

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CLUB DE
ACONDICIONAMIENTO FÍSICO EN LAS PERSONAS MAYORES DE SESENTA AÑOS
DE EDAD EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

ADRIANA BELTRAN ARIZA

VIVIANA VANESSA PÉREZ SERRANO

YOHANNA PINZÓN POVEDA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

SEDE VIRTUAL Y A DISTANCIA

ESPECIALIZACIÓN GERENCIA DE PROYECTOS

BOGOTÁ, COLOMBIA

2017

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CLUB DE
ACONDICIONAMIENTO FÍSICO EN LAS PERSONAS MAYORES DE SESENTA AÑOS
DE EDAD EN LA CIUDAD DE BOGOTÁ

ADRIANA BELTRAN ARIZA

VIVIANA VANESSA PÉREZ SERRANO

YOHANNA PINZÓN POVEDA

Director: MAURICIO GARCIA ALEJO

Magister

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS

SEDE VIRTUAL Y A DISTANCIA

ESPECIALIZACIÓN GERENCIA DE PROYECTOS

BOGOTÁ, COLOMBIA

2017

DEDICATORIA

A nuestros padres, esposos, hijos e hijas que son los que nos llenan el corazón del amor y nos apasionan para descubrir las maravillas del mundo y trasmitírselas con la misma fuerza para que vivamos felices

AGRADECIMIENTOS



Las autoras expresan su agradecimiento a:

Nuestros docentes por aportarnos con un granito de arena a nuestra formación y en especial a Wilson Camilo Vargas y al director de trabajo de grado, Magister Mauricio García Alejo por su esfuerzo y dedicación, quien, con sus conocimientos, su experiencia, su paciencia y su motivación ha logrado que podamos terminar nuestro proyecto con éxito. Y a nuestras familias y amigos por su comprensión, ánimo y apoyo.

¡Gracias y mil gracias!



Tabla de contenido

1. Problema	15
1.1 Descripción del problema.....	15
1.2 Formulación del problema.	16
2. Justificación	17
3. Objetivos	18
3.1 Objetivo General	18
3.2 Objetivos Específicos	18
4. Marco referencial	19
4.1 Estado del arte	19
4.2 Marco legal.....	20
5. Estudios De Mercados	22
5.1 Descripción del servicio	22
5.1.1 Definición del servicio..	22
5.1.2 Usos y especificaciones..	23
5.1.3 Servicios Sustitutos.....	23
5.1.4 Servicios Complementarios.	23
5.1.5 Atributos Diferenciadores del Servicio.....	23
5.2 Mercado potencial y objetivo	24
5.2.1 Análisis del Mercado.	24
5.2.2 Mercado Potencial.	25
5.2.3 Mercado Objetivo.....	25
5.2.4 La demanda.....	25
5.3 Investigación de mercados	26
5.3.1 Planteamiento del problema.....	26
5.3.2 Necesidades de Información.....	27
5.4 Ficha Técnica	28
5.4.1 Tabulación, presentación y Análisis de Resultados.....	29



5.4.2	Estimación de la demanda	37
5.5	La oferta	37
5.5.1	Análisis de la Competencia.....	38
5.6	Precio.....	40
5.6.1	Estrategia de fijación del precio.	40
5.7	Publicidad y promoción	40
5.7.1	Objetivos.....	40
5.7.2	Logotipo.....	41
5.7.3	Lema	41
5.7.4	Análisis de Medios.....	41
5.7.5	Selección de Medios.....	42
5.7.6	Estrategia publicitaria.....	42
5.7.7	Estrategias de Distribución.....	42
5.7.8	Estrategias de Promoción.....	43
5.7.9	Estrategia de Servicio.. ..	43
6.	Estudio Técnico	43
6.1	Tamaño del proyecto	43
6.1.1	Descripción del tamaño del proyecto.	43
6.1.2	Factores que determinan el tamaño del proyecto.....	43
6.1.3	Capacidad del Proyecto.....	44
6.2	Localización	46
6.2.1	Macro localización.....	47
6.2.2	Micro localización.....	48
6.3	Ingeniería Del Proyecto.....	53
6.3.1	Concepto Del Servicio.....	53
6.4	Ficha técnica del servicio	54
7.5	Descripción Técnica Del Servicio.....	55
7.5.1	Horario De Clases Grupales.	57
7.6	Desarrollo del programa de acondicionamiento.....	58
7.7	Diferencia Del Servicio	59



6.8	Descripción Del Servicio	59
6.9	Recursos	61
6.9.1	Recursos humanos.	61
6.9.2	Recursos físicos.....	61
6.9.3	Recursos de insumos.....	63
7.	Estudio Administrativo	63
7.1	Forma De Constitución	63
7.2	Pago Derechos De Autor.....	64
7.3	Registro De Marcas	64
7.4	Constitución legal de la Empresa.....	65
7.5	Distinción De Marca	67
7.6	Direccionamiento Estratégico	67
7.6.1	Misión.....	67
7.6.2	Visión.....	67
7.6.3	Principios y valores.....	67
7.6.4	Objetivos organizacionales.....	68
7.6.5	Políticas de la organización.....	69
7.6.6	Estructura organizacional.....	71
7.6.7	Manual de Responsabilidades y autoridades.....	72
7.7	Asignación salarial.....	83
8.	Estudio Financiero	84
8.1	Inversiones	84
8.1.1	Inversión Inicial.....	84
8.2	Costos	88
8.2.1	Costos fijos.....	88
8.2.2	Costos Variables.....	89
8.3	Precio de venta	89
8.3.1	Precio de venta unitario.....	90
8.4	Presupuesto de ingresos y egresos	90



8.4.1	Egresos proyectados.....	90
8.4.2	Ingresos proyectados.	91
8.5	Punto de equilibrio	91
8.6	Flujos de Caja.....	92
8.7	Estado de Resultados Proyectado.....	93
8.8	Flujo de Fondos.....	94
8.9	Balance Inicial.....	94
9.	Evaluación del proyecto.....	95
9.1	Impacto Social.....	95
9.2	Evaluación Financiera.....	96
9.2.1	Valor presente neto.....	96
9.2.2	Tasa interna de retorno TIR.....	98



INDICE DE TABLAS

TABLA 1. FICHA TÉCNICA.....	28
TABLA 2. ¿REALIZA ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD DEPORTIVA?.....	29
TABLA 3. ¿CUÁNTAS VECES REALIZA ACTIVIDAD DEPORTIVA?.....	30
TABLA 4. ¿CONOCE USTED UN GIMNASIO PARA PERSONAS MAYORES DE 60 AÑOS?	31
TABLA 5. DE ENCONTRAR UN GIMNASIO ESPECIALIZADO EN PERSONAS MAYORES DE 60 AÑOS ¿ASISTIRÍA?.....	32
TABLA 6. MARQUE CON UNA X A CUALES DE LAS SIGUIENTES SERVICIOS LE GUSTARÍA ASISTIR	33
TABLA 7. ¿EN QUÉ JORNADA DEL DÍA ASISTIRÍA AL SERVICIO?	34
TABLA 8. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR MENSUALMENTE POR UN SERVICIO ESPECIALIZADO (ACTIVIDAD FÍSICA PERSONALIZADA, CLASES GRUPALES, REHABILITACIÓN FÍSICA Y RELAJACIÓN) PARA PERSONAS MAYORES DE 60 AÑOS?	36
TABLA 9. CAPACIDAD DISEÑADA	44
TABLA 10. CAPACIDAD INSTALADA	45
TABLA 11. CAPACIDAD UTILIZADA Y PROYECTADA	46
TABLA 12. PONDERACIÓN DE LOS FACTORES DE LOCALIZACIÓN	50
TABLA 13. COMPARACIÓN BINARIA	51
TABLA 14. VALORES SUBJETIVOS CONDICIONES DE VÍAS DE COMUNICACIÓN	51
TABLA 15. VALORES SUBJETIVOS DISPONIBILIDAD DE SERVICIOS Y UBICACIÓN	51
TABLA 16. VALORES SUBJETIVOS CONDICIONES DE SEGURIDAD	51
TABLA 17. VALORES SUBJETIVOS DISPONIBILIDAD DE ESPACIO PARA ESTACIONAMIENTO	51
TABLA 18. RESULTADOS VALORES SUBJETIVOS	52
TABLA 19. FACTORES OBJETIVOS	52
TABLA 20. DETERMINACIÓN DE LA MEDIDA DE PREFERENCIA DE LOCALIZACIÓN	53
TABLA 21. FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO	54
TABLA 22. HORARIO CLASES GRUPALES.....	57
TABLA 23. MANO DE OBRA	61
TABLA 24. MAQUINARIA Y EQUIPOS.....	61
TABLA 25. MUEBLES Y ENSERES	62
TABLA 26. INSUMOS ÁREA ADMINISTRATIVA.....	63
TABLA 27. INSUMOS ÁREA OPERATIVA	63
TABLA 28. MANUAL DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD DEL GERENTE	72
TABLA 29. MANUAL DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD DEL CONTADOR.....	74
TABLA 30. MANUAL DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD DE LA SECRETARIA.....	75
TABLA 31. MANUAL DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD DEL MEDICO GERONTÓLOGO	77
TABLA 32. MANUAL DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD DEL FISIOTERAPEUTA	78
TABLA 33. MANUAL DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD DEL EDUCADOR FÍSICO	79
TABLA 34. MANUAL DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD DEL NUTRICIONISTA	80
TABLA 35. MANUAL DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD DE SERVICIOS GENERALES.....	81
TABLA 36. ASIGNACIÓN SALARIAL.....	83
TABLA 37. MAQUINARIA Y EQUIPO.....	84
TABLA 38. MUEBLES Y ENSERES	85
TABLA 39. EQUIPOS DE OFICINA.....	85
TABLA 40. HERRAMIENTAS	86
TABLA 41. ADECUACIONES	86
TABLA 42. PUBLICIDAD.....	86



TABLA 43. INVERSIÓN INICIAL	87
TABLA 44. FINANCIAMIENTO	87
TABLA 45. COSTOS FIJOS	88
TABLA 46. COSTOS VARIABLES	89
TABLA 47. PRECIO DE VENTA	89
TABLA 48. EGRESOS PROYECTADOS	90
TABLA 49. INGRESOS PROYECTADOS	91
TABLA 50. FLUJO DE CAJA PRIMER AÑO	92
TABLA 51. FLUJO DE CAJA PROYECTADO	93
TABLA 52. ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADOS	93
TABLA 53. FLUJO DE FONDOS	94
TABLA 54. BALANCE INICIAL	94
TABLA 55. TASA DE OPORTUNIDAD TOTAL.....	96
TABLA 56. VALOR PRESENTE NETO INGRESO PRIMER AÑO	96
TABLA 57. VALOR PRESENTE NETO EGRESO PRIMER AÑO.....	97
TABLA 58. VALOR PRESENTE NETO EGRESOS TOTALES	97



INDICE DE FIGURAS

FIGURA 1 PORCENTAJE DE PERSONAS QUE REALIZAN ACTIVIDAD DEPORTIVA	30
FIGURA 2 PORCENTAJE EN QUE LAS PERSONAS REALIZAN ACTIVIDAD DEPORTIVA.....	31
FIGURA 3 ¿CONOCE USTED UN GIMNASIO PARA PERSONAS MAYORES DE 60 AÑOS?	32
FIGURA 4 DE ENCONTRAR UN GIMNASIO ESPECIALIZADO EN PERSONAS MAYORES DE 60 AÑOS ¿ASISTIRÍA?.....	33
FIGURA 5 MARQUE CON UNA X A CUÁLES DE LOS SIGUIENTES SERVICIOS LE GUSTARÍA ASISTIR	34
FIGURA 6. ¿EN QUÉ JORNADA DEL DÍA ASISTIRÍA AL SERVICIO?	35
FIGURA 7. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR MENSUALMENTE POR UN SERVICIO ESPECIALIZADO (ACTIVIDAD FÍSICA PERSONALIZADA, CLASES GRUPALES, REHABILITACIÓN FÍSICA Y RELAJACIÓN) PARA PERSONAS MAYORES DE 60 AÑOS?	36
FIGURA 8. LOGOTIPO.....	41
FIGURA 9. MAPA DE CUNDINAMARCA CON SUS PROVINCIAS.....	48
FIGURA 10. FLUJOGRAMA DE OPERACIONES Y PROCEDIMIENTO DEL SERVICIO	60
FIGURA 11. ORGANIGRAMA HEALTH & LIFE	72

Resumen

El presente proyecto de grado, es una propuesta para la creación de un Club De Acondicionamiento Físico, para que las personas mayores de 60 años en la ciudad de Bogotá, cuenten con un lugar especializado donde puedan compartir con personas de las mismas edades y en el cual puedan mantenerse activos con una alta calidad de vida y con un enfoque multidimensional desde los factores físicos psicológicos y sociales.

De acuerdo con los datos de la Secretaría Distrital de Planeación en la publicación "Proyecciones de población UPZ- de 2005 a 2015 y Viviendas, hogares y personas por estrato", el diagnóstico de los aspectos físicos, demográficos y socioeconómicos para la proyección en el año 2015 indica que la población Bogotana mayor de 60 años, se incrementó en 3.51%

La información del aspecto socioeconómico de la UPZ, unidades de planeamiento zonal de los Cedros de la Localidad de Usaquén, donde se publican los porcentajes de participación por estrato, se evidencio que el 19.95% que equivale a 20.609 habitantes mayores de 60 años que corresponde a los estratos medio, medio-alto y alto de una población total de 103.262 habitantes de la UPZ lo Cedros

Esta información que fue profundizada durante la realización del proyecto y se presentará en el estudio técnico, en el de mercados, en el comercial y administrativo, son la base para el estudio de factibilidad para la obtención de los costos para la creación del club deportivo de acondicionamiento físico.

Introducción

Este plan de negocio, de un club de acondicionamiento físico surge ante la ausencia de un espacio donde las personas mayores de 60 años, a través de un entrenamiento integral de acondicionamiento físico y actividades adaptativas, de terapia física, de actividades lúdicas logren un mejoramiento de la calidad de vida para la estabilización del cuerpo y la realización de las actividades básicas cotidianas.

Es claro que con los informes del DANE –SDP, la proyecciones de la población de adultos mayores que según este informe corresponde a los mayores 60 años, son los únicos de la distribución de grupos poblacionales que va en aumento del total de la población y son estas personas que de acuerdo con la legislación colombiana o ya se encuentran pensionadas como en el caso de las mujeres que para este momento se pensionan a los 57 años o están a punto de pensionarse como en el caso de los hombres que se pensionan a los 62 años, muchos de estos individuos de esta localidad y especialmente del barrio cedritos son de los estratos 4, 5 y 6 como se explicó en el resumen y por esta razón el ingreso que tienen por su mesada pensional es proporcional al ingreso que recibían antes de jubilarse, a esta razón se debe sumar que a esta edad los hijos de los mayores de 60 años ya han alcanzado la independencia económica.

Misión Colombia envejece realizó una investigación cualitativa con grupos focales a personas pensionadas y mayores de 60 años, en donde el resultado mostro dos percepciones, la apreciación negativa por la sensación de perder la juventud y de la soledad y la apreciación positiva como la posibilidad del tiempo y el espacio para la realización de nuevas actividades, del descanso, el disfrute y el compartir experiencia con los más jóvenes y con sus pares.

Por estas razones este trabajo realizado como proyecto de grado aporta soluciones alternativas a estas variables expuestas anteriormente, el aumento de la población mayor, las limitaciones propias del proceso de envejecimiento y el sedentarismo.

1. Problema

1.1 Descripción del problema

Dentro de la revisión bibliográfica realizada para el desarrollo de este trabajo como proyecto de grado, se encontró que la población de la localidad de Usaquén y en general de la ciudad de Bogotá, desde hace 10 años inicio un periodo de envejecimiento , que de acuerdo con los estudios estadísticos es un proceso de transición de demografía donde la población infantil y adolescentes están decreciendo mientras que la población mayor de 60 años está creciendo en número y porcentaje especialmente en esta localidad, esta característica de esta zona incluye el barrio cedritos, donde no existe un gimnasio específico para mayores de 60 años , donde estos adultos puedan compartir con personas de su misma edad y donde puedan mantenerse activos para continuar siendo productivos en sus ámbitos sociales familiares y personales.

De igual forma con la información obtenida del archivo del diario del tiempo del 29 de septiembre del 2015, que se tituló "Las personas mayores de Colombia son las más pobres de América Latina" donde describe que de los 14 millones de personas mayores de 60 años que se estima para el 2050, por lo menos el 32 por ciento sufrirá alguna enfermedad crónica, como hipertensión arterial, diabetes, artritis o depresión y el 72% no hacen ejercicio.

Por esta razón **Soraya** Montoya, directora de la Fundación Saldarriaga Concha de Misión Colombia envejece, insiste en que se debe realizar programas de promoción y prevención específicos para esta población mayor de 60 años y programas de auto cuidado para la promoción del ejercicio físico, del comer sanamente y mantener una vida social activa, fomentando la

responsabilidad por la propia salud a lo largo de la vida y su impacto en la vejez.

<http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16389736> (2015).

Esta problemática real de Colombia define la oportunidad de impactar positivamente a esta población mayor de 60 años que por su mismo nivel socioeconómico puede acceder a los servicios ofrecidos por el club de acondicionamiento físico ya que se alinean con la visión y la misión de la empresa de ser líder en el acondicionamiento físico y rehabilitación generando conciencia para el bienestar y la salud y estilos de vida óptimos.

1.2 Formulación del problema.

¿Será viable la creación de un club de acondicionamiento físico en las personas mayores de sesenta años de edad en la ciudad de Bogotá, para prevenir y disminuir las lesiones y enfermedades artromiocienematica?

2. Justificación

La creación de un club de acondicionamiento físico para personas mayores de 60 años de edad, se basa en la teoría de los roles aplicada al proceso de envejecimiento dada por Irving Rosow en 1967, donde el entorno va asignando papeles o roles que la persona debe asumir ante la sociedad, ejemplo el rol de hijo, rol de estudiante, rol de madre, rol de trabajador, donde de acuerdo al rol el individuo adquiere una posición social conformado por la autoimagen y la autoestima personal.

De acuerdo con el desarrollo cronológico, la persona adquiere responsabilidades para el cumplimiento de cada rol, el proceso de jubilación de las personas mayores va produciendo una pérdida de los roles sociales adquiridos en el transcurso de los años hasta quedar desposeído de roles, sin lugar y sin status; este rol de pensionado es igual a la finalización de la actividad laboral, a la reducción de actividades socio culturales y esta etapa frecuentemente coincide con la marcha de los hijos del hogar familiar y se produce un proceso de socialización inversa que en esta teoría ha sido llamada “la desaparición social del anciano”. Pasando a ocupar un rol de inactividad y pasividad social; según esta teoría, la persona que envejece debe ir asumiendo los roles que corresponden a su edad, la aceptación positiva del proceso de envejecimiento está condicionada por la aceptación de esta pérdida de papeles que es lo que se espera de su compromiso social.

Teniendo en cuenta lo anterior la población de edad mayor requiere cada vez más servicios especializados como el que ofrecería un club de acondicionamiento físico especializado en personas mayores de 60 años, con el objetivo de mejorar la capacidad funcional y retrasar las alteraciones motoras y generando un rol social por ser practicada en grupo, evitando que se aumente el aislamiento en la persona mayor y “la desaparición social del anciano”.

3. Objetivos

3.1 Objetivo General

Realizar un estudio de factibilidad para la creación de un club de acondicionamiento físico en las personas mayores de sesenta años de edad en la ciudad de Bogotá. Este club prestara a sus afiliados diversos servicios en los que se incluyen entrenamiento físico especializado, clases grupales, terapia de rehabilitación y relajación.

3.2 Objetivos Específicos

- Realizar un estudio de mercado con el fin de determinar la oferta, demanda, análisis y estrategia del precio del servicio.
- Identificar los requerimientos técnicos necesarios para una correcta ejecución del proyecto.
- Analizar la información pertinente para la determinación de los aspectos organizacionales del proyecto.
- Realizar un estudio financiero para analizar la viabilidad del proyecto.

4. Marco referencial

4.1 Estado del arte

El estudio de factibilidad para la creación de un club dedicado al acondicionamiento físico para personas de la tercera edad, se enfoca en investigaciones internacionales y nacionales cuyo objetivo sea el estudio de factibilidad para esta área de acondicionamiento.

Dentro de los antecedentes investigativos se retoma información sobre la tesis de la especialización de ingeniería de mercadotecnia de la escuela politécnica del ejército cuyo título es ***“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA IMPLEMENTAR UN CENTRO DE RECREACIÓN Y ATENCIÓN PARA EL ADULTO MAYOR DE LA CIUDAD DE IBARRA PROVINCIA DE INBABURA “MUNDO DORADO”*** realizado en el año 2013 por Amanda Janeth Romero Pozo, cuyo objetivo del estudio de mercado era identificar las necesidades y expectativas de servicio de recreación y atención para el adulto mayor en la ciudad de Ibarra, a través de técnicas de recolección de la información de la población referenciada de nivel socioeconómico medio y alto para determinar la viabilidad del proyecto, de acuerdo con los resultados alcanzados a través de la evaluación mercado, las evaluaciones técnicas y financieras, el proyecto resulto viable y seguro para la inversión, se evidencio a través de la encuesta realizada que se generaron grandes expectativas frente a la construcción de un centro de atención del adulto mayor que incluía en su misión la promoción de servicios de recreación mediante el desarrollo personal y social con el mejoramiento de la capacidad psicomotriz psicológica y física para mejorar la calidad de vida de estos mayores de 60 y en su visión incluyen el mejoramiento social para fortalecer su entorno familiar.

Es importante resaltar de este trabajo de grado que tiene muchas variables similares a las del presente proyecto que llevan a concluir que el estudio de factibilidad debe resultar viable porque se demostró a través de los estudios realizados, como en el presente trabajo, que el aumento de la población de mayor de 60 años, la necesidad del fortalecimiento físico en un entorno social donde se comparta con personas de la misma edad es una necesidad a nivel global.

4.2 Marco legal

Dentro del marco legal existente para la atención de adultos mayores se encuentra los lineamientos técnicos para los centros de promoción y protección social para personas mayores , este documento es el resultado de la revisión y ajustes realizados en el 2007 por la Dirección General de Calidad de Servicios, y de los estándares propuestos por el CGH, centro de atención hospitalaria además de las directrices de la Política Nacional de la Persona Mayor, este documento presenta entre muchas otras las siguientes definiciones:

PERSONA MAYOR: Persona sin distinción de género, mayor de 60 años.

ENVEJECIMIENTO: “Proceso normal por el que atraviesa el ser humano a lo largo del ciclo vital. Esto replantea el antiguo concepto de entender que las personas inician su proceso de envejecimiento a partir de una edad avanzada determinada (por ejemplo, a los 60 o 70 años); el proceso se inicia en la concepción y termina con la muerte”.

VEJEZ: “Representa el ciclo final del proceso de envejecimiento. Por ello, las condiciones en esta etapa dependen del desempeño, logros y frustraciones, de los periodos precedentes. Algo similar sucedería con otras etapas de edad avanzada. La adultez dependerá también de la preparación brindada en la juventud y la niñez, etc. El rasgo de la vejez radica en que las personas ya no tienen muchas posibilidades de mejorar su calidad de vida. La disminución

natural de la capacidad física y el esquema de valoración social imperante en las sociedades occidentales (competencia, productividad, individualismo, etc.), generan marcadas restricciones de tipo económico y social para las personas mayores”.⁸ Se considera entonces como una etapa del proceso de envejecimiento, así como la infancia y la juventud.

CALIDAD DE LA ATENCIÓN SOCIAL PARA LA PERSONA MAYOR: Se entiende como la provisión de servicios de Promoción social a las personas persona mayores individuales o colectivos, de manera accesible y equitativa, a través de un nivel personal óptimo, teniendo en cuenta el balance entre beneficios, riesgos y costos, con el propósito de lograr la adhesión y satisfacción de dichos usuarios.

En este documento se resaltan apartes importante como la Política Publica de persona Mayor, que fue el resultado de la revisión del documento “Envejecer en Colombia, Aportes para una Política en Vejez y Envejecimiento” concertado en el 2007 por el Ministerio de la Protección Social en conjunto con el Instituto de Envejecimiento de la Pontifica Universidad Javeriana, y a partir de ese año el ministerio junto con la Fundación Saldarriaga Concha, elaboró el documento de Política de envejecimiento y vejez.

Esta Política Nacional de Envejecimiento y Vejez está dirigida a la población mayor de 60 años que reside en el territorio nacional de Colombia que se encuentra en condiciones de extrema pobreza, dependencia y vulnerabilidad social, económica, de género, y étnica. “Tiene como reto el envejecimiento demográfico, el envejecimiento femenino, la enfermedad, la discapacidad, la dependencia, la calidad de vida de las personas mayores, la exclusión social, el imaginario cultural adverso y las representaciones sociales discriminatorias del envejecimiento y la vejez, y la erradicación del hambre y de la pobreza extrema en la población mayor en condiciones de vulnerabilidad” ministerio de la protección social (2007).

El objetivo de la política de envejecimiento y vejez es prevenir, mitigar y superar las condiciones sociales que impactan en forma negativa la calidad de vida de la población mayor y crear condiciones para un envejecimiento activo de toda la población; para ello, se basa en 4 ejes: Eje 1: Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores; Eje 2: Protección Social Integral; Eje 3: Envejecimiento Activo y Eje 4: Formación del Talento Humano e Investigación.

Este documento también contiene el capítulo de calidad: modalidades de centros de promoción social para personas mayores y estándares, que es un documento técnico que contiene los estándares que aplicaran a los centros de promoción social para personas mayores, en una o más de las modalidades de: centros residenciales, centros día, centros de atención domiciliaria y centros de tele asistencia domiciliaria contiene las definiciones de cada una de estas modalidades y como anexo incluyeron el instrumento de estándares y verificación, con los requisitos generales que son las condiciones administrativas que deben cumplir todos los centros de promoción social a la persona mayor.

5. Estudios De Mercados

5.1 Descripción del servicio

5.1.1 Definición del servicio. El club de acondicionamiento “HEALTH & LIFE” brindara un amplio portafolio de servicios como acondicionamiento físico personal, clases grupales, rehabilitación física y relajación con equipos hidráulicos y específicos para personas mayores de 60 años, al igual contarán con la asesoría médica especializada, nutricionista, fisioterapeutas y educadores físicos que realizarán un seguimiento detallado de los usuarios.

5.1.2 Usos y especificaciones. El club de acondicionamiento físico es un espacio en el cual las personas pueden realizar actividad osteomuscular supervisada por medio de ejercicios de coordinación, equilibrio, fuerza, propiocepción, actividades aeróbicas y grupales para el perfeccionamiento de las capacidades físicas alteradas o disminuidas de los clientes. El club que está en el proyecto va dirigido a personas mayores de 60 años con el fin de estimular las características fisiocinéticas propias del individuo por medio de una rutina específica teniendo en cuenta el estado de salud en que se encuentran estas personas para potencializar su movilidad articular, fuerza muscular, y disminuir patologías osteomusculares. Esta rutina se basará en el uso diario de equipos hidráulicos donde la fuerza es proporcional al movimiento realizado, disminuyendo el esfuerzo y estrés muscular que es sometido al realizar estos ejercicios y ayudando a mejorar la musculatura y condiciones físicas generales. Una rutina diaria comenzará con una valoración integral por los profesionales del club en donde se evaluará el estado actual del usuario y se creará un plan de tratamiento y rutinas deportivas personalizadas.

5.1.3 Servicios Sustitutos. Entre los servicios sustitutos encontramos los gimnasios, los bio-parques, las escuelas de baile y los clubes deportivos que hacen que las personas mayores de 60 años realicen actividades deportivas y lúdicas con el fin de mejorar su estado físico.

5.1.4 Servicios Complementarios. El club de acondicionamiento físico para personas mayores de 60 años ofrece adicionalmente charlas nutricionales, actividades de relajación y fisioterapia

5.1.5 Atributos Diferenciadores del Servicio. El club de acondicionamiento físico para persona mayores de 60 años en el barrio Cedritos de la ciudad de Bogotá será el primero en su

género, ofrecerá a su clientela un tratamiento exclusivo de acondicionamiento físico teniendo en cuenta el proceso de envejecimiento que se presenta en esta población por medio de un diagnóstico específico por los especialistas en gerontología del club el cual marca una diferencia en la rutina deportiva indicada según las características físicas de los usuarios. Se elegirá un personal con alto conocimiento en la población adulta mayor la cual pueda ofrecer una asesoría adecuada teniendo en cuenta los servicios ofertados en el club HEALTH & LIFE para potencializar las cualidades físicas de los clientes.

5.2 Mercado potencial y objetivo

5.2.1 Análisis del Mercado. Hay un gran interés por una vida saludable que es creada por los medios publicitarios y de salud que ha ayudado al crecimiento de los negocios de los fitness, centros deportivos y gimnasios en Colombia y principalmente en Bogotá, según la International Health, Racquet & Sportsclub Association (Ihrsa, por sus siglas en inglés), la entidad que los reúne a nivel global, en el país operan unos 1.500 gimnasios, de los 160.000 que existen a nivel global. Esto es el 0,93 por ciento del total mundial. Ubicando a Colombia en un tercer puesto a nivel de Latinoamérica de desarrollo de centros deportivos. También se destacó que aumento la facturación anual entre 500 y 550 millones de pesos anuales en los gimnasios locales en Bogotá y que en promedio asisten regularmente en el mes 1'536.915 personas a los gimnasios en Bogotá y esta cifra va en aumento año tras año.

Según el estudio realizado por la firma Raddar, los números del ejercicio en instituciones especializadas son aún más reveladores en la economía colombiana: actualmente los gimnasios y centros médicos deportivos representan el 0,34% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional y mueven al año \$900 mil millones en gimnasios del exterior con franquicias en Colombia y

gimnasios locales. La tendencia de los colombianos es crear estilos de vida saludable para ellos invierten 0,5 % de su gasto y que se proyecta en un 10% en la próxima década y según estudios de género los hombres menores de 35 años van más al gimnasio y cambia después de los 40 años donde las mujeres asisten más a estos centros de entrenamiento físico, igualándose en género al redor de los 60 años. También se demostró que las actividades que más se prefiere hacer son los estiramientos y los ejercicios individuales y las menos llamativas son las clases grupales.

Cabe mencionar que a nivel de centros de entrenamiento osteomuscular especializados en tercera edad en la ciudad de Bogotá no se encuentran por el momento, siendo esta una necesidad debido al incremento de la demanda por las personas mayores de 60 años por integrar en su vida cotidiana hábitos de actividad física regular que ayude a disminuir o mejorar su calidad de vida contrarrestando los problemas asociados al proceso normal de envejecimiento y sedentarismo característicos de la población adulta mayor.

5.2.2 Mercado Potencial. El mercado potencial está formado por personas mayores de 60 años que pertenezcan a los estratos socioeconómicos 4, 5 y 6 de la localidad de Usaquén de la ciudad de Bogotá, por ser quienes pueden pagar un servicio especializado de acondicionamiento físico, rehabilitación y relajación.

5.2.3 Mercado Objetivo. El mercado objetivo son las personas que presentan alteraciones físicas y envejecimiento causado por la edad debido a malos hábitos, sedentarismo y enfermedades osteomuscular, y que estén dispuestos a mejorar o potencializar las estructuras musculo esqueléticas a través de rutinas deportivas y complementarias.

5.2.4 La demanda. Está compuesto del número de servicios que los posibles consumidores reciban de la empresa y están dispuestos a obtener para satisfacer al realizar actividad física.

5.3 Investigación de mercados

Para la creación de la estrategia de mercadeo se utilizará datos obtenidos por el DANE, Cámara de Comercio y ministerio de Salud con los cuales se obtendrán información sobre estadísticas de edad, nivel socioeconómico, ingresos mensuales, enfermedades más comunes en personas mayores de 60 años, información sobre la localidad de Usaquén, instituciones deportivas, crecimiento económico del sector, también se contará con investigaciones y artículos relacionados con el deporte en la tercera edad.

En la segunda parte del proyecto se creará y aplicara encuestas a las personas de la tercera edad que viven en el sector de Cedritos y los barrios aledaños donde se ubicara el club deportivo a los cuales va dirigido el servicio de **HEALTH & LIFE**.

Con la encuesta realizada se espera obtener resultados sobre las necesidades y cuál sería el porcentaje de la población que obtendría el servicio en el sector y sus alrededores. Las localidades, con mercado potencial para **HEALTH & LIFE** son las que tienen un factor socio económico de 4, 5 y 6 de estrato social como: Usaquén, Chapinero, Suba y Teusaquillo los cuales cubrirían las necesidades de la población

5.3.1 Planteamiento del problema. Podemos decir que el deporte para los adultos mayores es muy útil para la salud, aunque se crea lo contrario por el deterioro que el cuerpo presenta. Se ha comprobado que al realizar actividad deportiva aumenta la calidad de vida en las personas mayores de 60 años, mejora la capacidad funcional y retrasa las alteraciones motoras. Por otro lado, al asistir a **HEALTH & LIFE** no solo genera beneficios para la salud, sino que ayuda a aumentar la vida social por ser practicada en grupo, evitando que se aumente el aislamiento en la persona mayor.

Hoy en día no se cuenta con una gran oferta en esta área de clubes deportivos dirigidos específicamente a las personas de la tercera edad, en este tiempo la sociedad ha aumentado la preocupación por el cuidado de la salud y el antienvjecimiento, ya que va en crecimiento la población mayor de 60 años en estas últimas décadas en Colombia y a nivel mundial. Teniendo en cuenta lo anterior la población de edad mayor requiere cada vez más servicios especializados como se brindan en HEALTH & LIFE que hace la diferencia con respecto a la competencia por satisfacer las exigencias de sus clientes.

HEALTH & LIFE busca expandirse y conocer posibles alianzas con empresas del sector salud a nivel nacional y compitiendo con unos precios asequibles en el mercado. Para la empresa es de gran importancia contar con el personal idóneo en el tema de rehabilitación y acondicionamiento físico que genere la confiabilidad entre los usuarios.

Los clubes deportivos como HEALTH & LIFE aportan una mejor calidad de vida y generan grandes beneficios en la disminución de patologías osteomusculares disminuyendo el deterioro del organismo que se presenta en los adultos mayores como consecuencia del sedentarismo y el estilo de vida poco saludable que se crea en esta población.

Se considera HEALTH & LIFE un proyecto viable, ya que es un club deportivo que busca el bienestar en las personas mayores de 60 años, este concepto se genera por necesidad de brindar un servicio más amplio, no solo en el área de acondicionamiento físico, sino que incluye tratamientos en rehabilitación física y relajación y se observa que este tipo de actividades son realizadas con mayor agrado si se cuenta con la población de las mismas características.

5.3.2 Necesidades de Información.

Demanda: Identificar cuantas personas mayores de 60 años les gustaría adquirir los servicios del club HEALTH & LIFE del barrio Cedritos.

Conocer los aspectos importantes que tiene en cuenta el cliente al momento de adquirir un servicio de acondicionamiento físico en el mercado.

Cuantificar la cantidad de personas mayores de 60 años que utilizarían los servicios del club por un mes y la frecuencia en la afiliación.

Oferta:

Detectar las necesidades y el grado de satisfacción del socio nuevo.

Conocer el grado de aceptación para el club de acondicionamiento físico para personas mayores de 60 años.

Determinar la periodicidad del servicio.

Precio

Identificar el precio adecuado para los servicios que se prestaran al cliente del club HEALTH & LIFE del barrio Cedritos.

Determinar los horarios que son más frecuentados en los potenciales clientes para las actividades deportivas.

Publicidad

Identificar la publicidad más adecuada para el club teniendo en cuenta el sector de ubicación de la empresa.

5.4 Ficha Técnica

Tabla 1 Ficha técnica

Tipo De Investigación	Exploratoria, descriptivo porque se indaga el mercado para conocer los gustos y preferencias sobre el servicio
------------------------------	--

Método De Investigación	Deductivo porque va de los datos generales aceptados como válidos para terminar en una conclusión particular
Fuentes De Investigación	Primarias y secundarias
Técnicas De Recolección De La Información	Encuestas para la recolección de datos
Instrumento	Cuestionario
Definición De La Población	Barrio Cedritos cuenta con 3503 personas mayores de 60 años de los estratos 4, 5 y 6

Proceso De Muestreo

Dónde: $Z = 1.96$

$N =$ Tamaño D La Población

$N = 3503$

$P =$ Probabilidad De Éxito 50 %

$Q =$ Probabilidad De Error 50 %

$E =$ Error Estimado 5%

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * p * q}{d^2 * (N - 1) + Z_{\alpha}^2 * p * q}$$

$$n = 377$$

Marco Muestral	Personas mayores de 60 años del Barrio Cedritos de la UPZ los cedros, de la localidad de Usaquén
Alcance	Barrio Cedritos de la UPZ los cedros, de la localidad de Usaquén
Tiempo De Aplicación	1 mes

Fuente. Propia

5.4.1 Tabulación, presentación y Análisis de Resultados. De la muestra se tomaron 377 personas mayores de 60 años de la localidad de Usaquén pertenecientes a los estratos 4, 5 y 6. El modelo de la encuesta se observa en el Anexo 1.

Pregunta 1 ¿Realiza algún tipo de actividad deportiva?

Tabla 2 ¿Realiza algún tipo de actividad deportiva?

¿Realiza algún tipo de actividad deportiva?		
Respuesta	No. De Respuestas	Porcentaje
SI	328	87%
NO	49	13%
TOTAL	377	100%

Fuente. Propia

Figura 1 Porcentaje de personas que realizan actividad deportiva



Fuente. Propia

Análisis: A la pregunta ¿Realiza algún tipo de actividad deportiva? El 87 % dijo que si y el 13 % dijo que no. Se obtuvo de una muestra de 377 personas lo que significa que la mayoría de la población realiza cualquier tipo de actividad deportiva para mantener las condiciones de salud.

Pregunta 2 ¿Cuántas veces realiza actividad deportiva?

Tabla 3 ¿Cuántas veces realiza actividad deportiva?

¿Cuántas veces realiza actividad deportiva?		
Respuesta	No de Respuestas	Porcentaje
1 a 2 veces por semana	57	15%
2 a 3 veces por semana	30	8%
3 a 5 veces por semana	98	26%
Todos los días de la semana	143	38%
No aplica	49	13%
TOTAL	377	100%

Fuente. Propia

Figura 2 Porcentaje en que las personas realizan actividad deportiva



Fuente. Propia

Análisis: De acuerdo a lo manifestado por los encuestados en la pregunta ¿Cuántas veces realiza actividad deportiva? el 39% practica deporte todos los días, el 26% practica deporte de 3 a 5 veces por semana, el 13% no practica deporte, el 15% practica deporte de 1 a 2 veces por semana y el 8% practica deporte de 2 a 3 veces por semana. Lo que indica que hay una tendencia a practicar actividad deportiva todos los días en la población adulta mayor.

Pregunta 3 ¿Conoce usted un gimnasio para personas mayores de 60 años?

Tabla 4 ¿Conoce usted un gimnasio para personas mayores de 60 años?

¿Conoce usted un gimnasio para personas mayores de 60 años?		
Respuesta	No de Respuestas	Porcentaje
Si	4	1%
No	373	99%
TOTAL	377	100%

Fuente. Propia

Figura 3 ¿Conoce usted un gimnasio para personas mayores de 60 años?



Fuente. Propia

Análisis: se determina que de una muestra de población de 377 personas el 99% dijo no conocer un gimnasio para personas mayores de 60 años y un 1% conoce algún gimnasio para personas adultas mayores, con lo cual es un punto importante ya que nos indica que no hay clubes deportivos especializados para esta población.

Pregunta 4. De encontrar un gimnasio especializado en personas mayores de 60 años ¿asistiría?

Tabla 5 De encontrar un gimnasio especializado en personas mayores de 60 años ¿asistiría?

De encontrar un gimnasio especializado en personas mayores de 60 años ¿asistiría?		
Respuesta	No. De Respuestas	Porcentaje
Si	313	83%
No	64	17%
TOTAL	377	100%

Fuente. Propia

Figura 4 De encontrar un gimnasio especializado en personas mayores de 60 años ¿asistiría?



Fuente. Propia

Análisis: de las 377 personas encuestadas el 83% asistiría a un gimnasio especializado para las personas mayores de 60 años y el 17% refirió que no asistiría a un gimnasio para personas mayores de 60 años. Lo que indica la importancia de la creación de un club deportivo que cumpla con las expectativas de las personas adultas mayores.

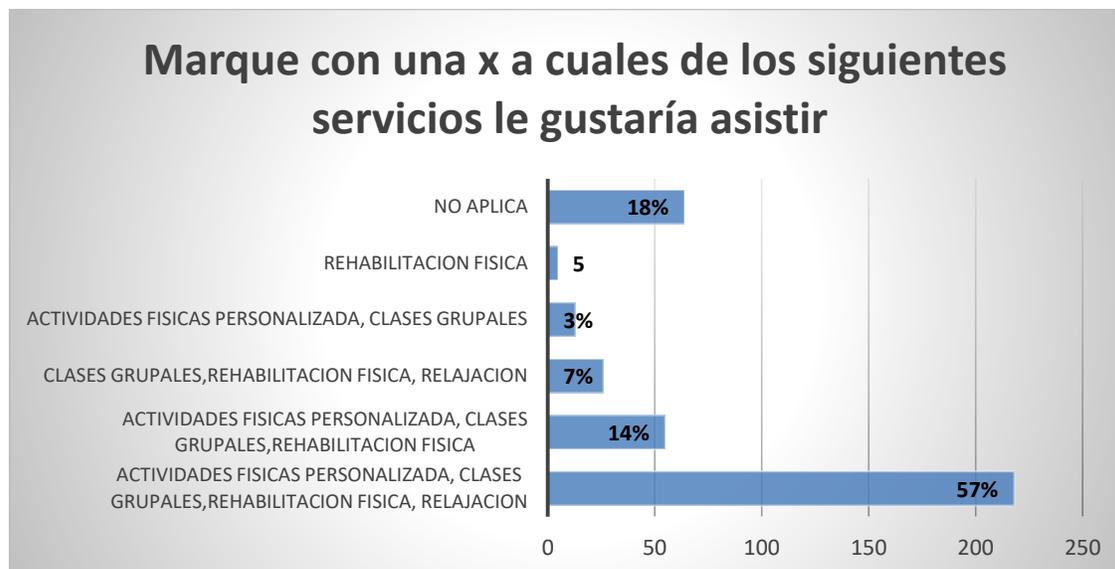
Pregunta 5 Marque con una x a cuáles de los siguientes servicios le gustaría asistir

Tabla 6 Marque con una x a cuales de las siguientes servicios le gustaría asistir

Marque con una x a cuáles de los siguientes servicios le gustaría asistir		
Respuesta	No. De Respuestas	Porcentaje
Actividades físicas personalizada, Clases grupales, Rehabilitación física, Relajación	215	57%
Actividades físicas personalizada, Clases grupales, Rehabilitación física	53	14%
Clases grupales, Rehabilitación física, Relajación	26	7%
Actividades físicas personalizada, Clases grupales	11	3%
Rehabilitación física	4	1%
No aplica	68	18%

Fuente. Propia

Figura 5 Marque con una x a cuáles de los siguientes servicios le gustaría asistir



Fuente. Propia

Análisis: de los adultos mayores encuestados el 57% prefiere practicar en el gimnasio actividades como actividades físicas personalizada, clases grupales, rehabilitación física, relajación, el 18% no realizaría ninguna actividad en el gimnasio, el 14% haría actividades físicas personalizada, clases grupales, rehabilitación física, el 7% comentó que le gustaría hacer clases grupales, rehabilitación física, relajación, el 3% solo asistiría a actividades físicas personalizada, clases grupales y el 1% solo realizaría rehabilitación física. Esto brinda una información importante para crear los planes que se utilizarán en el club deportivo según las preferencias de las personas mayores de 60 años.

Pregunta 6 ¿En qué jornada del día asistiría al servicio?

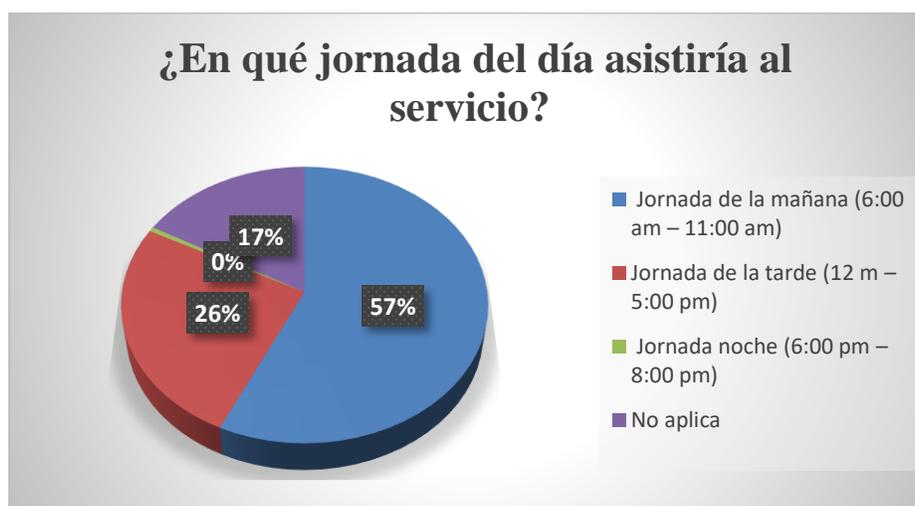
Tabla 7. ¿En qué jornada del día asistiría al servicio?

¿En qué jornada del día asistiría al servicio?

Respuesta	No. De Respuestas	Porcentaje
Jornada de la mañana (6:00 am – 11:00 am)	215	57%
Jornada de la tarde (12 m – 5:00 pm)	98	26%
Jornada noche (6:00 pm – 8:00 pm)	2	0%
No aplica	62	17%
TOTAL	377	100%

Fuente. Propia

Figura 6. ¿En qué jornada del día asistiría al servicio?



Fuente. Propia

Análisis: El 57% de los adultos mayores de 60 años prefieren asistir al club deportivo en el horario de la mañana (6:00 am – 11 am), el 26 % iría en la jornada de la tarde (12 m – 5:00 pm) y el 17 % no asistiría en ninguno de los horarios planteados en la encuesta. Con esta información se puede identificar el volumen según el horario y tener mayor número de profesionales para cubrir las necesidades de los usuarios en el servicio.

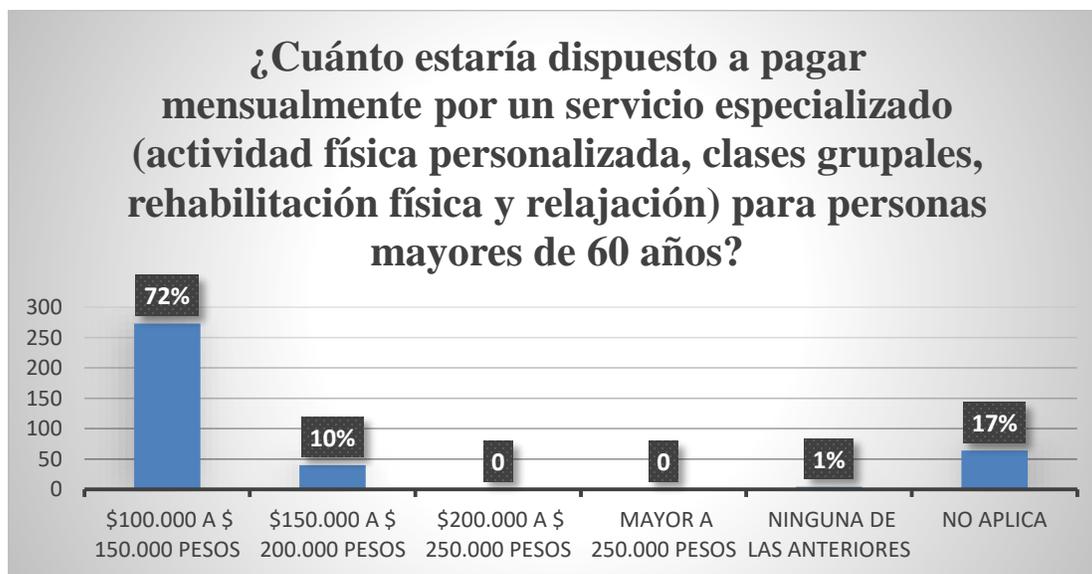
Pregunta 7 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un servicio especializado (actividad física personalizada, clases grupales, rehabilitación física y relajación) para personas mayores de 60 años?

Tabla 8. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un servicio especializado (actividad física personalizada, clases grupales, rehabilitación física y relajación) para personas mayores de 60 años?

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un servicio especializado (actividad física personalizada, clases grupales, rehabilitación física y relajación) para personas mayores de 60 años?		
Respuesta	No. De Respuestas	Porcentaje
\$100.000 a \$ 150.000 pesos	271	72%
\$150.000 a \$ 200.000 pesos	38	10%
\$200.000 a \$ 250.000 pesos	0	0%
Mayor a 250.000 pesos	0	0%
Ninguna de las anteriores	4	1%
No aplica	64	17%
TOTAL	377	100%

Fuente. Propia

Figura 7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un servicio especializado (actividad física personalizada, clases grupales, rehabilitación física y relajación) para personas mayores de 60 años?



Fuente. Propia

Análisis: De acuerdo a la información suministrada por los encuestados el 72% estarían dispuestos a pagar de \$100.000 a \$150.000 mil pesos, el 17% de las personas no aplicaron para responder a la pregunta, el 10 % de las personas pagarían de \$ 150.000 a \$ 200.000 mil pesos y el 1% no le llamo la atención los precios sugeridos en la encuesta. Estas cifras permiten determinar los rangos de los precios que se podrían colocar en los servicios del club deportivo.

5.4.2 Estimación de la demanda. Para identificar la estimación de la demanda se tuvo en cuenta la pregunta número 4 de la encuesta donde se investiga si el personal encuestado asistiría a un club de acondicionamiento físico con las características que se implementaron en el estudio. Con respuestas de si y no y una población de estudio de 377 personas mayores de 60 años que es el número que arrojó la fórmula para determinar el tamaño de la muestra. Es decir que el 83% respondió que sí, que equivale a 313 personas mayores de 60 años que asistirían al club en comparación del 17% que equivale a 64 personas que dijeron no tener intención de asistir al club. La población de personas mayores de 60 años del barrio Cedritos en la localidad de Usaquén según la Secretaria Distrital de Planeación en la proyección poblacional para el año 2015 es de 3503 que equivale al 17% de las personas mayores de la UPZ de los Cedros de la localidad de Usaquén, por lo tanto, la estimación de la demanda de acuerdo al tamaño de la muestra encuestada el total de la población sería 3503 adultos mayores.

5.5 La oferta

Al desarrollar el presente estudio de investigación se consultó en la cámara de comercio de Bogotá si existía una empresa constituida legalmente como club deportivo exclusivo para personas mayores de 60 años; se comprobó que no hay una competencia directa con las mismas

condiciones y características planteadas en el proyecto, como son las prestación de un servicio dirigido por profesionales expertos para las condiciones físicas de esta población y evitar un envejecimiento prematuro que generen enfermedades osteomusculares

5.5.1 Análisis de la Competencia. En la UPZ los Cedros de la localidad de Usaquén no hay clubes para personas mayores de 60 años, pero existen 4 competencias indirectas ya que hay gimnasios que ofrecen servicios de acondicionamiento físico para la población en general.

- Trb Crossfit. Ubicada en la CALLE 134 # 9 – 68 y SEDE COLINA CAMPESTRE ubicada en la CALLE 138 # 57 – 37, cuenta con un lugar completamente dotado con los equipos de calidad para un entrenamiento semi-personalizado. Maneja un entrenamiento funcional, de alta intensidad, constantemente variado. Brindan las herramientas necesarias para que tenga una vida saludable a partir de una alimentación Sana y una rutina de ejercicio de no más de una hora diaria. Las clases que ofrece se han establecido en horarios altamente flexibles y maneja tarifas razonables. Con un horario de lunes a viernes de 6 am a 10 pm y sábados de 9 am a 1pm. Cuenta para su publicidad página web y eventos deportivos. El costo del mes es de \$285.000 pesos
- Profit Studio. Ubicado Cra 13 No. 135c-19 ofrece de entrenamiento con un entrenador personal. Según diagnostico especializado sobre el estado físico y la meta es alcanzar los objetivos en el menor tiempo posible, el entrenador personal le ayuda a cumplir los propósitos y a mejorar los hábitos, está destinado para todo tipo de población. También tiene programas de entrenamiento grupal y empresarial que es de tipo semi-personalizado para mejorar la condición física y mental, desarrollando destrezas y adquiriendo nuevas habilidades durante la vida cotidiana, los horarios son de 6 am a 11 pm y sábados de 8 am a 12 m tiene publicidad página web gratis y volantes. El costo del mes es de \$240.000 pesos.

- Hard Body. Se encuentra en la calle 147 con séptima consta de 2 niveles. En el primero: salón de estiramientos. En el segundo nivel: Sala de Cardio, área de estiramientos, zona de aeróbicos; salón de pesas, clases grupales y clases de Spinning. El valor del mes es de \$ 80.000 pesos con un descuento del 70% sus horarios son de 3 am a 11pm y viernes de 3 am a 10 pm, los sábados domingos y festivos es de 6 am a 6 pm, va dirigido a todo tipo de población. Su publicidad está basada por redes sociales, pagina web y voz a voz. El costo del mes es de \$245.000 pesos.

- Bodytech. Ubicado en el centro comercial Palatino en la avenida 19 # 102 - 31 piso 3, realiza entrenamiento semi personalizado y personalizado con diferentes estímulos de entrenamiento, ofrece servicios para acelerar los resultados en el menos tiempo posible de forma efectiva y duradera, también se puede participar en eventos deportivos de tipo fitness, se puede encontrar diferentes actividades según el día y la hora. Es uno de los más importantes y grandes competidores en Colombia en el área de entrenamiento deportivo. Su horario de atención es de lunes a viernes de 4 am a 10 pm y sábados y domingos de 6am a 6pm. Su publicidad la realiza por medios de comunicación como periódicos, revistas y propagandas, volantes, pagina web, redes sociales y voz a voz. El costo del mes es de \$250.000 pesos.

- Curves. Ubicado en la carrera 10 No 134B-85 con horarios de lunes a viernes de 5:45 am a 8:30 pm y sábado de 8 a 12. Es un gimnasio exclusivo para mujeres donde se realiza rutinas de 30 minutos 3 veces a la semana con máquinas hidráulicas en forma de circuito. Su publicidad es realizada por página web y voz a voz, reciben tarjetas débito, crédito y efectivo. El costo del mes es de \$135.000

5.6 Precio

Para asignar el precio adecuado se debe tener como parámetros los precios que están establecidos en los gimnasios descritos como competencia indirecta ya que no hay ningún club deportivo exclusivo para personas mayores de 60 años.

5.6.1 Estrategia de fijación del precio. La estrategia de fijación de precios que se va a utilizar estará determinado por los datos arrojados en la encuesta y las cifras que aporte el estudio financiero, al igual que el promedio de precios de la competencia indirecta en el sector de cedritos

5.7 Publicidad y promoción

5.7.1 Objetivos.

- Dar a conocer la existencia del nuevo club de acondicionamiento físico para personas mayores de 60 años en la UPZ los de la ciudad de Bogotá.
- Fomentar una actitud positiva en los usuarios frente a los servicios y a los profesionales especializados en gerontología.
- Posicionarse en el mercado de los clubes deportivos en la ciudad de Bogotá.
- Aumentar de forma eficaz y eficiente la vinculación a los servicios del club de acondicionamiento físico para incrementar los volúmenes de venta.
- Fidelizar a los usuarios de la empresa por medio del conocimiento de los servicios diferenciadores frente a la competencia.

5.7.2 Logotipo. El logotipo de HEALTH & LIFE, se encuentra formado por un título en inglés que significa salud y vida en color verde transmite una sensación calmante, simboliza la esperanza y se relaciona con la naturaleza. Y combinado con la letra & que sale un corazón de ella de color rojo que transmite fuerza y energía. En la parte inferior está escrito el lema “una vida- un cuerpo- un club”.

Figura 8. Logotipo



UNA VIDA – UN CUERPO – UN CLUB

Fuente. Propia

5.7.3 Lema. El lema que se va a utilizar para el club de acondicionamiento físico procura resaltar la importancia de hacer actividad deportiva para cuidar el cuerpo en un solo club donde se encontrara todos los servicios para obtener un bienestar.

5.7.4 Análisis de Medios. Los análisis de los medios de comunicación se harán de acuerdo a los que se utilizan en los clubes deportivos y gimnasios y se hará una comparación para escoger de forma adecuada los medios publicitarios del club y realizar una excelente publicidad que llegue a los clientes de forma fácil y agradable exaltando los beneficios de realizar actividad física en las instalaciones de la empresa. Los gimnasios en Bogotá utilizan la siguiente publicidad:

- Publicidad en las páginas web.

- Publicidad por medio de Brochure y volantes con información de los paquetes, precios y descuentos.
- Publicidad en radio y televisión que llega a todos los clientes potenciales con un producto llamativo.

5.7.5 Selección de Medios. La publicidad que se asignará al club se hará por medio de páginas web, pautas radiales, tarjetas y volantes con toda la información de los servicios realizados para personas mayores de 60 años.

5.7.6 Estrategia publicitaria. Es importante crear una estrategia publicitaria donde se dé a conocer el club de acondicionamiento físico por medio de emisoras de radio.

Realizar invitaciones a directores de empresas de promoción y prevención del sector que estén orientadas al manejo de patologías en las personas mayores de 60 años.

Colocar stand de los centros comerciales de la zona que dé a conocer el club a la población de la UPZ los Cedros de la localidad de Usaquén

Hacer el lanzamiento con un mes anticipación donde se pueda dar a conocer los servicios y las especialidades del club.

5.7.7 Estrategias de Distribución. Se realizará venta directa y pagina web donde se establecerá un contrato de servicios según el plan y las necesidades del usuario, Las claves para que sea más seleccionado en el sector será el servicio especializado para el adulto mayor y la competencia en precios. Podrá ser cancelado vía web, tarjetas de crédito, tarjetas débito, efectivo y bonos de regalo.

5.7.8 Estrategias de Promoción. Las estrategias que se utilizaran para promocionar el producto son stand en lugares de masiva afluencia de personas, volantes, página web, redes sociales y pases de cortesía.

5.7.9 Estrategia de Servicio. Se realizará una evaluación antes durante y al finalizar el proceso de entrenamiento y rehabilitación física a manos de personal idóneo.
Línea de atención para programar la cita de rehabilitación y entrenamiento deportivo.
Seguimiento mes a mes de las metas establecidas con el profesional y usuario.

6. Estudio Técnico

6.1 Tamaño del proyecto

6.1.1 Descripción del tamaño del proyecto. Para identificar el tamaño del proyecto es importante tener el número de la población para quien va dirigido el proyecto de acuerdo al tamaño de la muestra, como el tamaño local y la ubicación geográfica y los recursos disponibles a nivel económico y de acuerdo con los estudios se llega al tamaño óptimo del club de acondicionamiento físico con el fin de atender la mayor parte de la población insatisfecha que se describe en el estudio de mercados.

6.1.2 Factores que determinan el tamaño del proyecto. Realizando un proceso de análisis de los diferentes factores que sirven para determinar el tamaño de un proyecto, es necesario tener en cuenta las siguientes variables:

6.1.2.1 La demanda. Health & Life será un proyecto nuevo en la ciudad ya que no presentará competencia directa y las que hay en la actualidad son de tipo indirecto, esto se da porque estos gimnasios presentan programas de actividad física pero no son exclusivos para personas mayores de 60 años. De acuerdo con el proyecto tiende hacer relativamente grande por la cantidad de población insatisfecha que estarían interesados en adquirir el servicio del club, la cual sería del 83%.

6.1.2.2 Localización. Para el proyecto este factor es principal de la ubicación del club, este deberá estar localizado en un sitio estratégico y que cuente con las características establecidas en el presente estudio y con las necesidades de la población adulta mayor.

6.1.3 Capacidad del Proyecto

6.1.3.1 Capacidad Diseñada. Para identificar la capacidad diseñada total del club de acondicionamiento físico, se tendrá en cuenta las áreas y servicios que se ofrecerán el club y los horarios establecidos. Los horarios de apertura e inicio son a las 6 am debido a que las personas de la tercera edad prefieren realizar actividades en horas de la mañana de acuerdo a la encuesta realizada en la pregunta No. 6.

Tabla 9. Capacidad Diseñada

HORARIOS	GRUPO 1	GRUPO 2	TOTAL
6am-7am	20	20	40
7m-8am	20	20	40
8am-9am	20	20	40
9am-10am	20	20	40
10am-11am	20	20	40
11am-12m	20	20	40

3pm-4pm	20	20	40
4pm-5pm	20	20	40
5pm-6pm	20	20	40
6pm-7pm	20	20	40
TOTAL	200	200	400

Fuente. Propia

De acuerdo a la tabla 9, la capacidad total diseñada teniendo en cuenta los diferentes servicios es de 400 usuarios en el día distribuido en 10 jornadas de una hora cada una.

6.1.3.2 Capacidad Instalada. De acuerdo al proyecto, se desearía iniciar con una población de 380 usuarios teniendo en cuenta la posibilidad, de acuerdo a resultados de la proyección gradual del aumento de la demanda.

Tabla 10. Capacidad Instalada

HORARIOS	GRUPO 1	GRUPO 2	TOTAL
6am-7am	20	20	40
7m-8am	20	20	40
8am-9am	20	20	40
9am-10am	18	18	36
10am-11am	18	18	36
11am-12m	18	18	36
3pm-4pm	20	20	40
4pm-5pm	20	20	40
5pm-6pm	15	15	30
6pm-7pm	21	21	42
TOTAL	190	190	380

Fuente. Propia

6.1.3.3 Capacidad Utilizada y Proyectada. Se calcula que la cantidad de usuarios al iniciar el proyecto es de 243 que es el valor calculado según el 83% de la población a la que asistiría al club de acondicionamiento físico según la encuesta realizada en la parte de estudio de mercados para el primer mes, para el primer año es de 2907 usuarios, se calcula que para el tercer año es de 3115 asociados y para el quinto año aumentara a 3327 usuarios del club de acondicionamiento físico HEALT & LIFE.

Tabla 11. Capacidad Utilizada y Proyectada

HORARIOS	GRUPO 1	GRUPO 2	TOTAL
6am-7am	14	12	26
7m-8am	15	15	30
8am-9am	19	17	36
9am-10am	12	12	24
10am-11am	11	9	20
11am-12m	5	6	11
3pm-4pm	12	11	23
4pm-5pm	10	9	19
5pm-6pm	6	6	12
6pm-7pm	21	21	42
TOTAL	125	118	243

Fuente. Propia

6.2 Localización

La localización del club deportivo es un factor que puede influir en el éxito del negocio. Es importante estar ubicado en una zona donde haya una población importante para el objeto del negocio.

6.2.1 Macro localización. El club de acondicionamiento físico HEALTH & LIFE, estará ubicado en la región de Cundinamarca específicamente en la ciudad de Bogotá, esta se encuentra situada en el centro geográfico del territorio nacional a 2600 msnm, en el borde oriental de la sabana de Bogotá que es la altiplanicie más alta de los andes colombianos Tiene un área total de 1776 km² y un área urbana de 307 km². Bogotá limita al oriente con los municipios de Choachí, Chipaque, Uña, Gutiérrez, La Calera. El límite oriental de la Sabana de Bogotá lo constituye una cadena montañosa que forma parte de la **cordillera de los Andes**. Estas montañas, conocidas familiarmente como los **Cerros Orientales**, forman el telón de fondo contra el cual se recorta la silueta urbana de Bogotá. Los cerros de **Montserrat** y **Guadalupe**, coronado cada uno de ellos por un templo católico, son dos puntos de referencia en la ciudad. El santuario dedicado al Señor Caído de Monserrate es, desde la época colonial, un lugar de peregrinación. Por el occidente, la ciudad limita con el río Bogotá y los municipios de La Cabrera, San Bernardo, Arbeláez, Sibate, Soacha, Mosquera, Funza y Cota. Al sur, está flanqueada por las estribaciones del páramo de Sumapaz y al norte limita con Chía

Figura 9. Mapa de Cundinamarca con sus provincias



Fuente: https://es.wikipedia.org/wiki/Provincias_de_Cundinamarca

6.2.2 Micro localización. Para ubicar las instalaciones del club se debe tener en cuenta la localización en el proceso de investigación, el método de localización usado es la calificación por puntos porque permite evaluar cada alternativa en función de varios factores o variables condicionantes, las cuales son:

- **Factor 1:** Condiciones de vías de comunicación: lo relevante de este factor es la accesibilidad al lugar relacionado con el tiempo de desplazamiento y las posibles demoras para realizarlo, la congestión de tráfico u otro percance originado por las características de la malla vial.
- **Factor 2:** Disponibilidad del servicio y ubicación: la localidad debe contar con Buenos servicios como: supermercados, restaurantes, centros comerciales que sean más agradables para

los potenciales clientes, este factor está compuesto de la distribución física de la ubicación del club, si el área es de mucha afluencia de público por su trabajo o residencia, siendo esto un factor que determine el tiempo de desplazamiento.

- **Factor 3.** Condiciones de seguridad: este factor se basa en la tranquilidad que pueda obtener el cliente de la zona y el control por parte de las autoridades policiales o por personas de seguridad externa brindando un control de tranquilidad para los posibles socios en cuanto a seguridad.

- **Factor 4.** Disponibilidad de espacio para estacionamiento: este es un factor en el cual se determina la cantidad de sitios de accesibilidad exclusivos para parquear y de cuidado de los autos de los usuarios y de los trabajadores del club.

6.2.2.1 Ponderación de factores.

Factor 1. Condiciones de las vías de comunicación

Grado 1. Diferentes vías de acceso en buen estado sin congestión de tránsito

Grado 2. Diferentes vías de acceso en regular estado y con tránsito restringido

Grado 3. Pocas vías de acceso, mal estado y con tránsito restringido

Factor 2. Disponibilidad de servicio y ubicación

Grado 1. El área está ubicada en un lugar de mucha afluencia de posibles clientes

Grado 2. El área está ubicada en un lugar de moderada afluencia de posibles clientes.

Grado 3. El área está ubicada en un sitio apartado sin ninguna afluencia de posibles clientes.

Factor 3. Condiciones de seguridad.

Grado 1. El área cuenta con gran número de policías y vigilancia

Grado 2. El área cuenta con regular número de policías y vigilancia

Grado 3. El área cuenta con poca o ningún número de policías y vigilancia

Factor 4. Disponibilidad de espacio para estacionamiento

Grado 1. El área tiene disponibilidad de parqueaderos

Grado 2. El área tiene algunos parqueaderos

Grado 3. El área no tiene sitios de parqueo

6.2.2.2 Posibles localizaciones. Teniendo en cuenta los datos obtenidos por el DANE de la proyección del año 2016 de la población adulta mayor de 60 años que se encuentran en los estratos 4, 5, y 6 encontramos 3 localizaciones.

- Localización 1: Suba
- Localización 2: Cedritos
- Localización 3: Teusaquillo

Tabla 12. Ponderación de los factores de localización

Factor critico de éxito	Primera comparación	Segunda comparacion	Tercera comparación	Cuarta comparación	Quinta comparación	Secta comparación
condiciones de vias de comunicación	1	2	2			
Disponibilidad de servicios y ubicación	3			2	3	
Condiciones de seguridad		2		2		3
Dsiponibilidad de espacio para estacionamiento			2		1	1

Fuente. Propia

Tabla 13. Comparación binaria

Factor crítico de éxito	Primera comparación	Segunda comparación	Tercera comparación	Cuarta comparación	Quinta comparación	Sexta comparación	Total	%
condiciones de vías de comunicación	0	1	1				2	22,22222222
Disponibilidad de servicios y ubicación	1			1	1		3	33,33333333
Condiciones de seguridad		1		1		1	3	33,33333333
Disponibilidad de espacio para estacionamiento			1		0	0	1	11,11111111
Total	1	2	2	2	1	1	9	100

Fuente. Propia

Tabla 14. Valores subjetivos condiciones de vías de comunicación

Localización	condiciones de vías de comunicación				
	Primera comparación	Segunda comparación	Tercera comparación	Suma	Porcentaje
Suba	0	0		0	0
Cedritos	1		1	2	50
Teusaquillo		1	1	2	50
Total	1	1	2	4	100

Fuente. Propia

Tabla 15. Valores subjetivos disponibilidad de servicios y ubicación

Localización	Disponibilidad de servicios y ubicación				
	Primera comparación	Segunda comparación	Tercera comparación	Suma	Porcentaje
Suba	1	1		2	50
Cedritos	1		1	2	50
Teusaquillo		0	0	0	0
Total	2	1	1	4	100

Fuente. Propia

Tabla 16. Valores subjetivos condiciones de seguridad

Localización	Condiciones de seguridad				
	Primera comparación	Segunda comparación	Tercera comparación	Suma	Porcentaje
Suba	0	1		1	25
Cedritos	1		1	2	50
Teusaquillo		1	0	1	25
Total	1	2	1	4	100

Fuente. Propia

Tabla 17. Valores subjetivos disponibilidad de espacio para estacionamiento

Localización	Disponibilidad de espacio para estacionamiento				
	Primera comparación	Segunda comparación	Tercera comparación	Suma	Porcentaje
Suba	1	0		1	25
Cedritos	1		0	1	25
Teusaquillo		1	1	2	50
Total	2	1	1	4	100

Fuente. Propia

La información resultante permite evaluar cada localización, lo cual se realiza sumando el producto del porcentaje que se obtuvo en cada factor por su ponderación, como sigue:

Tabla 18. Resultados valores subjetivos

Suba	27,77777778
Cedritos	47,22222222
Teusaquillo	25
Total	100

Fuente. Propia

Tabla 19. Factores Objetivos

Localización	Pesos por metros cuadrados	1/peso por metro cuadrado	Ponderación %
Suba	\$ 5.400.000	1,85185E-07	27,98856961
Cedritos	\$ 4.300.000	2,32558E-07	35,14843626
Teusaquillo	\$ 4.100.000	2,43902E-07	36,86299413
Total		6,61646E-07	100

6.2.2.3 Determinación de la Medida de Preferencia de localización (MPL). Definidos los factores, el comité del proyecto debe determinar la importancia de lo objetivo y lo subjetivo, suponga el caso objeto de análisis, el comité del proyecto ha decidido otorgarle mayor importancia a lo subjetivo: 60% y los factores subjetivos el 40%.

Con base en lo anterior, MPL se define como:

MPL localización: Factor subjetivo X (Factor subjetivo) + factor objetivo X (Factor objetivo)

Tabla 20. Determinación de la medida de preferencia de localización

MPL (Suba)	27,86209451
MPL (Cedritos)	42,39270784
MPL (Teusaquillo)	29,74519765
TOTAL	100

Fuente. Propia

Teniendo en cuenta la ponderación de los factores se puede concluir que la localización más conveniente para las instalaciones del club de acondicionamiento físico **Health & Life** es el sector de Cedritos, este se encuentra muy bien ubicado ya que es una zona de muy fácil acceso desde cualquier parte de la localidad de Usaquén, y se encuentra comunicado con varias avenidas principales del sector haciendo que sea fácil llegar en transporte público o privado.

Además, los gimnasios/centros deportivos que se encuentran por la zona están orientados principalmente al público en general o solo orientados a actividades como el Pilates y Cross Fit.

6.3 Ingeniería Del Proyecto

6.3.1 Concepto Del Servicio. HEALTH & LIFE es un club de acondicionamiento físico para personas mayores de 60 años de edad, en modalidades personalizado y grupal. El entrenamiento es funcional donde se trabaja todas las partes del cuerpo en máquinas de resistencia hidráulica que brinda más beneficios que el trabajo de equipos con pesas, ya que la resistencia y el esfuerzo se crea de forma suave y constante cambiando la fuerza y la velocidad con que se realizan los ejercicios estos son ejecutados por uno mismo en función de unos cilindros hidráulicos haciendo unas máquinas fáciles de usar y que no producen lesiones.

El plan de actividades físicas es asignado mediante una evaluación deportiva y de las condiciones de salud por profesionales calificados de acuerdo a las necesidades específicas de cada socio.

Con el pago de la membresía y primer mes se tiene derecho a valoración médica, terapéutica y de condiciones deportivas; asistir los 24 días del mes a las actividades de acondicionamiento físico, terapia física de ser necesario y a disfrutar de todas las instalaciones del club deportivo, como parte de la propuesta de valor se ofrece un entrenamiento integral y un seguimiento periódico a cada socio y adicionalmente con el fin de lograr la fidelización de los usuarios se otorga unos beneficios que están clasificados según el cumplimiento de los objetivos trazados dentro del programa de acondicionamiento.

6.4 Ficha técnica del servicio

Tabla 21. Ficha técnica del servicio

FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO HEALTH & LIFE	
Productos Principales	El club de acondicionamiento físico para personas mayores de 60 años ofrecerá el mejor servicio de actividades físicas, rehabilitación y relajación, utilizando rutinas recomendadas por profesionales calificados, al igual que clases grupales donde se determina las características principales de la población
Diseños	Las instalaciones estarán divididas en cuatro áreas: área administrativa, de acondicionamiento físico, rehabilitación y relajación
Especificaciones Técnicas	Servicio asesorado a los usuarios Profesionales formados y capacitados para atender los adultos mayores de 60 años Control sanitario y normas de bioseguridad
Vida Útil	Teniendo en cuenta la vida útil del servicio se realizará una innovación continua con una duración promedio de 5 a 10 años
Paquetes	Health & Life Gold \$ 250.000 Actividad física personalizada Clases grupales

Rehabilitación física
Relajación

Health & Life Platinum \$ 160.000

Actividad física personalizada
Clases grupales
Rehabilitación física o Relajación

Health & Life Basic \$ 80.000

Actividad física personalizada
Clases grupales

Fuente: Propia

6.5 Descripción Técnica Del Servicio

- Los servicios se ofrecerán de lunes a viernes de 6 am a 8 pm y sábados de 7 am a 2pm.
- Los servicios se venderán según el paquete escogido por el socio con una duración de un mes.
- El usuario puede asistir a las clases que programe con anterioridad y permanecer el tiempo que desee en las instalaciones del club.
- El socio puede escoger varias clases el mismo día y de igual forma puede realizar su rutina de acondicionamiento físico.
- Las clases que se dictaran son en base al entrenamiento funcional ideal para personas mayores de 60 años.
- Al finalizar cada clase se darán 10 minutos de bienestar en los cuales se indicará tips a los socios sobre temas de salud, nutrición y relajación para personas de la tercera edad.

Cuando el socio hace una suscripción a HEALTH & LIFE se le realizara una valoración inicial de las condiciones de salud y estado físico, se establecerán metas y objetivos, los cuales se volverán a evaluar al cabo de tres meses y si el usuario cumple a satisfacción las metas fijadas se entregarán estímulos de salud y relajación, esto se realizará de forma periódica con todas las personas inscritas al club.

El socio tiene opciones de clases que se modifican según el horario proporcionado por HEALTH & LIFE y de acuerdo con el programa de acondicionamiento físico entregado durante las valoraciones iniciales. Dentro de las clases grupales a elegir están:

- **Rapidez:** Es el entrenamiento del movimiento de una parte del cuerpo lo más rápido posible con un número de repeticiones en un tiempo determinado sin ningún tipo de carga, el objetivo es potencializar los tiempos de respuesta en un movimiento determinado sea simple o complejo para evitar rupturas parciales de fibras musculares o tendinosas.
- **Equilibrio:** Es la capacidad de manejar y mantener las diferentes posiciones corporales en movimiento o reposo. Este será realizado en actividades de desplazamientos del centro de gravedad, pelotas y cuerdas, se busca mejorar el control de la postura y manteniendo un equilibrio adecuado.
- **Propiocepción y coordinación:** Son las capacidades que ayudan en la seguridad y estabilidad de las articulaciones para realizar actividades físicas, deportivas y recreativas evitando lesiones de ligamentos, tendones y articulaciones. El objetivo es potencializar las secuencias motoras y la estabilidad en el movimiento en las actividades básicas cotidianas.
- **Reacción:** Es la capacidad de respuesta de forma inmediata y cambiar de posición corporal frente a un estímulo externo. Se realizará por medio de ejercicios ágiles, sincronizados frente a diversos movimientos corporales.
- **Fuerza:** Es la utilización de resistencia para lograr una contracción del musculo y aumentar su tamaño para dar soporte a los huesos y generar el movimiento articular. Este se realizará por medio del entrenamiento en las maquinas hidráulicas, el objetivo es mejorar las capacidades físicas, las posturas corporales y las actividades cotidianas.

- **Core:** Es la práctica del fortalecimiento y estabilidad o de los músculos, huesos y articulaciones del tronco para mejorar el centro de gravedad, la respiración, la postura y disminuir lesiones en esta área. Este se realizará por medio de ejercicios de cadenas musculares de forma mantenida. El objetivo es lograr una adecuada estabilización de cuerpo y aumentar la eficiencia en el movimiento.

- **Health & Life Plus:** Es un programa combinado de acondicionamiento físico en los cuales se hacen ejercicios funcionales de forma cíclica donde no se utilizan maquinas, su objetivo es potencializar la flexibilidad, la resistencia cardiovascular, respiratoria y resistencia.

6.5.1 Horario De Clases Grupales.

Tabla 22. Horario clases Grupales

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
6 - 7 am	Core	Rapidez	Equilibrio	Propiocepción y Coordinación	Rapidez	
7 - 8 am	Rapidez	Reacción	Reacción	Fuerza	Equilibrio	Core
8 - 9 am	Health &Life Plus	Fuerza	Rapidez	Core	Propiocepción y Coordinación	Rapidez
9 -10 am	Reacción	Propiocepción y Coordinación	Fuerza	Reacción	Fuerza	Health &Life Plus
10 -11 am	Fuerza	Health &Life Plus	Health &Life Plus	Equilibrio	Core	Reacción
11 - 12 m	Equilibrio	Core	Reacción	Rapidez	Health &Life Plus	Fuerza
12 - 1 pm						Equilibrio
3 -4 pm	Health &Life Plus	Equilibrio	Health &Life Plus	Fuerza	Reacción	
4 - 5pm	Propiocepción y Coordinación	Health &Life Plus	Core	Rapidez	Propiocepción y Coordinación	
5 -6 pm	Core	Reacción	Fuerza	Health &Life Plus	Equilibrio	
6 - 7 pm	Rapidez	Rapidez	Propiocepción y Coordinación	Core	Health &Life Plus	

Fuente: Propia

6.6 Desarrollo del programa de acondicionamiento.

Actualmente el acondicionamiento físico no se basa en levantamiento de cargas para desarrollar las fibras musculares en un individuo, sino que se trabaja a la persona en un entrenamiento de las actividades cotidianas para generar un ejercicio funcional.

La causa más común de las alteraciones musculoesqueléticas son las que se derivan de las fuerzas internas no controladas que desarrollan un estrés de las estructuras mecánicas del cuerpo, las más comunes son: una mala posición al agacharse, una tensión prolongada por posiciones mantenidas por largo tiempo, desequilibrios musculares por acciones repetitivas entre otras.

Normalmente estamos diseñados para ejecutar estos movimientos diariamente, el problema se presenta al no adaptar el cuerpo de forma adecuada a estas situaciones de la vida cotidiana. Una persona no entrenada y sedentaria no está preparada físicamente para realizar agaches sin presentar posibles lesiones por ejemplo una hernia discal al recoger un elemento del piso, debido a que sus estabilizadores corporales no poseen un adecuado ajuste neuromuscular para contraerse y relajarse en los tiempos adecuados, por otra parte el tono muscular de este tipo de personas se ve afectado ya que no es capaz de manejar adecuadamente las fuerzas internas siendo estas agresivas para huesos, articulaciones y músculos. Y estas características de descondicionamiento físico van en aumento en la población de personas mayores de 60 años de edad por estados patológicos o por el proceso normal de envejecimiento sumado al sedentarismo. Por tal motivo HEALTH & LIFE está creando rutinas para nuestros socios en las que se desarrollan mecanismos físicos y adaptativos para la estabilización del cuerpo en las actividades básicas cotidianas de las personas de la tercera edad.

El club de acondicionamiento HEALTH & LIFE busca un entrenamiento de tipo funcional donde se realizarán controles que permitan visualizar los avances y cambios de metas, se pretende

generar en los usuarios un cambio en la salud y el bienestar mediante rutinas programadas a las necesidades específicas de los socios.

Los usuarios contarán con una página web donde podrán agendar sus clases, terapias y procesos de relajación al igual podrán consultar los horarios de las clases grupales y dejar inquietudes o sugerencias.

6.7 Diferencia Del Servicio

El club deportivo HEALTH & LIFE tiene como características de diferencia: ser exclusivo para personas mayores de 60 años donde podrán realizar un entrenamiento funcional para el acondicionamiento físico, hacer procesos terapéuticos para el tratamiento de patologías físicas y cardiacas o crear actividades de relajación como complemento a la actividad física.

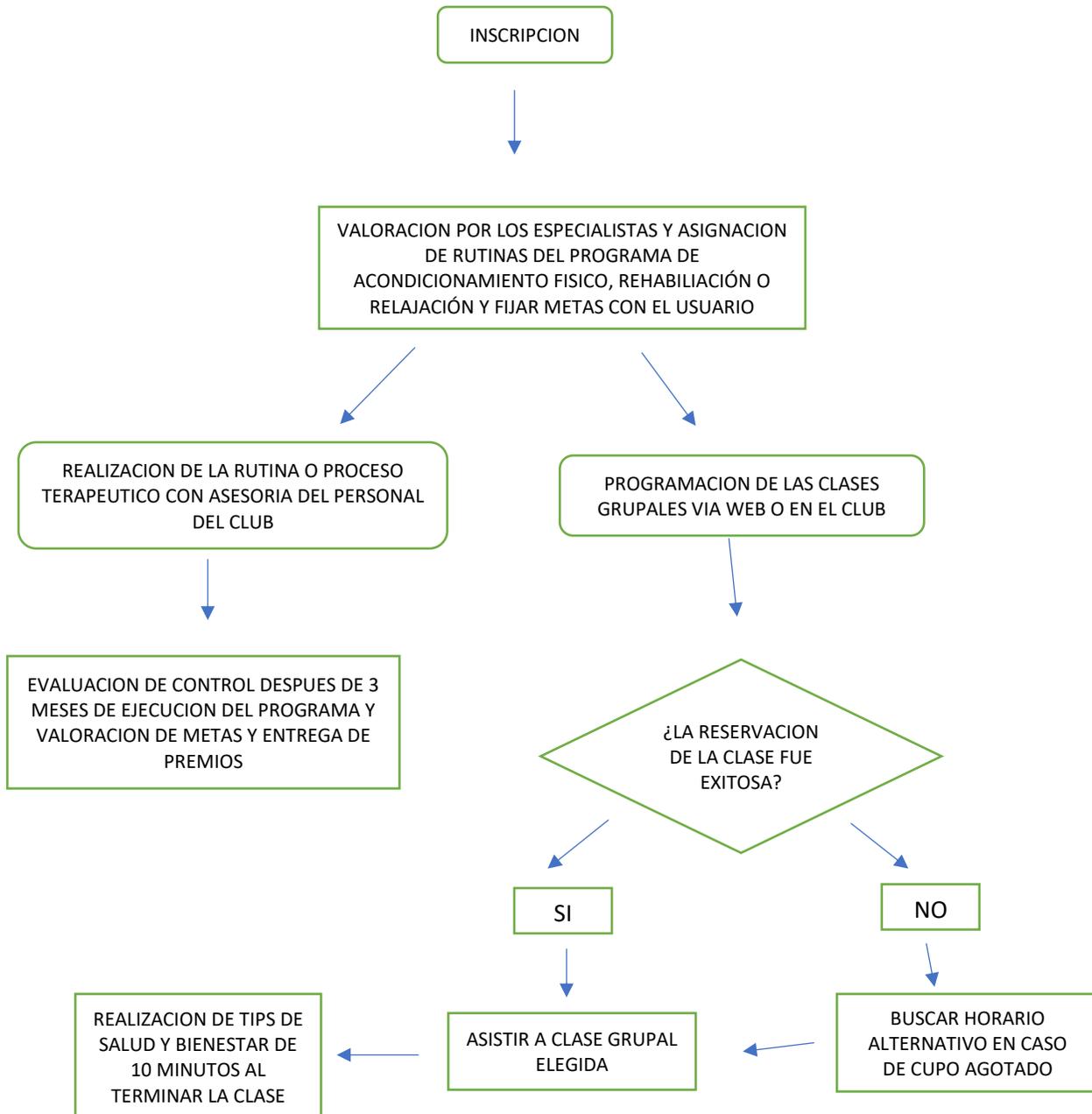
El usuario puede contar con una página web donde agende o consulte las clases, las citas de seguimiento y control, revisar tips de salud y bienestar y se tendrá un sistema de premios por el cumplimiento de metas cuando el socio después de una valoración trimestral cumpla a cabalidad sus metas.

6.8 Descripción Del Servicio

Una vez el socio se inscribe en HEALTH & LIFE puede programar su valoración con los diferentes especialistas y programar las clases grupales y realizar la rutina que se le entrega en el momento de la valoración, también puede hacer uso de todas las instalaciones y agendar citas para el proceso de rehabilitación física, cardíaca o de relajación según al programa que se halla inscrito. El usuario puede agendar las clases por la página web o hacerlo de forma presencia en las instalaciones del club deportivo, si la clase grupal tiene cupo podrá tomarla de lo contrario deberá revisar los horarios de disponibilidad para tomar alguna de las clases que se dictaran

diariamente. Las clases grupales tendrán una duración de una hora y se dictarán de lunes a sábados para ello se contará con 3 educadores físicos y 4 fisioterapeutas para guiar a los usuarios del club. Al finalizar cada clase se establecerán unos tips de 10 minutos de salud y bienestar. Que se encontraran también en la página web.

Figura 10. Flujograma de Operaciones y Procedimiento del Servicio



Fuente: Propia

6.9 Recursos

6.9.1 Recursos humanos. Estará conformado por personal idóneo con características especiales para la atención a las personas mayores de 60 años. El tipo de contrato estará dividido en 2 categorías según las funciones ya sea por término fijo a un año y por prestación de servicios

Tabla 23. Mano de Obra

MANO DE OBRA		
Cargo	Cantidad	Tipo de contrato
Gerente	1	Termino Fijo a 1 año
Recepcionista	1	Termino Fijo a 1 año
Servicios Generales	1	Termino Fijo a 1 año
Fisioterapeuta	4	Prestación de Servicios
Educadores Físicos	4	Prestación de Servicios
Medico Gerontólogo	1	Prestación de Servicios
Nutricionista	1	Prestación de Servicios
Contador	1	Prestación de Servicios
Total	13	

Fuente: Propia

6.9.2 Recursos físicos. La maquinaria y equipos locativos utilizados para cumplir con el servicio están sujetos al desarrollo de la actividad

Tabla 24. Maquinaria y Equipos

Maquinaria y equipos locativos	Cantidad
Rueda de brazo Doble	1
Dorsal ancho Doble	1
Double swing	1
caminador aéreo doble	1
prensa horizontal doble	1
escalador doble	1
remo sentado doble	1
estación de estiramiento	1
pectoral sentado	1
Trotador TP 850 Evolution	5

Elíptica Evo 8500 Evolution	5
Mancuerna De 1 LB HA 8011 Encauchetada Sport Fitness	8
Mancuerna De 2 LB HA 8011 Encauchetada Sport Fitness	8
Mini Gym Ball 25cm Sport Fitness	5
Cono De 9P Naranja CN2001 Sport Fitness	15
Banda Látex Con Sujetador Evolution	10
Superficie Inestable Fortalece T/Inferior Sport Fitness	10
Bola De Gimnasia De 55Cms	10
Pesas Tobilleras Sport Fitness	5
Cojín Inestable/Balanceo BL807CB Sport Fitness	5
Pesas Para Muñeca 2 Lb Weider	5
Escalera Agilidad Sport Fitness	1
Step Aerobicos SP1002 Sport Fitness	10
Corrientes rusas	1
Monitor analizador de grasa corporal digital	2
Ultrasonido 2 en 1	1
cavitación, radiofrecuencia y vacumterapia	1
kit de maderoterapia	1
Masajeador	1
Kit de Tensiómetro y fonendoscopio	1
bascula digital	2

Fuente: Propia

Tabla 25. Muebles y Enseres

Muebles y enseres	Cantidad
camilla portátil	2
Silla ergonómica	4
Escritorio	2
Archivador	1
Modulo recepción en formica	1
Silla sala de espera 4 puestos	1
Mesa medico estética de 3 niveles	1
Locker metálico * 12 puestos	2
Canecas vaivén plástico 10 Lt marca estra	7
Kit de oficina (cosedora, ganchos, perforadora y sacaganchos	1
Colchoneta Yoga Sport Fitness EM3016	10

Fuente: Propia

6.9.3 Recursos de insumos. Está formado por los insumos de las áreas operativas y administrativas, las cuales se utilizarán mensualmente.

Tabla 26. Insumos Área Administrativa

Insumos área administrativo	Cantidad
Resma tamaño carta	2
caja de lapiceros Bic *12	1
carpetas de cartón * 100 Und	1
ganchos legajadores paquete * 400 Und	1
Clip caja * 700	1
Tonner HP	1

Fuente: Propia

Tabla 27. Insumos Área Operativa

Insumos área operativa	Cantidad
Jabón líquido baño	1 galón
Gel para equipos terapéuticos	1 galón
Aceite para masajes	1 galón
Toallas de papel dispensador familia	4
papel higiénico * 24 rollos	1
Limpiador Bicloro 2 Litros - U	1
Limpiador De Pisos Sanpic Lavanda Inglesa x 2000 ml	1
Bolsas de basura * 6 Und	4

Fuente: Propia

7. Estudio Administrativo

7.1 Forma De Constitución

Dentro de los aspectos legales, se deben hacer diferentes trámites: Diligenciar el Registro Único Empresarial con sus anexos en los Centros de Atención Empresarial – C.A.E. –, en las sedes de la Cámara de Comercio de Bogotá. Requisitos:

- Consulta de Nombre en los Módulos de Auto consulta de los C.A.E. (si lo requiere)
- Dirección del Establecimiento (si va a tener establecimiento abierto al público).
- Consulta de uso del suelo para la apertura del establecimiento.
- Fotocopia de Cédula de Ciudadanía.
- Consulta de actividad económica. Código CIU.

7.2 Pago Derechos De Autor

Si en el establecimiento se van a ejecutar obras musicales, es necesario cancelar anualmente los Derechos de Autor. Esta gestión la puede realizar en SAYCO-ACINPRO, calle 28 No. 13^a-15 Piso 17 Teléfono 3418177.

7.3 Registro De Marcas

Si la empresa requiere registrar una marca para protegerla debidamente, el empresario debe dirigirse a la Superintendencia de Industria y Comercio. Carrera 13 No. 27-00, piso 5 y 10 y puede Consultar los requerimientos en los Módulos de Auto consulta de los C.A.E. Recuerde que la consulta de marcas existentes puede hacerla en los Módulos de Auto consulta de los CAE. Registro Nacional de Exportadores.

Tramitar la CARTA DE ESTUDIO DE NOMBRE COMERCIAL, ante la Cámara de Comercio, una vez obtenida la aprobación del nombre comercial debe otorgar la Escritura Pública correspondiente, la cual debe contener por lo menos:

- Nombre (razón social o denominación).

- Nombre de los socios, identificación, NACIONALIDAD
- Domicilio social, que debe ser el mismo del establecimiento de comercio.
- Término de duración. • Objeto de duración.
- Objeto social (descrito de manera clara y determinada).
- Capital social (valor total, número de cuotas o acciones, valor de cada una) y distribución

del mismo entre socios.

- Indicar la forma como se pagó el capital social.
- Facultades del representante legal.

7.4 Constitución legal de la Empresa

Constitución legal según el procedimiento.

- Solicitud del nombre o razón social ante la Cámara de Comercio.
- Presentación de formularios en la Cámara de Comercio, para obtener registro mercantil.
- Llenar formulario de Registro único tributario RUT, ante la DIAN, para solicitar NIT.
- Registrar libros contables ante la Cámara de Comercio.
- Solicitar Matrícula de Industria y Comercio.

Si la empresa va a funcionar con empleados a su cargo, es necesario:

- Inscribirse ante la Administración de Riesgos Laborales (Privada o ISS).
- Afiliar a los trabajadores al Sistema de Seguridad Social y de Pensiones ante las Entidades

Promotoras de Salud (EPS) y Fondo de Pensiones.

- Afiliar a los trabajadores a los Fondos de Cesantías.
- Inscribirse en una caja de Compensación Familiar.

- Elaborar reglamento de trabajo e inscribirlo en el Ministerio de Protección Social.
- Elaborar un sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo y el reglamento de

higiene y seguridad industrial para la empresa. Se puede asesorar a través de su ARL.

Con el fin de facilitar y favorecer el proceso de creación de empresas y apoyar de manera decidida y efectiva a los empresarios, las Cámaras de Comercio del país han dado inicio al proceso de Simplificación de Trámites. El Proceso de Creación y Constitución de Empresas se reduce a un único paso. Con un solo trámite el empresario puede dar inicio a sus actividades comerciales. El empresario podrá gestionar todas sus obligaciones y documentos en un solo lugar.

En la primera etapa, el proceso de simplificación de trámites se ha traducido en la creación de los CENTROS DE ATENCIÓN EMPRESARIAL – CAE – para que el empresario gestione todas sus obligaciones y documentos en un solo lugar. Con los Centros de Atención Empresarial, el empresario se ahorrará una serie de trámites aislados y dispendiosos, por un Proceso Unificado que facilitará de manera funcional la creación de empresas. En principio, los Centros de Atención Empresarial, operarán en las mismas sedes de las Cámaras de Comercio del país, ofreciendo a los empresarios beneficios tangibles tales como:

- Reducción del tiempo en el proceso de formalización de su empresa.
- Disminución de costos por servicios de intermediación en cada uno de los pasos para constitución y legalización de empresas.
- Se minimizan los riesgos de corrupción por el menor contacto con diferentes entidades y personas.

- Se reduce a un solo contacto la gestión para iniciar actividades mercantiles, mediante el trámite que hace el empresario en la Cámara de Comercio.

7.5 Distinción De Marca

Health & Life será un club de acondicionamiento físico pensado en el bienestar y disminución de las patologías osteomusculares, mejorando las capacidades osteocinemáticas de las personas mayores de 60 años

7.6 Direccionamiento Estratégico

7.6.1 Misión. Generar conciencia por el bienestar y la salud creando estilos de vida óptimos en las personas mayores de 60 años, a través de las actividades realizadas en Health & Life, contando con las mejores instalaciones y equipo humano especializado.

7.6.2 Visión. Para el 2027 ser una empresa líder en el acondicionamiento físico y rehabilitación, reconocida en Colombia por la creación de bienestar, disminuyendo las enfermedades osteomusculares en las personas de la tercera edad, contribuyendo al desarrollo del país y de nuestros colaboradores, tanto por la generación de empleo como por la responsabilidad social

7.6.3 Principios y valores

- Bienestar: Promover la importancia de estar saludable para alcanzar un estado de plenitud física y mental.

- Responsabilidad: Actuar en lo que corresponda, haciendo todo aquello que contribuya al logro de los objetivos de la empresa.
- Confianza: Brindar esperanza y seguridad a nuestros clientes y colaboradores, basándonos en el profesionalismo de la empresa.
- Disciplina: Fomentar la conciencia del compromiso diario para alcanzar un estado óptimo de salud.
- Respeto: a nuestros clientes, los colaboradores, al trabajo y el medio ambiente
- Servicio: Proveer de gran nivel de habilidad, ingenio y experiencia, en lo que hacemos.
- Ética: valor traducido en la ideología de la organización y que se constituye en el principio de desarrollo y desempeño que la empresa elabora con el fin de clarificar las relaciones, orientar el trabajo profesional, integrar a las personas y regular la conducta de quienes trabajan en Health & Life
- Lealtad: tener sentido de pertenencia que permita obrar de manera digna tanto con los compañeros como con los socios.

7.6.4 Objetivos organizacionales.

- Lograr la mayor participación de Health & Life que permita un gran posicionamiento en el mercado.
- Proporcionar a las personas de la tercera edad un sitio exclusivo de acondicionamiento y rehabilitación física, brindando confianza, mejoramiento en salud y fortalecimiento de los músculos, para que el cliente obtenga la satisfacción de sentirse bien.

- Ofrecer servicios de excelente calidad mediante la aplicación de métodos y técnicas que se anticipen y respondan a las necesidades de los socios.

- Asegurar la permanencia del club deportivo y la estabilidad laboral de los colaboradores.

7.6.5 Políticas de la organización.

7.6.5.1 Políticas de Personal.

- **Selección:** La selección de personal se realizará mediante un aviso en el periódico el cual estará direccionado a enviar sus hojas de vida a una bolsa de empleo “PSICOLOGOS” quienes seleccionarán al personal de acuerdo a unos parámetros como el perfil del cargo, competencia de personal, política de la empresa, los cuales están previamente estudiados por la gerencia del gimnasio. Dadas las características del club es necesario que el talento humano tenga habilidades y destrezas especiales, servicio al cliente, experiencia, ética, idoneidad y conocimiento para brindar la confianza al cliente.

- **Contratación:** En cuanto a la contratación se realizarán contratos laborales con prestaciones de ley, inicialmente como política de la empresa se realizarán contratos a término indefinido, de esta manera el personal se sentirá comprometido con la empresa para brindarle de esta manera estabilidad laboral. También se realizarán contrataciones por prestación de servicios al médico general, a la nutricionista, a los fisioterapeutas y los educadores físicos quienes estarán en el gimnasio en diferentes horarios.

- **Dotación:** La dotación se entregará al personal cada 4 meses como lo estipula la ley 3 veces al año el 30 de abril, el 30 de agosto y el 20 de diciembre, cumpliendo de esta manera con las normas de higiene y seguridad industrial, establecido para este tipo de servicio, como son

relacionados con el área de la salud física preferiblemente su uniforme será zapatos cómodos deportivos, camisetas de algodón. Los trabajadores deben utilizar su dotación en el sitio de trabajo si alguno la llegare a botar o extraviar tendrá que reponerla o se le descontará de nómina y se le entregará otra dotación.

7.6.5.2 Políticas de Compras.

- **Selección de Proveedores:** El club de acondicionamiento físico HEALTH AND LIFE buscará alternativas y opciones de compra con diferentes proveedores nacionales e internacionales que brinden tanto calidad como buen precio eligiendo lo que más beneficie al establecimiento, se realizará una selección del proveedores y se buscará la forma de realizar concesiones especiales, con marcas reconocidas, a su vez las políticas de pago, se realizaran haciendo un análisis de descuentos por pronto pago y se manejará el pago a crédito a 30 días y 45 días estipulando fechas de pago y horarios.

En cuanto a la maquinaria, equipos, muebles y enseres se solicitarán cotizaciones a diferentes proveedores nacionales y extranjeros para analizar y evaluar las mejores condiciones de venta, garantías precios y servicios de post-venta para escoger la mejor opción, así mismo se cotizará la adecuación del gimnasio en su diseño y estructura, para que quede un ambiente agradable, y acogedor para los clientes.

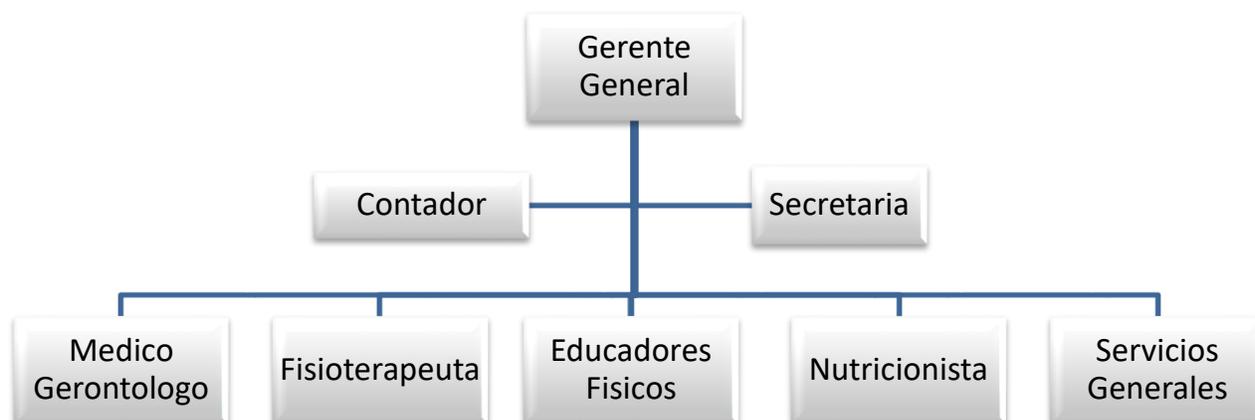
7.6.5.3 Políticas de Ventas. El club de acondicionamiento físico HEALTH AND LIFE iniciará con una campaña de publicidad agresiva en medios masivos como periódicos, radio y por medio de volantes, de igual manera ofrecerá sus servicios a empresas y especialmente con las Empresas Promotoras de Salud, donde se maneje el programa de Promoción y Prevención, enfatizado en riesgo cardiovascular y enfermedades por envejecimiento. El gimnasio venderá sus servicios pago anticipado a sus clientes en efectivo, con cheque o con tarjeta débito o crédito; y si existe convenio con alguna empresa o institución se podrán flexibilizar los cobros a las mismas.

7.6.6 Estructura organizacional

7.6.6.1 Organigrama de Health & Life. Se caracteriza por tener un estilo administrativo participativo, con un intenso trabajo en equipo entre las áreas, con una cultura y ambiente apropiado para el trabajo, haciendo que cada uno de los integrantes se sienta identificado y conozca el valor que agrega su trabajo al desarrollo y crecimiento de la empresa.

El organigrama está diseñado en 3 niveles, el primer nivel compuesto por el gerente general dispuesto a manejar todos los recursos de la empresa, el segundo nivel compuesto por el asesoramiento del contador y la secretaria, y el tercer nivel por el médico gerontólogo, fisioterapeutas, educadores físicos, nutricionista y servicios generales.

Figura 11. Organigrama Health & Life



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

Tabla 28. Manual de Responsabilidad y Autoridad del Gerente

	MANUAL DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Gerente
SECCIÓN:	Administrativa
CARGOS QUE LE REPORTAN:	Todos los Cargos
OBJETIVO Y AUTORIDAD	
OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO:	Definir el direccionamiento estratégico de la organización; supervisar el adecuado funcionamiento de los procesos existentes con el fin de alcanzar los resultados esperados; representar a Health & Life ante las diferentes personas/entidades externas y garantizar el cumplimiento de las disposiciones legales en la organización.

AUTORIDAD EJERCIDA POR EL CARGO:	El cargo tiene autoridad para tomar decisiones con autonomía en todos los procesos y/o actividades de la organización.	
PERFIL DEL COMPETENCIA	Gerente	
EDUCACIÓN:	Profesional titulado en carreras administrativas o ingenierías	
EXPERIENCIA:	3 años en áreas afines.	
FORMACIÓN:	Especialización o Maestría en curso en el área administrativa.	
Habilidades		
Generales, Aplica a Todos los Integrantes de la Organización	Específicas para el cargo	
Compromiso y responsabilidad Integridad Productividad Respeto Trabajo en equipo	Liderazgo Ejecutivo Pensamiento Estratégico Capacidad de Planificación y Organización Impacto y negociación Orientación a los Resultados Pensamiento Analítico Profundidad en el Conocimiento del servicio Prudencia en el Manejo de la Información Toma de Decisiones	
FUNCIONES:	Gerente	
<ul style="list-style-type: none"> • Manejo de personal, supervisar, orientar, delegar, dirigir y evaluar las actividades del personal. • Responsable del sistema de calidad y su evaluación • Mantener la visión futura de la empresa. • Administrar eficientemente los recursos humanos, técnicos y financieros de la empresa; buscando siempre la rentabilidad y eficacia de la misma. • Seleccionar al personal y fijar la remuneración de acuerdo al cargo. • Manejar las relaciones públicas de la empresa con clientes y proveedores • Buscar estrategias de satisfacción de los clientes para lograr una mayor penetración en el mercado. • Mantener en orden los documentos de funcionamiento de la empresa. • Mantener informados a los socios sobre el normal funcionamiento de la empresa. • Controlar el manejo de dinero y su acertada inversión del mismo. • Llevar a cabo el proceso de inducción y capacitación al personal operativo y administrativo de la empresa. 		

Fuente: Propia

Tabla 29. Manual de Responsabilidad y Autoridad del Contador

		MANUAL DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO			
NOMBRE DEL CARGO:		Contador	
SECCIÓN:		Administrativa	
CARGOS QUE LE REPORTAN:		Ninguno	
OBJETIVO Y AUTORIDAD			
OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO:		Planificar, organizar, controlar y dirigir las actividades relacionadas con el área contable garantizando que se cumplan los principios de contabilidad generalmente aceptados y las políticas establecidas por la organización, con el fin de generar estados financieros fiables y oportunos e información veraz para los entes de control y/o usuarios externos.	
AUTORIDAD EJERCIDA POR EL CARGO:		El cargo tiene autoridad para: revisar y ajustar información financiera y contable; coordinar las labores y las actividades de toda el área contable y realizar autónomamente sus labores siempre que sus decisiones no sean contrarias a los lineamientos establecidos por sus superiores y por la organización en general.	
PERFIL DEL COMPETENCIA		Contador	
EDUCACIÓN:		Profesional titulado en contaduría	
EXPERIENCIA:		4 años de experiencia en cargos similares.	
FORMACIÓN:		Actualización en normatividad contable	
Habilidades			
Generales, Aplica a Todos los Integrantes de la Organización		Específicas para el cargo	
Compromiso y responsabilidad Integridad Productividad Respeto Trabajo en equipo		Capacidad de Planificación y Organización Iniciativa Orientación a los Resultados Pensamiento Analítico Preocupación por el Orden y la Claridad Prudencia en el Manejo de la Información Toma de Decisiones	
FUNCIONES:		Contador	

- Brindar asesoría telefónica y personal a las personas de la organización que lo requieran
- Revisar las cuentas de balance y los registros contables
- Elaborar los informes que requiera la Gerencia
- Calcular y digitar la depreciación de los activos fijos y el deterioro o la pérdida de valor de las cuentas por cobrar y de los inventarios.
- Preparar la declaración de renta, del CREE y del impuesto de industria y comercio
- Elaborar los formularios de las declaraciones tributarias que se realizan en la organización y contabilizarlas de forma oportuna y correcta.
- Reportarle al revisor fiscal las declaraciones tributarias a las que haya lugar para que este proceda con la revisión y correspondiente firma.
- Realizar ajustes contables en cierre de mes bajo NIIF.
- Preparar y/o revisar los informes de ingresos y gastos mensuales. Presentárselos oportunamente a las personas correspondientes.
- Revisar y/o preparar trimestralmente los estados financieros.
- Realizar visitas a la DIAN, a la cámara de comercio o a la alcaldía para solicitar aclaración de dudas o inquietudes cuando se requiera. Atender las visitas de dichas entidades cuando sea pertinente.
- Revisar y/o preparar las respuestas a los requerimientos de información de la DIAN, de las alcaldías, del DANE, de la UGPP o de otros entes de control.
- Renovar la matrícula mercantil de la persona jurídica y de los establecimientos comerciales.
- Brindar acompañamiento en la parte financiera para la renovación del registro de proponentes de la organización.
- Realizar el cierre contable anualmente.
- Imprimir los libros oficiales.
- Mantener un constante interés por obtener formación en temas relacionados con su cargo.
- Cumplir con las indicaciones de sus superiores que estén relacionadas con sus actividades o con otras labores que la organización requiera siempre que no degraden su dignidad.
- Cumplir con los requisitos del sistema de gestión en la organización (formatos, procedimientos, instructivos, manuales, etc.) y hacer aportes continuamente para la mejora del mismo.

Fuente: Propia

Tabla 30. Manual de Responsabilidad y Autoridad de la Secretaria

	MANUAL DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Secretaria
SECCIÓN:	Administrativa
CARGOS QUE LE REPORTAN:	Ninguno

OBJETIVO Y AUTORIDAD	
OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO:	Prestar apoyo en la recepción, canalización, registro, despacho y transcripción de documentos, informes, memorando y otros. A fin de lograr el cumplimiento de las funciones específicas del cargo
AUTORIDAD EJERCIDA POR EL CARGO:	El cargo tiene autoridad para realizar los pagos de menores cuantías y gestionar cada una de sus actividades siempre que sus decisiones no sean contrarias a los lineamientos dados por la organización.
PERFIL DEL COMPETENCIA	Secretaria
EDUCACIÓN:	Técnico graduado en contabilidad, administración de empresas o afines. Tecnólogo en curso en contabilidad, administración de empresas o afines.
EXPERIENCIA:	2 años en cargos similares
FORMACIÓN:	Conocimientos sobre normas y disposiciones internas vigentes, contabilidad básica y relaciones humanas y públicas
Habilidades	
Generales, Aplica a Todos los Integrantes de la Organización	Específicas para el cargo
Compromiso y responsabilidad Integridad Productividad Respeto Trabajo en equipo	Capacidad de Planificación y Organización Comunicación Asertiva Orientación a los Resultados Preocupación por el Orden y la Claridad Tolerancia a la Presión
FUNCIONES:	Secretaria
<ul style="list-style-type: none"> • Atender al público personalmente o por teléfono y dar información requerida y posteriormente informar al gerente. • Realizar informes, notas, memorandos, circulares, cartas y otros procesados por la empresa. • Recibir, registrar y despachar los documentos y correspondencia interna y externa. • Realizar el recaudo de efectivo de la caja general, ingresarlo a la caja fuerte y disponer del mismo para realizar los pagos que se encuentren debidamente autorizados (obligaciones bancarias, servicios públicos, etc.) • Tramitar los requerimientos de los colaboradores (cartas laborales, retiros de cesantías, reporte de accidentes, solicitud de vacaciones, incapacidades, etc.). • Realizar los pedidos de papelería que se requieren y apoyar en la distribución y el control de los mismos. • Tramitar y diligenciar formatos e información financiera para bancos y entidades de control. • Programar las reuniones que requiera la dirección administrativa con el personal y liderar la logística que esto conlleve. • Apoyar al gerente en todas las labores comerciales y administrativas que requiera • Mantener un constante interés por obtener formación en temas relacionados con su cargo. • Cumplir con las indicaciones de sus superiores que estén relacionadas con sus actividades o con otras labores que la organización requiera siempre que no degraden su dignidad. 	

- Cumplir con los requisitos del sistema de gestión en la organización (formatos, procedimientos, instructivos, manuales, etc.) y hacer aportes continuamente para la mejora del mismo.

Fuente: Propia

Tabla 31. Manual de Responsabilidad y Autoridad del Medico Gerontólogo

	MANUAL DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES	
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO		
NOMBRE DEL CARGO:	Medico Gerontólogo	
SECCIÓN:	Operativo	
CARGOS QUE LE REPORTAN:	Ninguno	
OBJETIVO Y AUTORIDAD		
OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO:	Realizar el examen de valoración médica para el examen de los clientes y su respectivo control periódico, además de ocuparse estrictamente de aspectos de promoción de salud	
AUTORIDAD EJERCIDA POR EL CARGO:	El cargo tiene autoridad para tomar decisiones con autonomía siempre que sus decisiones no sean contrarias a los lineamientos dados por la organización.	
PERFIL DEL COMPETENCIA		
MEDICO GERONTÓLOGO		
EDUCACIÓN:	Médico general	
EXPERIENCIA:	2 años en cargos similares	
FORMACIÓN:	Especialización en gerontología	
Habilidades		
Generales, Aplica a Todos los Integrantes de la Organización	Específicas para el cargo	
Compromiso y responsabilidad Integridad Productividad Respeto Trabajo en equipo	Ética profesional Respeto Tolerancia Flexibilidad Empatía Calidez Gentileza.	

FUNCIONES:	Medico Gerontólogo
<ul style="list-style-type: none"> • Establecer una relación médico-paciente de confianza mutua. • Llevar a cabo una Valoración Integral mediante un interrogatorio ordenado, concreto, completo congruente con el padecimiento, realizar una exploración física completa, metódica, precisa y congruente con los problemas del paciente. • Hacer control y evaluación periódica de los clientes • Presentar un informe mensual de su actividad al Gerente • Dar sugerencias para la optimización del servicio • Integrar en forma oportuna y jerárquicamente ordenada, los diferentes problemas médicos existentes en un paciente y planear correctamente un programa de prevención, estudio, tratamiento y seguimiento, inclusive en casos de urgencia. • Las demás funciones inherentes al cargo que le sean asignadas por el Gerente 	

Fuente: Propia

Tabla 32. Manual de Responsabilidad y Autoridad del Fisioterapeuta

	MANUAL DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Fisioterapeuta
SECCIÓN:	Operativo
CARGOS QUE LE REPORTAN:	Ninguno
OBJETIVO Y AUTORIDAD	
OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO:	Valoración del estado físico de cada uno de los clientes, examen muscular y articular. Guiar los procesos terapéuticos de los usuarios
AUTORIDAD EJERCIDA POR EL CARGO:	El cargo tiene autoridad para tomar decisiones con autonomía siempre que sus decisiones no sean contrarias a los lineamientos dados por la organización y el Medico Gerontólogo
PERFIL DEL COMPETENCIA	Fisioterapeuta
EDUCACIÓN:	Fisioterapeuta
EXPERIENCIA:	2 años en cargos similares
FORMACIÓN:	Especialista en deporte
Habilidades	

Generales, Aplica a Todos los Integrantes de la Organización		Específicas para el cargo
Compromiso y responsabilidad Integridad Productividad Respeto Trabajo en equipo		Ética profesional Respeto Tolerancia Flexibilidad Empatía Calidez Gentileza.
FUNCIONES:	Fisioterapeuta	
<ul style="list-style-type: none"> • Elaborar planes de actividad física dependiendo del estado físico de cada uno de los clientes. • Dar recomendaciones al cliente y a su familia si es el caso. • Realizar procesos terapéuticos a los clientes. • Realizar historias clínicas y evoluciones de cada uno de los usuarios. • Presentar informe mensual de sus actividades al Gerente. • Las demás funciones inherentes al cargo que le sean asignadas por el Gerente 		

Fuente: Propia

Tabla 33. Manual de Responsabilidad y Autoridad del Educador Físico

	MANUAL DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Educador físico
SECCIÓN:	Operativo
CARGOS QUE LE REPORTAN:	Ninguno
OBJETIVO Y AUTORIDAD	
OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO:	Guiar a las personas mayores de 60 años, iniciando el proceso de ejercicio requerido por cada cliente
AUTORIDAD EJERCIDA POR EL CARGO:	El cargo tiene autoridad para tomar decisiones con autonomía siempre que sus decisiones no sean contrarias a los lineamientos dados por la organización
PERFIL DEL COMPETENCIA	Educador Físico
EDUCACIÓN:	Licenciado en educación física
EXPERIENCIA:	2 años en cargos similares
FORMACIÓN:	N/A

Habilidades	
Generales, Aplica a Todos los Integrantes de la Organización	Específicas para el cargo
Compromiso y responsabilidad Integridad Productividad Respeto Trabajo en equipo	Ética profesional Respeto Tolerancia Empatía Calidez Gentileza.
FUNCIONES:	Educador Físico
<ul style="list-style-type: none"> • Observar, corregir y ayudar a los clientes en las ejecuciones de las rutinas especializadas. • Dirigir las actividades físicas del club deportivo de acuerdo a cada una de las zonas especializadas para cada cliente. • Elaborar rutinas de los ejercicios especializados. • Velar por el buen uso y mantenimiento de los equipos • Mantener una relación estrictamente profesional con los clientes. 	

Fuente: Propia

Tabla 34. Manual de Responsabilidad y Autoridad del Nutricionista

	MANUAL DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Nutricionista
SECCIÓN:	Operativo
CARGOS QUE LE REPORTAN:	Ninguno
OBJETIVO Y AUTORIDAD	
OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO:	
AUTORIDAD EJERCIDA POR EL CARGO:	El cargo tiene autoridad para tomar decisiones con autonomía siempre que sus decisiones no sean contrarias a los lineamientos dados por la organización
PERFIL DEL COMPETENCIA	Nutricionista

EDUCACIÓN:	Profesional en Nutrición	
EXPERIENCIA:	2 años en cargos similares	
FORMACIÓN:		
Habilidades		
Generales, Aplica a Todos los Integrantes de la Organización	Específicas para el cargo	
Compromiso y responsabilidad Integridad Productividad Respeto Trabajo en equipo	Ética profesional Respeto Tolerancia Empatía Calidez Gentileza.	
FUNCIONES:	Nutricionista	

Fuente: Propia

Tabla 35. Manual de Responsabilidad y Autoridad de Servicios Generales

	MANUAL DE RESPONSABILIDADES Y AUTORIDADES
IDENTIFICACIÓN DEL CARGO	
NOMBRE DEL CARGO:	Servicios Generales
SECCIÓN:	Operativo
CARGOS QUE LE REPORTAN:	Ninguno
OBJETIVO Y AUTORIDAD	
OBJETIVO PRINCIPAL DEL CARGO:	Realizar las labores de limpieza con el fin de mantener las instalaciones en óptimas condiciones. Atender las labores de cafetería para brindar a los integrantes de la organización comodidad durante su jornada de trabajo.
AUTORIDAD EJERCIDA POR EL CARGO:	El cargo tiene autoridad para dar uso a los implementos de aseo y cafetería según lo considere conveniente.
PERFIL DEL COMPETENCIA	Servicios Generales

EDUCACIÓN:	Educación básica primaria - Bachiller	 <small>Corporación Universitaria Minuto de Dios</small> <small>Educación de calidad al alcance de todos</small>
EXPERIENCIA:	Mínimo 6 meses en cargos similares	
FORMACIÓN:	Ninguno	
Habilidades		
Generales, Aplica a Todos los Integrantes de la Organización		Específicas para el cargo
Compromiso y responsabilidad Integridad Productividad Respeto Trabajo en equipo		Comunicación Asertiva Preocupación por el Orden y la Claridad
FUNCIONES:	Servicios Generales	
<ul style="list-style-type: none"> • Asear y vigilar que las instalaciones de la empresa se mantengan en perfectas condiciones de orden y limpieza. • Preparar y/o servir los alimentos requeridos (agua, café, etc.). • Asegurar que los implementos de aseo y cafetería estén disponibles en el momento en el que se requiera de acuerdo a las indicaciones impartidas por la dirección administrativa. • Apoyar a la dirección administrativa en la preparación de las instalaciones cuando se reciben visitas especiales o se programan jornadas de capacitación o reuniones. • Realizar el listado de los requerimientos de insumos de aseo y cafetería, realizar cotizaciones cuando sea necesario, solicitar autorización para hacer el pedido o entregar la información para que la persona definida por la dirección administrativa lo realice, recibir los insumos, organizarlos y mantenerlos controlados. • Informar a la dirección administrativa cuando las instalaciones requieran mantenimiento o reparaciones. • Ofrecer un excelente servicio al cliente interno y externo en todo momento. • Mantener un constante interés por obtener formación en temas relacionados con su cargo. • Cumplir con las indicaciones de sus superiores que estén relacionadas con sus actividades o con otras labores que la organización requiera siempre que no degraden su dignidad. • Cumplir con los requisitos del sistema de gestión en la organización (formatos, procedimientos, instructivos, manuales, etc.) y hacer aportes continuamente para la mejora del mismo. 		

Fuente: Propia

7.7 Asignación salarial.

Para realizar la asignación salarial se debe tener en cuenta los profesionales que son requeridos en otros clubes deportivos o gimnasios con características parecidas a Health and Life, entre ellos se contara con: medico gerontólogo, nutricionista, fisioterapeuta, educador físico, secretaria, contador, gerente y servicios generales. A continuación se presentara la tabla de asignación salarial.

Tabla 36. Asignación Salarial

Mano de Obra					
Cargo	Cantidad	Tipo de contrato	Salario Mensual	Aportes y prestaciones	Salario Total Mensual
Gerente	1	Termino Fijo a 1 año	\$ 1.200.000	\$ 1.800.000	\$ 1.800.000
Recepcionista	1	Termino Fijo a 1 año	\$ 737.717	\$ 1.106.576	\$ 1.106.576
Servicios Generales	1	Termino Fijo a 1 año	\$ 737.717	\$ 1.106.576	\$ 1.106.576
Fisioterapeuta	4	Prestación de servicios	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 4.000.000
Educadores Físicos	4	Prestación de servicios	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000	\$ 4.000.000
Medico Gerontólogo	1	Prestación de servicios	\$ 600.000	\$ 600.000	\$ 600.000
Nutricionista	1	Prestación de servicios	\$ 500.000	\$ 500.000	\$ 500.000
Contador	1	Prestación de servicios	\$ 300.000	\$ 300.000	\$ 300.000
Total	13		\$ 6.075.434	\$ 7.413.151	\$ 13.413.151

Fuente: Propia

8. Estudio Financiero

8.1 Inversiones

8.1.1 Inversión Inicial.

8.1.1.1 Terreno. En el caso de HEALTH & LIFE, no se va adquirir un bien raíz sino que se va a tomar en arriendo de una casa., por lo tanto, no hay inversión fija en terreno.

8.1.1.2 Maquinaria y Equipo. El costo de la maquinaria es equivalente al costo total de la maquinaria necesaria para suministrar de manera precisa el servicio ofrecido y de acuerdo al estudio técnico es de \$ 94.025.640

Tabla 37. Maquinaria y Equipo

Maquinaria y equipos locativos	cantidad	precio Unitario	Precio Total	IVA 19%	TOTAL	Proveedor
Rueda de brazo Doble	1	\$ 4.489.000	\$ 4.489.000	\$ 852.910	\$ 5.341.910	
Dorsal ancho Doble	1	\$ 6.989.000	\$ 6.989.000	\$ 1.327.910	\$ 8.316.910	
Double swing	1	\$ 4.989.000	\$ 4.989.000	\$ 947.910	\$ 5.936.910	
caminador aereo doble	1	\$ 7.989.000	\$ 7.989.000	\$ 1.517.910	\$ 9.506.910	
prensa horizontal doble	1	\$ 4.989.000	\$ 4.989.000	\$ 947.910	\$ 5.936.910	
escalador doble	1	\$ 6.989.000	\$ 6.989.000	\$ 1.327.910	\$ 8.316.910	
remo sentado doble	1	\$ 4.989.000	\$ 4.989.000	\$ 947.910	\$ 5.936.910	
estación de estiramiento	1	\$ 4.489.000	\$ 4.489.000	\$ 852.910	\$ 5.341.910	
pectoral sentado	1	\$ 6.989.000	\$ 6.989.000	\$ 1.327.910	\$ 8.316.910	
Trotador tp 850 Evolution	5	\$ 1.889.000	\$ 9.445.000	IVA incluido	\$ 9.445.000	
Elíptica Evo 8500 Evolution	5	\$ 1.945.650	\$ 9.728.250	IVA incluido	\$ 9.728.250	
Reclumant Magnética Programable 8601RP Sport Fitness	5	\$ 879.000	\$ 4.395.000	IVA incluido	\$ 4.395.000	Atletic Bodyshop
Mancuerna De 1 LB HA 8011 Encauchetada Sport Fitn	8	\$ 3.000	\$ 24.000		\$ 24.000	
Mancuerna De 2 LB HA 8011 Encauchetada Sport Fitn	8	\$ 5.700	\$ 45.600		\$ 45.600	
Mini Gym Ball 25cm Sport Fitness	5	\$ 5.900	\$ 29.500		\$ 29.500	
Cono De 9P Naranja CN2001 Sport Fitness	15	\$ 4.900	\$ 73.500		\$ 73.500	
Banda Latex Con Sujetador Evolution	10	\$ 20.900	\$ 209.000		\$ 209.000	
Superficie Inestable Fortalece T/Inferior Sport Fitne	10	\$ 25.900	\$ 259.000		\$ 259.000	
Bola De Gimnasia De 55Cms	10	\$ 27.900	\$ 279.000		\$ 279.000	
Pesas Tobilleras Sport Fitness	5	\$ 31.900	\$ 159.500		\$ 159.500	
Cojín Inestable/Balanceo BL807CB Sport Fitness	5	\$ 34.900	\$ 174.500		\$ 174.500	
Pesas Para Muñeca 2Lbs Weider	5	\$ 49.900	\$ 249.500		\$ 249.500	
Escalera Agilidad Sport Fitness	1	\$ 74.900	\$ 74.900		\$ 74.900	
Step Aerobicos SP1002 Sport Fitness	10	\$ 77.900	\$ 779.000		\$ 779.000	
Corrientes rusas	1	\$ 1.950.000	\$ 1.950.000		\$ 1.950.000	Anasela
Monitor analizador de grasa corporal digital	2	\$ 99.900	\$ 199.800		\$ 199.800	
Ultrasonido 2 en 1	1	\$ 750.000	\$ 750.000		\$ 750.000	
cavitación, radiofrecuencia y vacumterapia	1	\$ 1.959.900	\$ 1.959.900		\$ 1.959.900	
kit de maderoterapia	1	\$ 99.900	\$ 99.900		\$ 99.900	Maderoterapia colombia
masajeador	1	\$ 52.900	\$ 52.900		\$ 52.900	Homecentry
Kit de Tensiometro y fonendoscopio	1	\$ 63.900	\$ 63.900		\$ 63.900	locatel
bascula digital	2	\$ 35.900	\$ 71.800		\$ 71.800	Locatel
TOTAL					\$ 94.025.640	

8.1.1.3 Muebles y Enseres. Hace referencia a los muebles que se requieren para equipar la oficina y poner en marcha el proyecto en la parte administrativa, de igual manera según el estudio técnico la inversión asciende a \$6.448.777

Tabla 38. Muebles y Enseres

Muebles y enseres	cantidad	precio Unitario	Precio Total	TOTAL
camilla portátil	2	\$ 250.000	\$ 500.000,0	\$ 500.000
Silla ergonómica	4	\$ 238.900	\$ 955.600,0	\$ 955.600
Escritorio	2	\$ 229.900	\$ 459.800,0	\$ 459.800
Archivador	1	\$ 100.777	\$ 100.777,0	\$ 100.777
Modulo recepción en formica	1	\$ 2.100.000	\$ 2.100.000,0	\$ 2.100.000
Silla sala de espera 4 puestos	1	\$ 293.000	\$ 293.000,0	\$ 293.000
Mesa medico estética de 3 niveles	1	\$ 320.000	\$ 320.000,0	\$ 320.000
Locker metálico * 12 puestos	2	\$ 629.900	\$ 1.259.800,0	\$ 1.259.800
Canecas vaivén plástico 10 Lt marca estra	7	\$ 20.900	\$ 146.300,0	\$ 146.300
Kit de oficina (cosedora, ganchos, perforadora y sacaganchos	1	\$ 24.500	\$ 24.500,0	\$ 24.500
Colchoneta Yoga Sport Fitness EM3016	10	\$ 28.900	\$ 289.000,0	\$ 289.000
TOTAL				\$ 6.448.777

Fuente: Propia

8.1.1.4 Equipo de Oficina. El equipo de oficina se define como la inversión total de los equipos de tipo electrónico, mobiliario y mecánico con que cuenta la oficina en la parte administrativa y asciende para este caso a \$ 2.880.669.

Tabla 39. Equipos de Oficina

Equipos de oficina	cantidad	precio Unitario	Precio Total
Computador todo en 1 HP	2	\$ 729.990	\$ 1.459.980
Impresora multifuncional HP	1	\$ 189.900	\$ 189.900
Teléfonos alámbrico Alcatel	1	\$ 54.900	\$ 54.900
Calculadora de mesa Casio	1	\$ 57.300	\$ 57.300
Parlante reproducción USB	1	\$ 333.700	\$ 333.700
Televisor Smart tv	1	\$ 784.889	\$ 784.889
TOTAL			\$ 2.880.669

Fuente: Propia

8.1.1.5 Herramientas. Comprenden los accesorios de trabajo que son necesarios para el buen funcionamiento del establecimiento y ascienden a \$549.870

Tabla 40. Herramientas

Herramientas	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Botiquín	1	\$ 60.000	\$ 60.000
Extintor Multipropósito 10 Lb Con soporte y señal	2	\$ 38.000	\$ 76.000
implementos de aseo (traperos, escoja , recogedor, balde con escurridor, Letrero)	1	\$ 99.710	\$ 99.710
Dispensador de jabón líquido	4	\$ 19.140	\$ 76.560
Dispensador de toallas de papel	4	\$ 59.400	\$ 237.600
TOTAL			\$ 549.870

Fuente: Propia

8.1.1.6 Adecuación. El local que se arrienda para el gimnasio se adecua para las instalaciones y en ello se tiene que adecuar diferentes partes de la casa. El costo de la adecuación es de \$10.515.945.

Tabla 41. Adecuaciones

Adecuaciones	cantidad	precio Unitario	Precio Total
Pisos en caucho para gimnasio	250	\$ 30.000	\$ 7.500.000
Espejos		\$ 2.015.945	\$ 2.015.945
Adecuación de Secciones		\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
TOTAL			\$ 10.515.945

Fuente: Propia

8.1.1.7 Publicidad. La publicidad que se va a utilizar para iniciar el negocio tiene un costo de \$3.730.000

Tabla 42. Publicidad

Publicidad Ofi Max	Cantidad	Valor
Página Web	Año	\$ 800.000
Avisos con caja de luz en acrílico + letras alto relieve	1	\$ 2.850.000

Sello automático	2	\$ 80.000
TOTAL		\$ 3.730.000

Fuente: Propia

8.1.1.8 Inversión Inicial. Cuando se hace la compra de los activos fijos, éstos se agrupan para conformar la inversión fija. Con un valor de \$ 119.227.301.

Tabla 43. Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	
Descripción	Valor
Maquinaria y equipo	\$ 94.025.640
Muebles y enseres	\$ 6.448.777
Equipo de Oficina	\$ 2.880.669
Herramientas	\$ 549.870
Adecuaciones	\$ 10.515.945
Publicidad	\$ 3.730.000
TOTAL	\$ 119.227.301

Fuente: Propia

8.1.1.9 Financiamiento. Se realizará el 100 % del valor de la inversión inicial con el banco Bancolombia por un valor de \$ 119.227.301 a 60 meses de plazo con una tasa fija.

Tabla 44. Financiamiento

Resultado de la Simulación

Los valores resultantes de esta simulación, son informativos, aproximados y podrán variar de acuerdo a las políticas de estudio y aprobación del crédito por parte de Bancolombia

Tasa efectiva anual utilizada en la simulación					22,42%	
Tasa mes vencida utilizada en la simulación					1.70%	
Cuota mensual					\$3.185.388,73	
Seguro de vida asociado a la deuda por cuota					\$137.111,40	
Cuota mensual más seguro(s)					\$3.322.500,12	
Plazo					60 meses	
Cuota #	Abono a intereses	Abono a capital	Cuota mensual sin seguros	Valor del seguro de vida asociado a la deuda	Cuota mensual más seguros	Saldo
0	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 137.111,40	\$ 0.00	\$119.227.301,00
1	\$2.026.864,12	\$1.158.524,61	\$3.185.38,73	\$ 137.111,40	\$3.322.500,12	\$118.068.776,39

2	\$2.007.169,20	\$1.178.219,53	\$3.185.38,73	\$ 137.111,40	\$3.322.500,12	\$116.890.556,86
3	\$ 1.987.139,47	\$1.239.336,03	\$3.185.38,73	\$ 137.111,40	\$3.322.500,12	\$115.692.307,61
4	\$1.966.769,23	\$1.218.619,50	\$3.185.38,73	\$ 137.111,40	\$3.322.500,12	\$114.473.688,11
6	\$1.924.052,70	\$1.260.404,74	\$3.185.38,73	\$ 137.111,40	\$3.322.500,12	\$111.973.947,34

Fuente: Propia

8.2 Costos

8.2.1 Costos fijos. En el desarrollo del proyecto son importantes a tener en cuenta unos costos operacionales y de financiamiento que se comportan de tal manera que periódicamente son fijos e independiente del volumen del servicio tales como costos del servicio, gastos de administración y ventas como lo muestra la tabla y ascienden a \$ 302.883.636 para el primer año, donde se incluye las depreciaciones.

Tabla 45. Costos Fijos

COSTOS FIJOS		
Descripción	Valor Mensual	Año 1
Arriendo	\$ 4.200.000	\$ 50.400.000
Seguridad Privada	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Salarios	\$ 13.413.151	\$ 160.957.812
servicios públicos	\$ 822.846	\$ 9.874.152
Teléfono e internet	\$ 164.900	\$ 1.978.800
Cargos por servicios bancarios	\$ 3.322.512	\$ 39.870.144
Publicidad	\$ 706.000	\$ 8.472.000
Suministros de Oficina	\$ 171.117	\$ 2.053.404
Transportes	\$ 120.000	\$ 1.440.000
Depreciación	\$ 623.895	\$ 7.486.740
Insumos de aseo	\$ 325.992	\$ 3.911.904
Insumos terapéuticos	\$ 119.890	\$ 1.438.680
Mantenimiento de maquinaria	\$ 50.000	\$ 600.000
TOTAL	\$ 25.240.303	\$ 302.883.636

Fuente: Propia

8.2.2 Costos Variables. Así como existen los costos fijos, de igual manera se invierte en unos gastos que se consideran variables dependiendo de su utilización para la prestación del servicio y se especifican en la tabla 43, donde se refleja que son \$ 6.219.212 anual.

Tabla 46. Costos Variables

COSTO VARIABLE												
Insumos area operativa	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Jabon liquido baño	\$ 34.452	\$ -	\$ -	\$ 34.452	\$ -	\$ -	\$ 34.452	\$ -	\$ -	\$ 34.452	\$ -	\$ -
Gel para equipos terapeuticos	\$ 38.990	\$ 38.990	\$ 38.990	\$ 38.990	\$ 38.990	\$ 38.990	\$ 38.990	\$ 38.990	\$ 38.990	\$ 38.990	\$ 38.990	\$ 38.990
Aceite para masajes	\$ 80.900	\$ 80.900	\$ 80.900	\$ 80.900	\$ 80.900	\$ 80.900	\$ 80.900	\$ 80.900	\$ 80.900	\$ 80.900	\$ 80.900	\$ 80.900
Toallas de papel dispensador familia	\$ 224.000	\$ 224.000	\$ 224.000	\$ 224.000	\$ 224.000	\$ 224.000	\$ 224.000	\$ 224.000	\$ 224.000	\$ 224.000	\$ 224.000	\$ 224.000
papel higienico * 24 rollos	\$ 24.150	\$ 24.150	\$ 24.150	\$ 24.150	\$ 24.150	\$ 24.150	\$ 24.150	\$ 24.150	\$ 24.150	\$ 24.150	\$ 24.150	\$ 24.150
Limpiador Bicloro 2 Litros - U	\$ 12.310	\$ -	\$ -	\$ 12.310	\$ -	\$ -	\$ 12.310	\$ -	\$ -	\$ 12.310	\$ -	\$ -
Limpiador De Pisos Sanpic Lavanda Inglesa X 2000 ml	\$ 9.640	\$ -	\$ 9.640	\$ -	\$ 9.640	\$ -	\$ 9.640	\$ -	\$ 9.640	\$ -	\$ 9.640	\$ -
Bolsas de basura * 6 Und	\$ 21.440	\$ -	\$ 21.440	\$ -	\$ 21.440	\$ -	\$ 21.440	\$ -	\$ 21.440	\$ -	\$ 21.440	\$ -
Mantenimiento						\$ 300.000						\$ 300.000
TOTAL	\$ 445.882	\$ 368.040	\$ 813.922	\$ 414.802	\$ 399.120	\$ 668.040	\$ 445.882	\$ 368.040	\$ 813.922	\$ 414.802	\$ 399.120	\$ 668.040

Fuente: Propia

8.2.2.1 Costo variable Unitarios. Para hallar el costo variable unitarios se tiene en cuenta el costo variable del mes sobre promedio de personas al mes.

$$CVU = \frac{445.882}{243} = \$1.835$$

8.3 Precio de venta

La fijación de precios se hizo a través de los datos arrojados en la encuesta (precio dispuesto a pagar y combos solicitados) y al promedio de precios de la competencia indirecta en el sector de cedritos. (Ver tabla 44)

Tabla 47. Precio de Venta

COMBOS	Mensual	3 MESES	6 MESES	12 MESES
Health & Life Gold	\$ 250.000	\$ 550.000	\$1.000.000	\$1.800.000
Actividad física personalizada				

Clases grupales				
Rehabilitación física				
Relajación				
Health & Life Platinum	\$ 200.000	\$ 430.000	\$760.000	\$1.300.000
Actividad física personalizada				
Clases grupales				
Rehabilitación física o Relajación				
Health & Life Basic	\$ 100.000	\$200.000	\$380.000	\$ 700.000
Actividad física personalizada				
Clases grupales				

Fuente: Propia

8.3.1 Precio de venta unitario. Se calcula con el precio de venta del mes sobre el promedio de usuarios al mes.

$$PVU = \frac{53.266.667}{243} = \$219.204$$

8.4 Presupuesto de ingresos y egresos

8.4.1 Egresos proyectados. Para los egresos proyectados se tuvo en cuenta la inflación del año 2016 con un valor de 5,75%.

Tabla 48. Egresos Proyectados

Descripción	Valor Mensual	EGRESOS PROYECTADOS				
		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Arriendo	\$ 4.200.000	\$50.400.000	\$ 53.298.000	\$ 56.362.635	\$ 59.603.487	\$ 63.030.687
Seguridad Privada	\$ 1.200.000	\$14.400.000	\$ 15.228.000	\$ 16.103.610	\$ 17.029.568	\$ 18.008.768
Salarios	\$ 13.413.151	\$160.957.812	\$ 170.212.886	\$ 180.000.127	\$190.350.134	\$ 201.295.267
servicios públicos	\$ 822.846	\$ 9.874.152	\$ 10.441.916	\$ 11.042.326	\$ 11.677.260	\$ 12.348.702
Teléfono e internet	\$ 164.900	\$ 1.978.800	\$ 2.092.581	\$ 2.212.904	\$ 2.340.146	\$ 2.474.705
Cargos por servicios bancarios	\$ 3.322.512	\$ 39.870.144	\$ 42.162.677	\$ 44.587.031	\$ 47.150.786	\$ 49.861.956
Publicidad	\$ 706.000	\$ 8.472.000	\$ 8.959.140	\$ 9.474.291	\$ 10.019.062	\$ 10.595.158

Suministros de Oficina	\$ 171.117	\$ 2.053.404	\$ 2.171.475	\$ 2.296.335	\$ 2.428.374	\$ 2.568.005
Transportes	\$ 120.000	\$ 1.440.000	\$ 1.522.800	\$ 1.610.361	\$ 1.702.957	\$ 1.800.877
Depreciación	\$ 623.895	\$ 7.486.740	\$ 7.917.228	\$ 8.372.468	\$ 8.853.885	\$ 9.362.983
Insumos de aseo	\$ 325.992	\$ 3.911.904	\$ 4.136.838	\$ 4.374.707	\$ 4.626.252	\$ 4.892.262
Insumos terapéuticos	\$ 119.890	\$ 1.438.680	\$ 1.521.404	\$ 1.608.885	\$ 1.701.396	\$ 1.799.226
Mantenimiento de maquinaria	\$ 50.000	\$ 600.000	\$ 634.500	\$ 670.984	\$ 709.565	\$ 750.365
TOTAL	\$ 25.240.303	\$302.883.636	\$ 320.299.445	\$ 338.716.663	\$ 58.192.871	\$ 378.788.961

Fuente: Propia

8.4.2 Ingresos proyectados. Para los ingresos por el servicio proyectados en los próximos 5 años del club de acondicionamiento físico se tuvo en cuenta el crecimiento demográfico de las personas mayores de 60 años de 3,51% anual y para la proyección en ventas se tuvo en cuenta la inflación de 5,75% anual. (Ver tabla 49)

Tabla 49. Ingresos Proyectados

INGRESOS PROYECTADOS				
AÑO	Número de usuarios	Valor Unitario por usuario	Valor Mensual	Valor Anual
1	2907	219.204	\$ 53.266.667	\$ 639.200.000
2	3009	231.809	\$ 56.329.500	\$ 675.954.000
3	3115	245.138	\$ 59.568.446	\$ 714.821.355
4	3224	259.233	\$ 62.993.632	\$ 755.923.583
5	3337	274.139	\$ 66.615.766	\$ 799.389.189
TOTAL	15.592	1.229.523	\$ 298.774.011	\$ 3.585.288.127

Fuente: Propia

8.5 Punto de equilibrio

Es el punto donde los ingresos y los egresos se hacen iguales, es decir cuando no hay ni pérdidas ni ganancias, se calcula para saber cuánto es lo mínimo del servicio que se debe vender para no dar pérdidas en el negocio.

$$P.E = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio de venta unitario} - \text{costo variable unitario}}$$

$$P.E = \frac{24.744.421}{219.204 - 1.835} = 114$$

Cuando se tengan al mes 114 clientes, se está en punto de equilibrio.

$$P.E \text{ al año} = 114 * 12 = 1.368$$

Cuando se tengan al año 1.368 clientes, se está en punto de equilibrio

$$P.E \text{ en pesos} = 114 * 219.204 = 24.953.354$$

Cuando se facture al mes 25 millones, se está en punto de equilibrio

8.6 Flujos de Caja

Tabla 50. Flujo de Caja Primer Año

Flujo de caja Primer año				
Mes	Ingresos	Egresos	Saldo	Acumulado
1	\$ 53.266.667	\$ 25.190.303	\$ 28.076.364	\$ 28.076.364
2	\$ 53.266.667	\$ 25.112.461	\$ 28.154.206	\$ 56.230.570
3	\$ 53.266.667	\$ 25.143.541	\$ 28.123.126	\$ 84.353.696
4	\$ 53.266.667	\$ 25.159.223	\$ 28.107.444	\$ 112.461.140
5	\$ 53.266.667	\$ 25.143.541	\$ 28.123.126	\$ 140.584.266
6	\$ 53.266.667	\$ 25.412.461	\$ 27.854.206	\$ 168.438.472
7	\$ 53.266.667	\$ 25.190.303	\$ 28.076.364	\$ 196.514.836
8	\$ 53.266.667	\$ 25.112.461	\$ 28.154.206	\$ 224.669.042
9	\$ 53.266.667	\$ 25.143.541	\$ 28.123.126	\$ 252.792.168
10	\$ 53.266.667	\$ 25.159.223	\$ 28.107.444	\$ 280.899.612
11	\$ 53.266.667	\$ 25.143.541	\$ 28.123.126	\$ 309.022.738
12	\$ 53.266.667	\$ 25.412.461	\$ 27.854.206	\$ 336.876.944

Fuente: Propia

De acuerdo a la tabla anterior se puede observar que en el mes 5 se recupera la inversión inicial.

Tabla 51. Flujo de Caja Proyectado

Flujo de Caja Proyectado	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Entradas en Efectivo						
Crédito financiero	119.227.301					
Ventas	0	\$ 639.200.000	\$ 675.954.000	\$ 714.821.355	\$ 755.923.583	\$ 799.389.189
Total ingresos	119.227.301	\$ 639.200.000	\$ 675.954.000	\$ 714.821.355	\$ 755.923.583	\$ 799.389.189
Salidas de Efectivo						
Mano de obra		\$ 160.957.812	\$ 170.212.886	\$ 180.000.127	\$ 190.350.134	\$ 201.295.267
Costos indirectos de fabricación		\$ 129.745.827	\$ 137.206.212	\$ 145.095.569	\$ 153.438.564	\$ 162.261.282
Gastos administrativos y de ventas		\$ 117.706.250	\$ 124.474.359	\$ 131.631.635	\$ 139.200.454	\$ 147.204.480
Abonos a capital		\$15.278.714,56	\$18.704.168,85	\$ 22.897.580,39	\$28.031.163,34	\$34.313.675,90
Pago de intereses		\$20.020.966,19	\$19.520.502,83	\$ 15.327.025,34	\$10.191.501,37	\$ 3.423.768,83
Impuestos 35%		0	\$114.140.937,68	\$ 121.282.125,72	\$130.319.334,75	\$140.324.425,40
Total Salida de Efectivo	0	\$ 443.709.570	\$ 584.259.067	\$ 616.234.063	\$ 651.531.152	\$ 688.822.899
Mas depreciaciones		\$ 8.325.900,50	\$ 8.325.900,50	\$ 8.325.900,50	\$ 8.325.900,50	\$ 8.325.900,50
Inversión inicial	119.227.301	0	0	0	0	0
Saldo Final en Caja	0	\$ 203.816.331	\$100.020.833,52	\$ 106.913.192,62	\$112.718.330,96	\$118.892.190,02

8.7 Estado de Resultados Proyectado

Este se obtuvo teniendo en cuenta la información de inversiones, costos e ingresos detallados anteriormente, a continuación se presenta el estado de resultados proyectado de funcionamiento.

Tabla 52. Estado de Resultados Proyectados

ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos	\$ 639.200.000	\$ 675.954.000	\$ 714.821.355	\$ 755.923.583	\$ 799.389.189
(-) Costos del servicio	\$ 175.355.819,00	\$ 185.438.778,59	\$ 195.521.738,19	\$ 205.604.697,78	\$ 215.687.657,37
(=) Utilidad Bruta	\$ 463.844.181,00	\$ 490.515.221,41	\$ 519.299.616,82	\$ 550.318.885,14	\$ 583.701.531,56
(-) Gastos de administración y Ventas	\$ 117.706.250	\$ 124.474.359	\$ 131.631.635	\$ 139.200.454	\$ 147.204.480
(=) Utilidad Operacional	\$ 346.137.931,00	\$ 366.040.862,03	\$ 387.667.981,78	\$ 411.118.431,08	\$ 436.497.051,40
(-) Gastos financieros	\$ 20.020.966,19	\$ 19.520.502,83	\$ 15.327.025,34	\$ 10.191.501,37	\$ 3.423.768,83
(=) Utilidad Antes de Impuestos	\$ 326.116.964,81	\$ 346.520.359,20	\$ 372.340.956,44	\$ 400.926.929,71	\$ 433.073.282,57
(-) Impuestos sobre la renta 35%	\$ 114.140.937,68	\$ 121.282.125,72	\$ 130.319.334,75	\$ 140.324.425,40	\$ 151.575.648,90
(=) Utilidad Neta	\$ 211.976.027,13	\$ 225.238.233,48	\$ 242.021.621,68	\$ 260.602.504,31	\$ 281.497.633,67

Fuente: Propia

8.8 Flujo de Fondos

Tabla 53. Flujo de Fondos

FLUJO DE FONDOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ingresos afectos e Impuestos	\$ 639.200.000,00	\$ 675.954.000,00	\$ 714.821.355,00	\$ 755.923.582,91	\$ 799.389.188,93
(-)Egresos afectos a impuestos	\$ 175.355.819,00	\$ 185.438.778,59	\$ 195.521.738,19	\$ 205.604.697,78	\$ 215.687.657,37
(-)Gastos No desembolsables	\$ 137.727.216,19	\$ 152.320.762,71	\$ 155.284.560,88	\$ 157.717.855,92	\$ 158.954.149,49
(=)Utilidad Antes de impuestos	\$ 326.116.964,81	\$ 338.194.458,70	\$ 364.015.055,94	\$ 392.601.029,21	\$ 424.747.382,07
(-)Impuestos	\$ 114.140.937,68	\$ 118.368.060,55	\$ 127.405.269,58	\$ 137.410.360,22	\$ 148.661.583,72
(=)Utilidad después del impuesto	\$ 211.976.027,13	\$ 219.826.398,16	\$ 236.609.786,36	\$ 255.190.668,99	\$ 276.085.798,34
(+)Ajuste por gastos no desembolsables	\$ 8.325.900,50	\$ 8.325.900,50	\$ 8.325.900,50	\$ 8.325.900,50	\$ 8.325.900,50
(-)Egresos no afectos a impuestos	\$ 15.278.714,56	\$ 18.704.168,85	\$ 22.897.580,39	\$ 28.031.163,34	\$ 34.313.675,90
(-)Ingresos no afectos a impuestos	0	0	0	0	0
FLUJO DE FONDO	\$ 205.023.213,07	\$ 209.448.129,81	\$ 222.038.106,47	\$ 235.485.406,15	\$ 250.098.022,94

Fuente. Propia

8.9 Balance Inicial

Tabla 54. Balance Inicial

Balance Inicial					
ACTIVOS	\$	119.227.301	PASIVOS	\$	119.227.301
<u>No Corriente</u>	\$	113.871.031	<u>Pasivo corriente</u>	\$	119.227.301
Muebles y enseres	\$	6.448.777	Deudas	\$	119.227.301
Equipos de oficina	\$	2.880.669			
Maquinaria y equipo	\$	94.025.640			
Adecuaciones	\$	10.515.945			
<u>Corriente</u>	\$	4.279.870			
Inversiones	\$	3.730.000	PATRIMONIO		0
Herramientas	\$	549.870	Capital socios		0
<u>Activo Fijo</u>	\$	1.076.400			
Licencias	\$	1.076.400			
SUMAS IGUALES	\$	119.227.301	Pasivos + Patrimonio	\$	119.227.301

Fuente: Propia

9. Evaluación del proyecto

La evaluación del proyecto tiene como finalidad demostrar su viabilidad teniendo en cuenta la realidad social que presenta la Ciudad, así mismo evaluará la parte financiera que permitirá determinar si para el inversionista es conveniente el desarrollo del proyecto.

9.1 Impacto Social

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

La creación del Club Health & Life generara 3 puestos de trabajo de forma directa y 8 puestos de trabajo por prestación de servicios, de igual forma es generadora de dividendos para la Ciudad al hacer el aporte de impuestos y los pagos legales al gobierno

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

Los beneficiarios del servicio del club de acondicionamiento físico que en este caso son las personas mayores de 60 años, tendrán la posibilidad de recibir valoración médica por el medico Gerontólogo, fisioterapeuta y nutricionista, clases grupales dirigidas por los educadores físicos,

relajación, orientación de ejercicios que contribuirán al mejoramiento de su salud y bienestar.

Todo lo anterior en un ambiente agradable y con las mejores disposiciones para satisfacer el usuario.

9.2 Evaluación Financiera

9.2.1 Valor presente neto. Permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: maximizar la inversión

$$VPN = \frac{F}{(1 + i)^n}$$

Tabla 55. Tasa de Oportunidad Total

i = TOT	ANUAL	MENSUAL
DTF	6,28	0,483076923
Rentabilidad	1,5	1,5
Utilidad	1,5	1,5
Inflación 2016	5,75%	5,75
SUMA		9,233076923
i	%	0,092

Fuente: Propia

Tabla 56. Valor Presente Neto Ingreso Primer Año

VPN INGRESO TOTAL PRIMER AÑO		
VPN 1	\$	48.778.998,78
VPN 2	\$	44.669.412,80
VPN 3	\$	40.906.055,68
VPN 4	\$	37.459.757,95
VPN 5	\$	34.303.807,64
VPN 6	\$	31.413.743,26
VPN 7	\$	28.767.164,16
VPN 8	\$	26.343.556,92
VPN 9	\$	24.124.136,38

VPN 10	\$	22.091.699,98
VPN 11	\$	20.230.494,49
VPN 12	\$	18.526.093,85
TOTAL	\$	377.614.922

Fuente: Propia

Tabla 57. Valor Presente Neto Egreso Primer Año

VPN EGRESOS PRIMER AÑO		
VPN 1	\$	23.068.043,04
VPN 2	\$	21.059.303,26
VPN 3	\$	19.308.944,08
VPN 4	\$	17.693.211,58
VPN 5	\$	16.192.475,48
VPN 6	\$	14.986.868,44
VPN 7	\$	13.604.259,98
VPN 8	\$	12.419.616,00
VPN 9	\$	11.387.350,67
VPN 10	\$	10.434.480,72
VPN 11	\$	9.549.429,30
VPN 12	\$	8.838.428,74
TOTAL	\$	178.542.411,30

Fuente: Propia

Tabla 58. Valor Presente Neto Egresos Totales

VPN EGRESOS TOTALES		
VPN TOTAL	\$	178.542.411
INV INICIAL	\$	119.227.301
TOTAL	\$	297.769.712

Fuente: Propia

El valor presente neto es igual a la diferencia entre el VPN de ingresos menos el VPN egresos totales.

$$VPN = VPN \text{ Ingresos totales primer año} - VPN \text{ egresos totales primer año}$$

$$VPN = 377.614.922 - 297.769.712$$

$$VPN = 79.845.212$$

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

$$TIR = \frac{\text{Ingresos}}{\text{Egresos}} - 1 * 100$$

$$TIR = \frac{\$ 377.614.922}{\$ 297.769.712} - 1 * 100$$

$$TIR = 27\%$$

Conclusiones

El club de acondicionamiento físico HEALT & LIFE estará ubicado en el barrio Cedritos, de acuerdo al estudio de localización por ser el sitio más adecuado teniendo en cuenta los factores a evaluar; es una alternativa de negocio viable en una perspectiva financiera y social. Como se demuestra en los valores de la evaluación financiera del proyecto es una alternativa recomendable frente a otras alternativas en el mercado para personas mayores de 60 años que necesiten realizar actividad física y adicionalmente el impacto a nivel social es favorable ya que se crean 13 opciones de empleo directos con la empresa.

Los mercados potenciales y reales para HEALT & LIFE son importantes teniendo en cuenta que el mercado real es de 20.609 adultos mayores de 60 años de la UPZ de los Cedros de la localidad de Usaquéen y solo se está considerando cubrir el 17% de la población que se encuentra ubicada en el barrio cedritos que equivale a 3503 personas inicialmente. La razón es que en el área no existe un servicio exclusivo para el adulto mayor que atienda la demanda.

En el estudio técnico del proyecto se evidenció que es posible responder a las necesidades en el mercado con condiciones de calidad, alto profesionalismo, horarios adecuados a la necesidad de la población, precios apropiados para los servicios ofrecidos en un ambiente atractivo y con un servicio orientado a las características para la satisfacción del usuario, Teniendo en cuenta cumplir con los aspectos de ubicación, talento humano y servicios ofertados. De la misma forma se considera la tecnología, los insumos e infraestructura requerida para el proyecto en relación al costo, siendo posible acceder a ellos.

En la parte referente al estudio administrativo y legal del CLUB HEALT & LIFE la alternativa más viable para la creación de la empresa es bajo la figura de S.A.S (Sociedad por Acciones Simplificada) ya que se pueden crear las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad.

A su vez el club contara con 3 empleados con salarios fijos (Gerente, Recepcionista y Servicios Generales) y once por prestación de servicios (Medico, Nutricionista, Contador, Educadores Físicos y Fisioterapeutas). Para la cobertura de la demanda, buscando ofrecer salarios competitivos en el mercado, pero cuidando que los costos del personal para la operación del negocio no sean muy altos.

En la evaluación del estudio financiero del proyecto la tasa de retorno calculada fue del 27% para un 17% de la población de la demanda mostrando que es una buena alternativa de negocio, es necesario considerar la inversión requerida para la creación de la empresa es de \$ 119.227.301 millones de pesos y que el mercado representa un bajo riesgo ya que existe una gran demanda del servicio en el adulto mayor.

El tiempo de recuperación de la inversión en el club de acondicionamiento físico es de 5 meses, siendo la rentabilidad y la utilidad del 1.5 se determina que este periodo de recuperación es mucho menor y que un inversionista vería recuperado su dinero a mediano plazo, teniendo en cuenta que el club deportivo posee una inversión para su permanencia a largo plazo. Al analizar las proyecciones financieras demuestran que es una empresa estable y creciente indicando solidez financiera y buena rentabilidad.

Recomendaciones

Para el proyecto se recomienda realizar una buena gestión publicitaria donde se dé a conocer ampliamente el servicio con sus características y beneficios para el usuario.

Se recomienda que el CLUB HEALT & LIFE sea visualmente agradable para los clientes, en su fachada, instalaciones y que su organización llame la atención al usuario, para desarrollar su misión y lema.

Es importante tener en cuenta los datos y estudios de cada una de las áreas de investigación del proyecto para consolidar el número de clientes futuros para HEALT & LIFE.

Se recomienda realizar un benchmarking para la evaluación continua de la competencia, analizando las debilidades y fortalezas de la competencia para estar actualizando las exigencias de la demanda.

Bibliografía

1. Floréz, Carmen Elisa; Villar, Leonardo; Puerta, Nadia y Berrocal, Luisa Fernanda. (2015). El proceso de envejecimiento de la población en Colombia: 1985-2050 Editorial Fundación Saldarriaga Concha. Bogotá, D.C. Colombia. 67p.
2. <http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas>
3. Documentos/An%Elisis/DICE062-MonografiaBogota-31122011.pdf
4. <https://www.ncoa.org/national-institute-of-senior-centers/standards-accreditation/senior-center-self-assessment-guidelines/>
5. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16389736>
6. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16389736>
7. <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-16389736> (2015)
8. <http://asociacionciceron.org/wp-content/uploads/2014/03/00000117-teorias-psicosociales-del-envejecimiento.pdf>
9. <http://asociacionciceron.org/wp-content/uploads/2014/03/00000117-teorias-psicosociales-del-envejecimiento.pdf>
10. Pozo, R., & Janthe, A. (2013). *Estudio de factibilidad para implementar un centro de recreación y atención para el adulto mayor de la ciudad de Ibarra provincia de Imbabura Mundo Dorado* (Doctoral dissertation, SANGOLQUÍ/ESPE/2013).
11. <http://repositorio.espe.edu.ec/handle/21000/7073>
12. <https://www.minsalud.gov.co/Lineamientos/Lineamientos%20Técnicos%20Centros%20Persona%20Mayor.pdf>