-especializada/observatorio/analisis-economico/crecimiento-economico/pib-bogota-y-colombia-2015-2022>
- Chiquiza-Nonsoque, J. (2017). Colombia, cuarto en asistencia a gimnasios en países de la región. *Diario La República*. <https://www.larepublica.co/consumo/colombia-cuarto-en-asistencia-a-gimnasios-en-paises-de-la-region-2536362>
- Countrymeters. (2023). *País Colombia*. Countrymeters. <https://countrymeters.info/es/Colombia>
- Datosmacro.com. (2023). *IPC de Colombia*. Datosmacro.com. <https://datosmacro.expansion.com/ipc-paises/colombia#:~:text=La%20tasa%20de%20variacion%20anual,es%20del%204%2C6%25>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE. (2023). *Información IPC*. DANE. <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica>
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística-DANE. (2023). *IPC visor de datos*. DANE. <https://sitios.dane.gov.co/ipc/visorIPC#!/>
- Departamento Nacional de Planeación-DNP. (2023). *Sistema de estadísticas Territoriales Nariño*. DNP. <https://terridata.dnp.gov.co/index-app.html#/perfiles/52001>
- Fondo Emprender. (2015). *Metodología para la implementación de buenas prácticas de formulación fondo emprender*. Editorial Fondo Emprender.

- Gonzales-Litman, T. (2015). Crece la demanda de gimnasios en Colombia. *Blog Fashion Network*. <https://pe.fashionnetwork.com/news/Crece-la-demanda-de-gimnasios-en-colombia,560846.html#:~:text=Publicado%20el,-today%2018%20ago&text=El%20crecimiento%20de%20los%20gimnasios,cuenta%20con%201.500%20de%20ellos>.
- Guerrero-Ortiz, M. (2012). *Comunas de Pasto*. Blog Pasto Tierra Cultural. <https://pastotierracultural.jimdofree.com/el-municipio/organizaci%C3%B3n-pol%C3%ADtico-administrativa/comunas/>
- Infobae. (2022). *Población colombiana dejará de crecer antes del promedio mundial*. Infobae. <https://www.infobae.com/america/colombia/2022/11/19/poblacion-colombiana-dejara-de-crecer-antes-del-promedio-mundial/#:~:text=%E2%80%9CEn%20dicho%20per%C3%ADodo%2C%20la%20poblaci%C3%B3n,resalt%C3%B3%20Oviedo%20en%20su%20momento>
- Kufahl, P. (2023). *El informe mundial 2023 refleja optimismo sobre el futuro del sector del fitness*. Health & Fitness Association. <https://es.healthandfitness.org/improve-your-club/2023-global-report-reflects-optimism-for-fitness-industrys-future/#>
- Lozano, R. (2015). Colombia tiene cerca del 1 % de gimnasios del mundo. *Diario El Tiempo*. <https://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16125076>
- Miranda, J. (2010). *Gestión de proyectos* (sexta edición). MM Editores.

Anexos

Anexo 1. Encuesta a futuros clientes

Universidad Cesmag

Facultad de Ciencias Administrativas Contables

Programa de Tecnología en Contabilidad y Finanzas

Formato de encuesta para proyecto de grado de la universidad Cesmag.



Dirigido a: Deportistas, personas por recomendación médica requieren del servicio, población infantil, y personas en general que deseen adquirir el servicio.

Objetivo: Solicitar información para ajustar los servicios de gimnasio y estudiar la demanda y oferta de estos.

Instrucciones: Seleccionar la respuesta que crea más conveniente según su criterio. Apreciaremos su interés y disposición respondiendo el cuestionario, con la finalidad de conocer la acogida de un nuevo Centro de Acondicionamiento Físico en la ciudad de Pasto.

1. ¿En qué rango de edad se encuentra usted?

Marca solo un óvalo.

- Menor a 18 años
- De 18 a 25 años
- De 26 a 35 años
- De 36 a 45 años
- De 46 a 60 años
- Mayor a 61 años

2. Escoja el género al cual pertenezca

Marca solo un óvalo.

- Masculino
 Femenino
 Comunidad LGBTIQ+
 Prefiero no decirlo

3. Ocupación (Puede seleccionar más de una respuesta)

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Estudiante
 Empleado
 Independiente
 Ama de casa

Otros: _____

4. ¿Se preocupa usted por su salud?

Marca solo un óvalo.

- SI
 NO

5. ¿Siente gusto por la práctica de deportes?

Marca solo un óvalo.

- SI
 NO

6. Si practica deporte o actividades físicas. ¿Con que frecuencia lo hace?

Marca solo un óvalo.

- 1 vez a la semana
 1 a 3 veces por semana
 4 a 5 veces por semana
 6 a 7 veces por semana

7. ¿En qué lugares ha realizado actividades físicas?

Marca solo un óvalo.

- En su hogar
 Parques
 Club Deportivos
 Gimnasios
 Centro de Acondicionamiento Físico

Otros: _____

8. ¿Cómo prefiere asistir a un Gimnasio?

Marca solo un óvalo.

- Solo
 Acompañado

9. ¿Asiste usted a algún gimnasio de la ciudad?

Marca solo un óvalo.

- SI
 NO

10. ¿Cuánto tiempo ha estado en un gimnasio?

Marca solo un óvalo.

- Nunca he estado afiliado
- Menos de un mes
- Un mes
- De dos a cuatro meses
- De cinco a once meses
- Más de un año

11. ¿Estaría de acuerdo con la apertura de un centro de acondicionamiento físico en la ciudad de Pasto?

Marca solo un óvalo.

- SI
- NO

12. ¿Por qué motivos le gusta(ría) asistir a un Centro de Acondicionamiento Físico?

(Puede seleccionar más de una respuesta)

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Para socializar
- Para preparación de otro deporte
- Como autodisciplina
- Por recomendaciones medicas
- Para lucir bien

13. ¿En qué horario prefiere concurrir?

Marca solo un óvalo.

- Mañana
- Tarde
- Noche
- Fines de semana

14. ¿Qué tipo de servicio prefiere(ría)?

Marca solo un óvalo.

- Entrenamiento básico (Guiado por instructor de planta)
- Entrenamiento Personal (Usted y el instructor privado)
- Entrenamiento Semipersonalizado (Usted y de 1 a 3 personas más)
- Clases Colectivas (Entre 10 a 20 personas)

15. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de entrenamiento básico (Guiado por instructor de planta)?

Marca solo un óvalo.

- Entre \$50.000 a \$80.000
- Entre \$90.000 a \$120.000
- Entre \$130.000 a \$150.000
- Mas de \$150.000

16. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de entrenamiento personal (usted y el instructor privado)? *Marca solo un óvalo.*

- Entre \$150.000 a \$180.000
- Entre \$190.000 a \$220.000
- Entre \$230.000 a \$250.000
- Mas de \$250.000

17. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de entrenamiento semipersonalizado (usted y de 1 a 3 personas más)?

Marca solo un óvalo.

- Entre \$90.000 a \$120.000
- Entre \$130.000 a \$150.000
- Entre \$160.000 a \$190.000
- Mas de \$190.000

18. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un servicio de clases colectivas (Entre 10 a 20 personas)?

Marca solo un óvalo.

- Entre \$50.000 a \$80.000
- Entre \$90.000 a \$120.000
- Entre \$130.000 a \$150.000
- Más de \$150.000

19. ¿Qué tipo de promociones le gustaría que aplicaran al Centro de Acondicionamiento físico?

Marca solo un óvalo.

- 3x 2 (Pagar 2 meses de inscripción y recibir 3 meses)
- Descuento del 15% por la inscripción de un grupo con 3 personas
- Descuento del 20% por la inscripción de un grupo con 5 personas

Otros: _____

20. Para usted. ¿Cuál cree que es el mejor gimnasio de Pasto?

Marca solo un óvalo.

- Bodytech
- Smart Fit
- Gimnasio ATLAS
- Gimnasio Sport Body Norte
- Gimnasio Sport Body Centro
- Body - Fit
- Golden's Gym Pasto
- Desconozco los gimnasios en la Ciudad de Pasto

Otros: _____

21. Según su anterior respuesta ¿Por qué cree usted que es el mejor gimnasio de Pasto?

22. ¿Qué le gustaría a usted que tuviera un Centro de Acondicionamiento físico?

(Puede seleccionar más de 1 respuesta)

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- Maquinaria e implementos modernos y funcionales
- Ambientación y Música
- Diseño y estilo
- Mejor ubicación
- Aseo y orden
- Espacios Amplios
- Mejores precios
- Variedad de Clases
- Mejores Instructores
- Cafetería

Otros: _____

Mil gracias por su colaboración ;

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEDUCACIÓN</p>	CARTA DE ENTREGA TRABAJO DE GRADO O TRABAJO DE APLICACIÓN – ASESOR(A)	CÓDIGO: AAC-BL-FR-032
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

San Juan de Pasto, septiembre 11 / 2024

Biblioteca
REMIGIO FIORE FORTEZZA OFM. CAP.
Universidad CESMAG
Pasto


Saludo de paz y bien.

Por medio de la presente se hace entrega del Trabajo de Grado / Trabajo de Aplicación denominado **Plan de negocios para la apertura de un centro de acondicionamiento físico en la ciudad de Pasto** No. 1110, presentado por el autor Brayan Sebastián Paz López, del Programa Académico de Tecnología en Contabilidad y Finanzas al correo electrónico biblioteca.trabajosdegrado@unicesmag.edu.co Manifiesto como asesor(a), que su contenido, resumen, anexos y formato PDF cumple con las especificaciones de calidad, guía de presentación de Trabajos de Grado o de Aplicación, establecidos por la Universidad CESMAG, por lo tanto, se solicita el paz y salvo respectivo.

Atentamente,




ASESOR(A): Jinha Mauren Botina Mora
Número de documento: 59836636
Programa académico: Tecnología en Contabilidad y Finanzas
Teléfono de contacto: 3162588537
Correo electrónico: jmbotina@unicesmag.edu.co

 UNIVERSIDAD CESMAG <small>NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEUCACIÓN</small>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022

INFORMACIÓN DEL (LOS) AUTOR(ES)	
Nombres y apellidos del autor: Brayan Sebastian Paz López	Documento de identidad: 1004192762
Correo electrónico: bspaz.2762@unicesmag.edu.co	Número de contacto: 3113587267
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del autor:	Documento de identidad:
Correo electrónico:	Número de contacto:
Nombres y apellidos del asesor: JINHA MAUREN BOTINA MORA	Documento de identidad: 59836636
Correo electrónico: jmbotina@unicesmag.edu.co	Número de contacto: 3162588537
Título del trabajo de grado: Plan de negocios para la apertura de un centro de acondicionamiento físico en la ciudad de Pasto	
Facultad y Programa Académico: CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y CONTABLES – Tecnología en Contabilidad y Finanzas	

En mi (nuestra) calidad de autor(es) y/o titular (es) del derecho de autor del Trabajo de Grado o de Aplicación señalado en el encabezado, confiero (conferimos) a la Universidad CESMAG una licencia no exclusiva, limitada y gratuita, para la inclusión del trabajo de grado en el repositorio institucional. Por consiguiente, el alcance de la licencia que se otorga a través del presente documento abarca las siguientes características:

- a) La autorización se otorga desde la fecha de suscripción del presente documento y durante todo el término en el que el (los) firmante(s) del presente documento conserve la titularidad de los derechos patrimoniales de autor. En el evento en el que deje de tener la titularidad de los derechos patrimoniales sobre el Trabajo de Grado o de Aplicación, me (nos) comprometo (comprometemos) a informar de manera inmediata sobre dicha situación a la Universidad CESMAG. Por consiguiente, hasta que no exista comunicación escrita de mi(nuestra) parte informando sobre dicha situación, la Universidad CESMAG se encontrará debidamente habilitada para continuar con la publicación del Trabajo de Grado o de Aplicación dentro del repositorio institucional. Conozco(conocemos) que esta autorización podrá revocarse en cualquier momento, siempre y cuando se eleve la solicitud por escrito para dicho fin ante la Universidad CESMAG. En estos eventos, la Universidad CESMAG cuenta con el plazo de un mes después de recibida la petición, para desmarcar la visualización del Trabajo de Grado o de Aplicación del repositorio institucional.
- b) Se autoriza a la Universidad CESMAG para publicar el Trabajo de Grado o de Aplicación en formato digital y teniendo en cuenta que uno de los medios de publicación del repositorio institucional es el internet, acepto(amos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación circulará con un alcance mundial.

 <p>UNIVERSIDAD CESMAG NIT: 800.109.387-7 VIGILADA MINEUCACIÓN</p>	AUTORIZACIÓN PARA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE GRADO O TRABAJOS DE APLICACIÓN EN REPOSITORIO INSTITUCIONAL	CÓDIGO: AAC-BL-FR-031
		VERSIÓN: 1
		FECHA: 09/JUN/2022



- c) Acepto (aceptamos) que la autorización que se otorga a través del presente documento se realiza a título gratuito, por lo tanto, renuncio(amos) a recibir emolumento alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y/o cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente autorización y de la licencia o programa a través del cual sea publicado el Trabajo de grado o de Aplicación.
- d) Manifiesto (manifestamos) que el Trabajo de Grado o de Aplicación es original realizado sin violar o usurpar derechos de autor de terceros y que ostento(amos) los derechos patrimoniales de autor sobre la misma. Por consiguiente, asumo(asumimos) toda la responsabilidad sobre su contenido ante la Universidad CESMAG y frente a terceros, manteniéndola indemne de cualquier reclamación que surja en virtud de la misma. En todo caso, la Universidad CESMAG se compromete a indicar siempre la autoría del escrito incluyendo nombre de(los) autor(es) y la fecha de publicación.
- e) Autorizo(autorizamos) a la Universidad CESMAG para incluir el Trabajo de Grado o de Aplicación en los índices y buscadores que se estimen necesarios para promover su difusión. Así mismo autorizo (autorizamos) a la Universidad CESMAG para que pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.

NOTA: En los eventos en los que el trabajo de grado o de aplicación haya sido trabajado con el apoyo o patrocinio de una agencia, organización o cualquier otra entidad diferente a la Universidad CESMAG. Como autor(es) garantizo(amos) que he(hemos) cumplido con los derechos y obligaciones asumidos con dicha entidad y como consecuencia de ello dejo(dejamos) constancia que la autorización que se concede a través del presente escrito no interfiere ni transgrede derechos de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, autorizo(autorizamos) la publicación, difusión, consulta y uso del Trabajo de Grado o de Aplicación por parte de la Universidad CESMAG y sus usuarios así:

- Permiso(permitimos) que mi(nuestro) Trabajo de Grado o de Aplicación haga parte del catálogo de colección del repositorio digital de la Universidad CESMAG por lo tanto, su contenido será de acceso abierto donde podrá ser consultado, descargado y compartido con otras personas, siempre que se reconozca su autoría o reconocimiento con fines no comerciales.

En señal de conformidad, se suscribe este documento en San Juan de Pasto a los 11 días del mes de septiembre del año 2024.

Incluir su firma electrónica	
	Firma del autor
Nombre del autor: Brayan Sebastián Paz López	Nombre del autor:
Firma del autor	Firma del autor
Nombre del autor:	Nombre del autor:
	
Nombre del asesor: JINHA MAUREN BOTINA MORA	