

**Gimnasio Lúdico Deportivo “*Happy Fit Kids*”**

Ruddy Marcela Reyes Pinzón, Celia María Ruiz Moreno y Paola Rocio Perdomo Ortega

Facultad de Ciencias Empresariales, Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Uniminuto

Especialización en Gerencia de Proyectos

Abril 21 de 2021

Corporación Universitaria Minuto de Dios UNIMINUTO

Sede – Bogotá sur

## TABLA DE CONTENIDO

Modulo 1. Presentación.....	7
Módulo 2. Identificación de Ideas y Oportunidades de Negocios.....	7
Módulo 3. Justificación.....	9
Módulo 4. Objetivos.....	10
4.1 Objetivo General.....	10
4.2    Objetivos Específicos.....	10
Módulo 5. Planeación Estratégica.....	11
5.1 Análisis Interno.....	11
Perfil de Capacidad Interna.....	11
capacidad directiva.....	11
Capacidad competitiva.....	13
Capacidad financiera.....	14
Capacidad Tecnológica.....	15
Capacidad Talento Humano.....	15
5.2 Análisis Externo.....	16
Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio.....	16
Factores Económicos.....	17
Factores políticos.....	18
Factores Sociales.....	20
Factores Tecnológicos.....	21
Factores geográficos.....	22
5.3 Análisis Externo.....	23
Matriz de perfil competitivo.....	23
Categoría Usuarios.....	24
Categoría Talento Humano.....	25
Categoría Servicios.....	27
Categoría Precio.....	29
5.4 Diseño Estratégico Matriz DOFA.....	31
Estrategias Fo.....	31
Estrategias Fa.....	32

Estrategias do.....	32
Estrategias da.....	33
5.5 Retos Estratégicos.....	33
Reto Estratégico 1.....	34
Reto Estratégico 2.....	34
5.6 Misión.....	35
5.7 Visión.....	36
Módulo 6. Investigación de Mercados. ....	36
6.1 Mercado Potencial.....	36
6.2Targets .....	37
Segmentación a utilizar .....	37
6.3 Principales Competidores .....	37
THE LITTLE GYM.....	38
GYM FOR KIDS.....	39
6.4 Descripción del Portafolio de Servicios .....	40
Rumba Kids .....	40
Karate Kids .....	41
Aeróbicos.....	41
Tabata Kids.....	42
Todos Por Uno.....	42
Dominando mi Cuerpo .....	43
Yoga Kids .....	43
6.5 Ventaja Competitiva.....	43
6.6 Propuesta de Valor.....	44
Perfil del Cliente.....	45
6.7 Análisis de la Demanda.....	46
Modulo 7. Marketing.....	48
7.1 Política del Producto.....	48
7.2 Política de Precios .....	50
7.3 Política de Promociones .....	51
7.3 Política de Servicio al Cliente .....	53
7.4 Proyección de Ventas .....	53

Módulo 8. Plan Operativo .....	54
8.1 Descripción del Proceso de Prestación Del Servicio.....	54
8.2 Proveedores .....	55
8.3 Localización.....	56
8.4 Distribución de Áreas de Operación.....	58
8.5 Ficha Técnica del Producto o Servicio .....	59
Módulo 9. Aspectos Legales y Recursos Humanos .....	60
9.1 Personal .....	60
9.2 Organigrama .....	66
9.3 Condiciones de Trabajo y Remunerativas .....	67
9.4 Nómina .....	70
9.5 Tipo de Sociedad .....	71
9.5.1Tramites de Constitución.....	71
9.5.2 Permisos y Limitaciones.....	73
Obligaciones Legales.....	75
Módulo 10. Plan de Inversión y Financiación.....	77
10.1 Inversión Inicial.....	77
10.2 Presupuesto de Ingresos y Egresos .....	78
Presupuesto de Ingresos.....	78
Presupuesto de Egresos .....	79
Reserva Para Otros Imprevistos .....	81
Balance General Inicial .....	81
Estados de Resultados .....	83
Punto De Equilibrio.....	84
Flujo De Caja.....	84
Indicadores.....	86
Módulo 12. Análisis De Riesgos. ....	86
Módulo 13. Sostenibilidad Ambiental y Responsabilidad Social Empresarial .....	88
Empresarial.....	88
Sostenibilidad Ambiental .....	88

## LISTADO TABLAS

Tabla 1 Capacidad directiva .....	11
Tabla 2. Capacidad competitiva .....	13
Tabla 3. Capacidad financiera .....	14
Tabla 4. Capacidad tecnológica.....	15
Tabla 5. Capacidad de Talento Humano .....	16
Tabla 6. factores económicos .....	17
Tabla 7. Factores políticos.....	19
Tabla 8. Factores Sociales. ....	20
Tabla 9. Factores Tecnológicos .....	21
Tabla 10. Factores Geográficos .....	22
Tabla 11. MPC usuarios .....	24
Tabla 12. MPC Talento Humano.....	26
Tabla 13. PMC Servicios.....	27
Tabla 14. MPC Precios.....	29
Tabla 15. Estrategias fo .....	32
Tabla 16. Estrategias Fa.....	32
Tabla 17. Estrategias Do.....	33
Tabla 18. Estrategias Da.....	33
Tabla 19. proyección de población en edad escolar .....	45
Tabla 20. Estrategia de servicio.....	49
Tabla 21. Política de precios.....	51
Tabla 22. Tabla de precios.....	54
Tabla 23. Proveedores .....	56
Tabla 24 M.F. Gerente.....	61
Tabla 25.MF Contador .....	62
Tabla 26. MF secretario.....	63
Tabla 27. MF Entrenador Físico.....	64
Tabla 28. MF Nutricionista .....	65
Tabla 29. MF Aux. Servicios Generales.....	66
Tabla 30. Remuneración.....	68
Tabla 31. gastos administrativos .....	69
Tabla 32. Costos Indirectos .....	69
Tabla 33.Nómina .....	70
Tabla 34. Inversiones.....	78
Tabla 35. P ingresos.....	79
Tabla 36P. Egresos. ....	80
Tabla 37. Balance .....	82
Tabla 38. Estado de resultados .....	83
Tabla 39. Fujo de caja.....	85
Tabla 40. Análisis de riesgos .....	87

**TABLA DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1 localidad de Kennedy .....	47
Ilustración 2 Rango de ingresos por hogares .....	48
Ilustración 3 ubicación localidad Kennedy .....	57
Ilustración 4. Área de operación .....	58
Ilustración 5. Ficha Técnica del servicio .....	60
Ilustración 6. Organigrama .....	67

### Modulo 1. Presentación.

NOMBRES Y APELLIDOS	Ruddy Marcela Reyes Pinzón
	Celia María Ruiz Moreno
	Paola Rocio Perdomo Ortega
RAZÓN SOCIAL	Gimnasio "Happy Fit Kids"
CORREO ELECTRÓNICO DE LA EMPRESA	<a href="mailto:gimnasiohappyfitkids@gmail.com">gimnasiohappyfitkids@gmail.com</a>
CONOCIMIENTO Y EXPERIENCIA DEL EQUIPO EN EL NEGOCIO	El proyecto del gimnasio “Happy Fit Kids”, nace de la necesidad de buscar soluciones para prevenir y controlar la problemática de sobrepeso y obesidad en los niños y las niñas; Teniendo en cuenta la necesidad del grupo y desde nuestra experiencia personal con nuestros hijos, decidimos optar por este modelo de negocio buscando soluciones que permita prevenir y controlar los problemas de sobrepeso y obesidad en los niños, a través de alternativas y actividades lúdico-deportivas, que les permita tener un óptimo desarrollo y estado de salud.
PROGRAMA DE FORMACIÓN	Especialización en Gerencia de Proyectos
DIRECCIÓN Y MUNICIPIO	Calle 22 sur (av. 1° de mayo no. 11b - 51) Bogotá

### Módulo 2. Identificación de Ideas y Oportunidades de Negocios

La actividad física es asociada a la salud de las personas desde los inicios de la civilización, según la OMS (organización mundial de la salud) “*se considera actividad física cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que exija*

*gasto de energía*” (Salud, 2009) con el pasar de los años la tendencia mundial es tener estilos de vida activos y una adecuada alimentación.

Al realizar actividad física, el cerebro se activa e inicia a producir infinidad de reacciones químicas (endorfinas), esto conduce a la quema de grasas, fortalecimiento de los músculos y aumento de los mismos contribuye con el proceso de atención y concentración que se extiende a más allá del momento de realizar deporte, varios estudios elaborados, indican que las personas que realizan algún tipo de actividad física o deporte tienen una vida más prolongada, cerca de un 40% menos de probabilidades de infartos en comparación de las personas sedentarias (Leal, 2009).

La obesidad es una enfermedad que se ha convertido en un problema de salud a nivel mundial, en Colombia, según la encuesta realizada en el año 2015 el 52% de los colombianos tienen sobre peso u obesidad, y cada 5 colombianos posee dicha enfermedad, (Radio, 2020) esto desencadena otras enfermedades físicas y mentales, problemas vasculares, enfermedades coronarias, diabetes tipo II entre otras.

A partir de lo anterior se identifica una necesidad de cuidado de salud, si bien los adultos deben cuidar su estado físico y mental, porque no, iniciar aquellos hábitos saludables desde niños, el gimnasio lúdico deportivo “*Happy fit kids*” es la idea de negocio que surge con el interés de llegar a los niños que presentan sedentarismo o alteraciones en su estado de salud como el sobrepeso u obesidad, propiciando espacios de entretenimiento, diversión, relajación, resistencia, fortaleza muscular y flexibilidad, que ayuden a mejorar su calidad de vida.

### Módulo 3. Justificación

La Gran problemática de obesidad y sedentarismo en los niños en todo el mundo va en aumento y tiene graves consecuencias para la salud influyendo negativamente en su nivel educativo y calidad de vida; Debido a que los niños con obesidad tienden a presentar las mismas alteraciones en edad adulta, estos, pueden llegar a sufrir de enfermedades crónicas.

Se ha observado que la población infantil está siendo afectada por sus hábitos poco saludables como pasar mucho tiempo frente a pantallas, uso desmedido de la tecnología, malos hábitos alimenticios, ingesta de comida “chatarra”, bebidas azucaradas y alimentos procesados que no ayudan a su sano crecimiento.

A pesar de que existen sitios especializados que ofrecen el servicio de realizar entrenamientos en deportes específicos como fútbol, patinaje, baloncesto, etc. El problema radica que en estos sitios no brindan alternativas para combatir, prevenir y controlar el sobrepeso, por tanto, se ve la necesidad de brindar una solución que los beneficie y mejore su condición física; por lo anterior se decidió diseñar una propuesta para la implementación del gimnasio lúdico deportivo “*Happy Fit Kids*”, creando un espacio de entretenimiento y diversión que propicie una mejor condición física a los niños y niñas.

El gimnasio tendrá un impacto a corto y mediano plazo, brindando alternativas para que mejoren su condición física, manejen buenos hábitos alimenticios y de autocuidado personal, a largo plazo ellos se enfocarán en mantener su buena condición física y de salud, lo que llevará a que sean adultos con estilos de vida saludables.

La puesta en marcha del gimnasio beneficiará a toda una comunidad, los principales involucrados son los niños y las niñas de 6 a 12 años, de igual manera los padres o cuidadores podrán ver los resultados que obtienen los niños en corto plazo, se generaran empleos para 7 personas, de esta manera se motiva el crecimiento económico de la localidad, con una idea innovadora que busca cuidar la salud y el buen desarrollo físico.

## **Módulo 4. Objetivos**

### **4.1 Objetivo General**

Realizar una propuesta para la implementación del gimnasio lúdico deportivo “*Happy Fit Kids*” creando un espacio de entretenimiento y diversión que propicie una mejor condición física a los niños y a las niñas entre los 6 a 12 años en la localidad de Kennedy, disminuyendo y controlando el alto índice de sedentarismo, sobrepeso y obesidad en la población infantil.

### **4.2 Objetivos Específicos**

- Establecer los recursos para la creación e implementación de la idea de negocio.
- Desarrollar el estudio técnico que permita definir el espacio, los equipos, el personal y las herramientas necesarias para la implementación del gimnasio.
- Determinar el mercado objetivo para la implementación del gimnasio lúdico deportivo “*Happy Fit Kids*”

- Desarrollar un proceso de evaluación estratégica para determinar los factores internos y externos que puedan influir en la propuesta.
- Desarrollar un proceso de planeación estratégica que permita analizar las fortalezas y debilidades de la propuesta.

## Módulo 5. Planeación Estratégica.

### 5.1 Análisis Interno

#### *Perfil de Capacidad Interna*

Dentro del análisis que se realizó al perfil de capacidad interna PCI, se ponderan cinco capacidades cada una con tres variables claves, a las cuales se les brinda una ponderación y su respectiva calificación identificándose como fortaleza o debilidad en la implementación del gimnasio, a continuación, se realiza el análisis de cada capacidad.

#### *capacidad directiva*

Tabla 1 Capacidad directiva

CAPACIDAD	Ponderación (P) [0 y 1]	Fortaleza		Debilidad	
		Calificación (C) [3 ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Calificación (C) [1 ó 2]	Puntuación ponderada (P*C)
<b>1. Capacidad Directiva</b>					
1. Flexibilidad de la estructura organizacional	0.07	4	0.28		0.00
2. Evaluación y pronósticos del medio	0.04		0.00	1	0.04
3. Comunicación y control gerencial	0.07	4	0.28		0.00

Fuente: Elaboración Propia

Frente a la flexibilidad de la estructura organizacional, se identifica como una fortaleza para el gimnasio; debido a que, desde la gerencia hasta el área operativa, se trabajará por el logro de los objetivos institucionales, siendo flexibles a la hora de realizar nuevas tareas y emprender nuevos proyectos, cada colaborador será capacitado en todos los temas de la empresa, para que de esta forma, pueda hacer parte activa en cualquier área de la organización. Se estará atentos a los cambios internos y externos, enfrentando los desafíos y aprovechando las oportunidades del entorno, utilizando los recursos físicos, de personal y financieros; de manera oportuna, flexible y con diligencia, con el propósito de atender los cambios que se puedan presentar.

En cuanto a la evaluación y pronóstico del medio. Se evidencia como una debilidad, debido a que la organización no cuenta con el suficiente capital para realizar a profundidad investigaciones de mercado y del medio en general, los pronósticos se realizan con la información relevante que se pueda adquirir sin incurrir en mayores costos, como encuestas de satisfacción a los clientes, informes financieros, cantidad de clientes activos y circulantes entre otras. Con la información recolectada se llegará a la toma de decisiones utilizando el juicio administrativo.

En la Comunicación y control gerencial. Se identifica como una oportunidad, ya que desde la gerencia hasta las áreas operativas se manejará el mismo lenguaje y se propenderá por tener un intercambio y análisis de información que permita estar en caminados a la satisfacción del cliente interno y externo. Los temas internos de la empresa se les harán saber de forma oportuna a los empleados a través de sus correos electrónicos, grupos de chat, circulares, memorandos y pagina web de la organización. A

los clientes se les brindará información oportuna a través de sus correos, grupos de chat, página web, cartelera y folletos.

### ***Capacidad competitiva***

Tabla 2. Capacidad competitiva

CAPACIDAD	Ponderación (P) [0 y 1]	Fortaleza		Debilidad	
		Calificación (C) [3 ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Calificación (C) [1 ó 2]	Puntuación ponderada (P*C)
<b>2. Capacidad Competitiva</b>					
1. Concentración de consumidores	0.03		0.00	2	0.06
2. Fuerza de producto, calidad, exclusividad	0.03	4	0.12		0.00
3. Portafolio de productos	0.03	3	0.09		0.00

Fuente: Elaboración propia

Frente a la capacidad competitiva del gimnasio, encontramos la concentración de consumidores como una debilidad, debido a que no se puede albergar a muchos clientes, ya que la planta física es de 400 metros cuadrados y se debe mantener el distanciamiento; pero a los clientes inscritos se les brindaran servicios de calidad y exclusividad que no se encuentran en el sector, construyendo una lealtad en ellos a través del buen servicio y la calidad de las clases, nuestro portafolio de servicios se convierte en una gran fortaleza, debido a su gama, variedad de clases y efectividad de las mismas a la hora de alcanzar los objetivos personales de nuestros clientes.

## Capacidad financiera

Tabla 3. Capacidad financiera

CAPACIDAD	Ponderación (P) [0 y 1]	Fortaleza		Debilidad	
		Calificación (C) [3 ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Calificación (C) [1 ó 2]	Puntuación ponderada (P*C)
<b>3. Capacidad Financiera</b>					
1. Habilidad para mantener el esfuerzo ante la demanda	0.09	4	0.36		0.00
2. Acceso a capital cuando lo requiera	0.06		0.00	2	0.12
3. Rentabilidad retorno de la inversión	0.05	4	0.20		0.00

Fuente: Elaboración propia

En el análisis realizado a la capacidad financiera del gimnasio, se puede determinar que se fortalece, en las habilidades que cada integrante de la organización posee para desarrollar su labor, brindando un esfuerzo extrínseco frente a la realización de manera eficiente y oportuna de sus funciones y brindando un valor agregado con un esfuerzo intrínseco a la hora de mantener una motivación para la realización de sus tareas; con las habilidades, el compromiso y la motivación del personal se lograra dar los mejores resultados en la prestación de los servicios; logrando captar más clientes, fidelizando los que ya se inscribieron y de esta manera obtener más ingresos que permite recuperar la inversión en mediano plazo y mantener un flujo de caja adecuado para el funcionamiento del negocio; teniendo efectivo disponible para solventar imprevistos y ampliar el portafolio de servicios. En esta capacidad se tiene como debilidad la disposición de capital, debido a que los socios no cuentan con el dinero suficiente para realizar inversiones de gran valor.

## ***Capacidad Tecnológica***

Tabla 4. Capacidad tecnológica

CAPACIDAD	Ponderación (P) [0 y 1]	Fortaleza		Debilidad	
		Calificación (C) [3 ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Calificación (C) [1 ó 2]	Puntuación ponderada (P*C)
<b>4. Capacidad Tecnológica</b>					
1. Nivel tecnológico	0.02		0.00	2	0.04
2. Capacidad de innovación	0.10	4	0.40		0.00
3. Nivel de coordinación e integración con otras áreas	0.15	4	0.60		0.00

Fuente: Elaboración propia

Frente a la capacidad tecnológica, se puede analizar las fortalezas en cuanto a la capacidad de innovación, debido a que en el sector no hay empresas exclusivas y enfocadas en mejorar la condición física de los niños, la idea es innovadora y brinda solución a una problemática latente en nuestra sociedad, donde todos los integrantes del gimnasio trabajarán con el mismo objetivo, se mantendrá una comunicación, constante, fluida, se tendrán en cuenta todas las sugerencias para mejorar los servicios, el talento humano y la comunicación asertiva será un pilar del gimnasio.

En cuanto al nivel tecnológico, por ser una empresa que presta servicios directos y semi personalizados a los niños no se requiere de gran nivel tecnológico a la hora de dictar las clases, los esfuerzos se enfocaran en brindar un servicio con calidad y sentido humano.

## ***Capacidad Talento Humano***

Tabla 5. Capacidad de Talento Humano

CAPACIDAD	Ponderación (P) [0 y 1]	Fortaleza		Debilidad	
		Calificación (C) [3 ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Calificación (C) [1 ó 2]	Puntuación ponderada (P*C)
<b>5. Capacidad Talento Humano</b>					
1. Nivel académico del talento humano	0.10	4	0.40		0.00
2. Nivel de remuneración	0.05		0.00	1	0.05
3. Motivación	0.11	4	0.44		0.00

Fuente: Elaboración propia

En cuanto al análisis de la capacidad de talento humano, se ve fortalecida partiendo que el objetivo del gimnasio es contar con talento humano con conocimientos necesarios para cada cargo, que cuenten con habilidades y destrezas como: el logro a los objetivos y resultados, vocación de servicio, compromiso con la organización, flexibilidad frente a los cambios, y trabajo en equipo. La gerencia se enfocará en mantener a los colaboradores motivados, brindando un ambiente laboral sano, amable y con los recursos suficientes para realizar eficientemente su labor, se entregarán incentivos en especie como clases gratis para los hijos de los empleados y reconocimientos. Frente al su nivel de remuneración será el establecido por la ley, pero con la posibilidad de mejorar sus ingresos dependiendo el crecimiento de la empresa.

## 5.2 Análisis Externo

### *Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio*

En el entorno externo, se identifican diversos factores como amenazas y oportunidades, la matriz de perfil de oportunidades y amenazas en el medio permite realizar una visualización de aquellas elementos que pueden afectar positiva o negativamente en las empresas, en este caso se procede a realizar el diagnóstico de la idea de negocio del gimnasio lúdico deportivo “ Happy Fit Kids” ante esto se realiza la matriz con el propósito de identificar el grado de impacto de todos aquellos elementos que tienen incidencia, así mismo se cataloga entre alta, media y baja las oportunidades y amenazas.

### ***Factores Económicos***

*Tabla 6. factores económicos*

FACTOR	Ponderación (P) [0 y 1]	Oportunidad		Amenaza	
		Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)
<b>1. Económicos</b>					
1. Disponibilidad de créditos	0,06	3	0,18		0,00
2. Propensión de las personas a gastar	0,04		0,00	3	0,12
3. Fluctuaciones de precios	0,04		0,00	2	0,08

Fuente: Elaboración propia

**Disponibilidad de Créditos** se identifica este factor como una oportunidad mayor, debido a que, se cuenta con una variedad de bancos que prestan con un interés bajo para poder tener la liquidez necesaria en el momento que se requiera el

apalancamiento por un crédito, sin embargo, para la implementación del gimnasio no se necesita un crédito alto.

**Propensión de las Personas a Gastar** se identifica este ítem, como una amenaza mayor debido a que las personas destinan sus ingresos económicos al consumo y ahorro, por la situación actual que atraviesa el territorio nacional, las personas tienden a guardar dineros y no realizar inversiones o a gastar en cosas no necesarias, esto es un factor que puede influir en el sostenimiento del gimnasio, a pesar de ser una alternativa de salud para los niños y niñas se puede tergiversar en un pago de un servicio innecesario, si las personas no realizan los pagos de las mensualidades o no se acogen a los planes ofertados, el gimnasio podría tener una crisis económica.

**Fluctuaciones de Precios** de acuerdo a los cambios constantes en los precios con tendencias tanto al alza como a la baja que demuestran una inestabilidad económica en Colombia, el gimnasio enfrenta un reto de influencia media, la accesibilidad a los elementos deportivos necesarios para la ejecución de las actividades propias, o la variación en los precios de las mensualidades, esto debido a que las cosas suben de precio y es más difícil la adquisición de las mismas.

***Factores políticos***

Tabla 7. Factores políticos

FACTOR	Ponderación (P) [0 y 1]	Oportunidad		Amenaza	
		Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)
<b>2. Políticos</b>					
1. Leyes locales, estatales y federales especiales	0,05	4	0,20		0,00
2. Cambios en las leyes fiscales	0,07		0,00	3	0,21
3. Cambios en la política fiscal y monetaria del gobierno	0,05		0,00	2	0,10

Fuente: Elaboración propia

**Leyes Locales, Estatales y Federales Especiales** se identifica este ítem como una oportunidad mayor, debido a que a la fecha no existen leyes que prohíban el funcionamiento de gimnasios infantiles o de la implementación de normatividades que impidan el trabajo con niños directamente, las leyes federales aplican para las personas naturales y jurídicas que estén viviendo o desarrollando algún tipo de actividad económica en el país.

**Cambios en las Leyes Fiscales** por ser un proceso que modifica la legislación se identifica como una amenaza mayor, aquellos cambios que el gobierno nacional pueda implementar debido a que los impuestos son establecidos por la ley, los impuestos son pagos obligatorios que el estado impone a los ciudadanos para el sostenimiento, si el gobierno impone impuestos adicionales para los centros de acondicionamiento físico, esto afectaría la idea de negocio, ya que no se contemplan este tipo de pagos adicionales y el gimnasio no se encuentra en la potestad de decidir si pagar o no aquellas tarifas.

**Cambios en la Política Fiscal y Monetaria del Gobierno** debido a las crisis que se presentan en América latina, los gobiernos implementan acciones que puedan mejorar las situaciones sobre la política fiscal en la estabilización macroeconómica, esto se propone en el análisis como una amenaza media, en virtud a las fluctuaciones de precios que se pueden presentar en el momento de la adquisición o compras para el correcto funcionamiento del gimnasio.

### *Factores Sociales*

Tabla 8. Factores Sociales.

FACTOR	Ponderación (P) [0 y 1]	Oportunidad		Amenaza	
		Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)
<b>3. Sociales</b>					
1. Número de grupos de interés especial	0,06	4	0,24		0,00
2. Actitudes hacia el ahorro	0,06		0,00	2	0,12
3. Actitudes hacia el servicio al cliente	0,09	4	0,36		0,00

Fuente: Elaboración propia

**Número de Grupos de Interés Especial** al ser el entrenamiento colectivo o personal una tendencia a nivel mundial, se considera una oportunidad mayor la penetración del mercado, con la idea de negocio del gimnasio enfocado a los niños y a las niñas ya que, este nicho al presente no ha sido explorado en la zona occidente de la ciudad de Bogotá.

**Actitudes Hacia el Ahorro** Este ítem es considerado como una amenaza menor, debido a que los clientes directos del gimnasio son niños y adolescentes que no cuentan con el poder de decisión y adquisitivo para acceder a los servicios a ofertar del gimnasio, los padres de familia invierten sus ahorros en algo que realmente les produce beneficios u otro tipo de satisfacción plena, al ser gimnasio un beneficio para un tercero (hijos) puede ser compleja la captación del cliente.

**Actitudes Hacia el Servicio al Cliente** Este ítem se considera una oportunidad mayor ya que hace alusión a las acciones específicas para el usuario o cliente sobre los ejercicios a realizar antes, durante y después de concretar las ventas, el gimnasio contará con personal capacitado para atender el público externo y realizar captación y fidelización de los usuarios.

### ***Factores Tecnológicos***

*Tabla 9. Factores Tecnológicos*

FACTOR	Ponderación (P) [0 y 1]	Oportunidad		Amenaza	
		Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)
<b>4. Tecnológicos</b>					
1. Capacidad de innovación	0,09	3	0,27		0,00
2. Nivel tecnológico	0,07		0,00	2	0,14
3. Nivel de coordinación e integración con otras áreas	0,07	3	0,21		0,00

Fuente: Elaboración propia

**Capacidad de Innovación** la innovación al ser un proceso que modifica elementos ya existentes con el fin de mejorarlos o lanzar un producto o servicio al mercado totalmente nuevo, se asemeja una oportunidad mayor para la implementación del gimnasio, en la actualidad no existen gimnasios enfocados en la salud y bienestar de niños y adolescentes lo cual permite ser un negocio atractivo y de fácil accesibilidad.

**Nivel Tecnológico:** Este ítem se identifica como amenaza debido a que, el gimnasio puede acceder a maquinaria que en un futuro corto puede ser obsoleta, adicionalmente por tratarse de una empresa enfocada en niños y adolescentes el uso de las maquinas estará limitado y determinado por los instructores a cargo. Los trabajos a realizar son del cuerpo, la mente y el espíritu.

**Nivel de Coordinación e Integración con Otras Áreas:** se considera como una oportunidad debido a que, cada involucrado del gimnasio deberá entender y dominar los procesos integrados del mismo, se trabajará como equipo para realizar los objetivos organizacionales en beneficio de la empresa.

### ***Factores geográficos***

Tabla 10. Factores Geográficos

FACTOR	Ponderación (P) [0 y 1]	Oportunidad		Amenaza	
		Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)
<b>5. Geográficos</b>					
1. Ubicación Geográfica por Localidades	0,11	4	0,44		0,00
2. Congestionamientos de tránsito	0,07		0,00	3	0,21
3. Valor que se da al tiempo de esparcimiento Cambios regionales en gustos y preferencias	0,07	3	0,21		0,00

Fuente: Elaboración propia

**Ubicación Geográfica por Localidades:** se considera una oportunidad mayor debido a que, en la zona sur occidente de la ciudad de Bogotá y a sus alrededores, no se cuenta con una competencia directa, hasta la fecha el mercado no ha sido explorado ni saturado, el gimnasio se ubicará en la localidad de Kennedy, estará para beneficio de niños y adolescentes de estratos socioeconómicos 2,3 y 4.

**Congestionamientos de Tránsito:** el gimnasio se ubicará en una zona de gran afluencia de adultos y niños, cercano a avenidas principales como la Av Boyacá y la AV 1 de mayo, al ser estas una de las principales vías de acceso de la ciudad de Bogotá, cuentan con gran aglomeración vehicular, lo que impide una movilidad rápida y eficaz para llegar al gimnasio, por esto se considera una amenaza mayor.

**Valor que se da al Tiempo de Esparcimiento Cambios Regionales en Gustos y Preferencias:** El progreso del mundo fitness, y los cambios psicológicos y sociológicos que ahondan en las particularidades de las personas en búsqueda del perfeccionamiento estético permite identificar este ítem como una oportunidad mayor debido a que se ofrecerá un servicio que permite alcanzar los estándares impuestos por el hombre en la actualidad.

### **5.3 Análisis Externo**

#### ***Matriz de perfil competitivo***

Para realizar el análisis de la matriz del perfil competitivo, tomamos dos empresas, The Little Gym y Gym For Kids, que en la actualidad son la competencia directa del gimnasio “*Happy Fit Kids*”, se realiza una evaluación de los factores claves de éxito de cada una de las empresas con 4 categorías, usuarios, talento humano, servicios y precio,

donde se le asignó a cada factor una ponderación y cada empresa obtuvo unos resultados, lo que permitió identificar las fortalezas y debilidades de cada empresa.

### *Categoría Usuarios*

Tabla 11. MPC usuarios

Gimnasio Happy Fit Kids				
FACTOR CLAVE DE ÉXITO (FCE)	Ponderación (P) [0 y 1]	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Análisis e interpretación por categoría
<b>Categoría #1 USUARIOS</b>				
Atención efectiva de solicitudes	0.07	4	0.28	En la categoría de Usuarios el Gimnasio Happy Fit Kids tiene una puntuación ponderada superior a la competencia, teniendo en cuenta que se brindan servicios de calidad enfocados principalmente a eliminar la obesidad y evitar el sobrepeso en los niños y niñas y se mantienen porcentajes iguales con la competencia en la atención efectiva de solicitudes y lealtad al cliente.
Calidad en producto y servicio	0.07	4	0.28	
Lealtad del cliente	0.09	3	0.27	

The Little Gym			Gym for Kids		
Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Análisis e interpretación por categoría	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Análisis e interpretación por categoría
4	0.28	El Gimnasio The Little en la categoría usuarios tiene una puntuación ponderada alta que muestra que por la gran experiencia en el mercado, tienen un porcentaje alto en la atención efectiva de las solicitudes de sus clientes	4	0.28	El Gym For Kids, en la categoría de usuarios, tiene una puntuación ponderada alta, que deja en evidencia su gran experiencia en el mercado, pero que no son especialistas en tratar el sobrepeso y la obesidad
3	0.21		3	0.21	
3	0.27		3	0.27	

Fuente: Elaboración propia

**Atención Efectiva de Solicitudes** en este factor las tres empresas obtuvieron una calificación de 4, con una puntuación ponderada de 0,28, lo que indica que las tres empresas tienen un canal positivo para atender efectivamente las distintas solicitudes de los clientes.

**Calidad en Producto y Servicio** en este factor el gimnasio “*Happy Fit Kids*” obtuvo una calificación de 4, con una puntuación ponderada de 0.28, y los gimnasios The Little Gym y Gym For Kids, obtuvieron una calificación de 3, con una puntuación ponderada de 0,21, lo que indica que el gimnasio “Happy Fit Kids”, es superior en la calidad del servicio, teniendo en cuenta que de los tres gimnasios, es el único que brinda servicios para eliminar la obesidad y prevenir los problemas de sobrepeso en los niños y las niñas.

**Lealtad del Cliente** en este factor las tres empresas obtuvieron una calificación de 3, con una puntuación ponderada de 0,27, lo que indica que las tres empresas tienen estrategias competitivas que buscan ser exclusivos en la prestación de servicios con el fin de cumplir sus objetivos.

### ***Categoría Talento Humano***

Tabla 12. MPC Talento Humano

Gimnasio Happy Fit Kids				
FACTOR CLAVE DE ÉXITO (FCE)	Ponderación (P) [0 y 1]	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P°C)	Análisis e interpretación por categoría
<b>Categoría #2 TALENTO HUMANO</b>				
Cultura Organizacional	0.10	3	0.30	El Gimnasio Happy Fit Kids tiene una puntuación ponderada es sus factores de cultura organizacional, crecimiento de la organización y estabilidad emocional y beneficios, igual que el gimnasio The Little Gym, mientras que el Gym for kids, en estabilidad emocional y beneficios supera al Happy Fit Kids, teniendo en cuenta que es una empresa constituida y cuenta con un gran equipo de talento humano a quienes les brindan una estabilidad con beneficios.
Crecimiento de la organización	0.08	3	0.24	
Estabilidad emocional y beneficios	0.07	3	0.21	

The Little Gym			Gym for Kids		
Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P°C)	Análisis e interpretación por categoría	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P°C)	Análisis e interpretación por categoría
3	0.30	En la categoría de Talento humano el Gimnasio The Little Gym cuenta con puntuación ponderada similar a la del Gimnasio Happy Fit Kids, lo que muestra que cuenta con el recurso humano necesario para el buen funcionamiento del lugar.	3	0.30	En la categoría de talento humano el Gym For Kids, tiene una puntuación alta, en comparación del Gimnasio Happy Fit Kids y el Gimnasio The Little Gym, en la estabilidad emocional y beneficios, para sus colaboradores.
3	0.24		3	0.24	
3	0.21		4	0.28	

Fuente: Elaboración propia

**Cultura Organizacional:** en este factor las tres empresas obtuvieron una calificación de 3, con una puntuación ponderada de 0,30, lo que indica que las tres empresas tienen estrategias y una estructura organizada a base de valores corporativos, lo que permite incrementar la productividad de los colaboradores, con un alto compromiso para el cumplimiento de la misión y los objetivos de la empresa.

**Crecimiento de la Organización:** en este factor las tres empresas obtuvieron una calificación de 3, con una puntuación ponderada de 0,21, lo que indica que cada una de las empresas tiene procesos de implementación de estrategias para alcanzar el éxito de su empresa mediante las ventas de sus servicios.

**Estabilidad Emocional y Beneficios:** en este factor los gimnasios “*Happy Fit Kids*” y The Little Gym obtuvieron una calificación de 3 con una puntuación ponderada de 0,21, mientras Gym For Kids, tuvo una calificación de 4, con una puntuación ponderada de 0,28, lo que indica que Gym For Kids, trabaja con mayor compromiso en la inteligencia emocional de sus empleados, mejorando el liderazgo con el fin de trabajar en equipo y evitando el estrés que genera un nivel bajo de productividad en los trabajadores.

### ***Categoría Servicios***

Tabla 13. PMC Servicios

		Gimnasio Happy Fit Kids		
FACTOR CLAVE DE ÉXITO (FCE)	Ponderación (P) [0 y 1]	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P°C)	Análisis e interpretación por categoría
<b>Categoría #3 SERVICIOS</b>				
Instalaciones	0.10	3	0.30	El Gimnasio Happy Fit Kids en la categoría de servicios en sus factores se encuentra con puntuación ponderada con el gimnasio The little Gym, mientras se encuentra por debajo en el factor de instalaciones con el Gym for Kids, teniendo en cuenta que las instalaciones de este último cuentan con espacios de patinaje y de piscina
Portafolio de servicios	0.10	4	0.40	
Calidad de Servicio	0.08	3	0.24	

The Little Gym			Gym for Kids		
Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P°C)	Análisis e interpretación por categoría	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P°C)	Análisis e interpretación por categoría
3	0.30	En la categoría de servicios The Little Ggym tiene una puntuación pondera igual a la de Happy Fit Kids,es un gimnasio que presta servicios a niños de temprana edad con clases de padre e hijo con el fin de fortalecer las habilidades de los niños.	4	0.40	EL Gym For Kids,en la categoría de servicios, tiene una alta pnderación a comparación de los otros dos gimnasios, ya que cuenta con instalaciones con espacios para piscina y patinaje, que estan incluidas en el portafolio de servicios.
4	0.40		4	0.40	
3	0.24		3	0.24	

Fuente: Elaboración propia

**Instalaciones** en este factor los gimnasios “*Happy Fit Kids*” y The Little Gym obtuvieron una calificación de 3 con una puntuación ponderada de 0,30, mientras Gym For Kids, tuvo una calificación de 4, con una puntuación ponderada de 0,40, lo que indica que Gym For Kids, tiene instalaciones que cuentan con zonas que son atractivas y llamativas para los niños, como la piscina y la pista de patinaje, que son una gran estrategia para atraer clientes, los otros dos gimnasios deben desarrollar a corto plazo estrategias que permitan mejorar las debilidades en este factor.

**Portafolio de Servicios** en este factor, las tres empresas obtuvieron una calificación de 4, con una puntuación ponderada de 0,40, lo que indica que cada una de las empresas tiene un amplio portafolio de servicios donde brindan a sus clientes diferentes actividades deportivas como natación, gimnasia, estimulación temprana en los niños, Tabata Kids, brindando a los niños diversión y aportando a mantener su buen estado físico.

**Calidad de Servicios** en este factor, las tres empresas obtuvieron una calificación de 3, con una puntuación ponderada de 0,24, donde las 3 empresas tienen estrategias que buscan satisfacer las necesidades de sus clientes, lo que les permite asegurar la

permanencia en el mercado y medir los indicadores de gestión que ayudan a la empresa a identificar si los servicios que se prestan son realmente exitosos.

### **Categoría Precio**

Tabla 14. MPC Precios

Gimnasio Happy Fit Kids				
FACTOR CLAVE DE ÉXITO (FCE)	Ponderación (P) [0 y 1]	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Análisis e interpretación por categoría
<b>Categoría #4 PRECIO</b>				
Precio asequible	0.08	4	0.32	El Gimnasio happy Fit Kids en la categoría de precios en la puntuación ponderada frente a sus competidores esta por encima, teniendo en cuenta que los precios son asequibles para los clientes, y ofece beneficios como descuentos o pases de cortesía por inscripción.
Medios de pago	0.08	4	0.32	
Descuentos por inscripción	0.08	2	0.16	
	<b>1.00</b>		<b>3.32</b>	

The Little Gym			Gym for Kids		
Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Análisis e interpretación por categoría	Calificación (C) [1, 2, 3, ó 4]	Puntuación ponderada (P*C)	Análisis e interpretación por categoría
2	0.16	El Gimnasio The Little en su categoría de precios tiene una puntuación ponderada por debajo del Gimnasio Happy Fit Kids, poniendolo en desventaja en el precio.	2	0.16	El Gimnasio Gym For Kids en su categoría de precios tiene una puntuación ponderada por debajo del Gimnasio Happy Fit Kids, poniendolo en desventaja en el precio que es de un mayor valor.
3	0.24		3	0.24	
3	0.24		3	0.24	
	<b>3.09</b>			<b>3.26</b>	

Fuente: Elaboración propia

**Precio asequible:** en este factor el gimnasio “*Happy Fit Kids*” obtuvo una calificación de 4 con una puntuación ponderada de 0,32, mientras Gym For Kids y The

Little Gym tuvieron una calificación de 2, con una puntuación ponderada de 0,16, lo que indica que “*Happy Fit Kids*” a comparación de sus competidores, maneja unos precios que son más asequibles para sus clientes brindando servicios de gran beneficio para la salud de sus hijos, lo que constituye una ventaja competitiva en la oferta ofrecida a sus clientes, aumentando de esta manera los ingresos por las inscripciones de los niños.

**Medios de pago:** en este factor el gimnasio “*Happy Fit Kids*” obtuvo una calificación de 4 con una puntuación ponderada de 0,32, mientras Gym For Kids y The Little Gym tuvieron una calificación de 3, con una puntuación ponderada de 0,24, lo que muestra que el gimnasio “*Happy Fit Kids*”, tiene mayor ventaja en este factor, teniendo en cuenta, que maneja precios bajos que pueden ser cancelados por cualquier medio de pago, mientras que los altos costos de los otros dos gimnasios, pueden generar que los clientes solo realicen pagos con tarjeta de crédito, lo que genera un mayor valor por inscripción, debido a los intereses que las entidades cobran por este tipo de transacciones, adicional a esto, los medios electrónicos en algunas oportunidades presentan fallas de línea o conexión y muchas veces los clientes pueden ser objeto de delitos financieros.

**Descuentos por inscripción:** En este factor, los gimnasios Gym For Kids y The Little Gym tuvieron una calificación de 3, con una puntuación ponderada de 0,24, mientras que el gimnasio “*Happy Fit Kids*” tuvo una calificación de 2, con una puntuación ponderada de 0,16 lo que muestra que este último presenta una desventaja frente a sus competidores, teniendo en cuenta que son gimnasios que llevan una trayectoria en el mercado, pueden manejar un número mayor de promociones y descuentos constantemente para sus clientes, mientras que “*Happy Fit Kids*” está en etapa

de iniciación por lo cual las promociones son limitadas, por lo anterior se necesita aumentar las ventas prestando servicios de calidad, a precios bajos.

Analizando los resultados de la matriz competitiva con los dos gimnasios y teniendo en cuenta cada categoría, se puede concluir que el Gimnasio “*Happy Fit Kids*” maneja un resultado ponderado de 3.32, siendo este un porcentaje bueno, demostrando que su objetivo principal de disminuir el sedentarismo y prevenir el sobrepeso y la obesidad, no cuenta con una competencia directa, aun cuando existen gimnasios enfocados para niños, “*Happy Fit Kids*” sabrá aprovechar las oportunidades y trabajara en fortalecer sus estrategias para el cumplimiento de sus objetivos, buscando siempre satisfacer las necesidades de sus clientes, aportando beneficios para la salud, con servicios de calidad a precios asequibles para todos los estratos socioeconómicos.

#### **5.4 Diseño Estratégico Matriz DOFA**

Realizando el análisis de las debilidades y oportunidades de la matriz del perfil de capacidad interna PCI y evidenciando las oportunidades y amenazas que arroja la matriz del perfil y oportunidades y amenazas del medio POAM, se realiza un cruce de las dimensiones internas vs las dimensiones externas; lo que arroja 12 estrategias que fortalecerán la dinámica y puesta en marcha del gimnasio, las cuales se relacionan a continuación.

#### ***Estrategias Fo***

Tabla 15. Estrategias fo

Dimensiones internas VS Dimensiones externas	Oportunidades
	O1. Número de grupos de interés especial
	O2. Actitudes hacia el servicio al cliente
	O3. Ubicación Geográfica por Localidades
Fortalezas	ESTRATEGIAS FO
F1. Flexibilidad de la estructura organizacional	E1 F1O1(Diversificación relacionada). Fortalecer la estructura interna de la organización en competencias y habilidades del talento humano, para ser mas competitivos en el mercado.
F2. Fuerza de producto, calidad, exclusividad	E2. F2O2 (Desarrollo de mercado). Aumentar las inscripciones, fidelizando a los clientes a través de servicios exclusivos y personalizados de alta calidad.
F3. Rentabilidad retorno de la inversión	E3. F3O3(Tipo). (Desarrollo de mercado) Penetrar un mercado que se encuentra establecido del mundo fines, con un factor diferencial enfocado en niños y niñas en la zona occidente de la ciudad de Bogota.

Fuente: Elaboración propia

### *Estrategias Fa*

Tabla 16. Estrategias Fa

Dimensiones internas VS Dimensiones externas	Amenazas
	A1. Cambios en la política fiscal y monetaria del gobierno
	A2. Actitudes hacia el ahorro
	A3. Fluctuaciones de precios
Fortalezas	ESTRATEGIAS FA
F1. Flexibilidad de la estructura organizacional	E7 F1A3(Alianzas estratégicas). Establecer alianzas con las Entidades Distritales, con el fin de fortalecer y mejorar la condición física de los niños y niñas de la localidad de Kennedy.
F2. Fuerza de producto, calidad, exclusividad	E8. F2A1 (Segmentación o Enfoque). Ofrecer servicios a precios asequibles, para el mercado objetivo.
F3. Rentabilidad retorno de la inversión	E9. F3A2 (Diversificación relacionada). Establecer planes que permitan reducir los riesgos de los factores económicos externos frente a la rentabilidad de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

### *Estrategias do*

Tabla 17. Estrategias Do

Debilidades	ESTRATEGIAS DO
D1. Evaluación y pronósticos del medio	E4 D1O2 (Diferenciación). Evaluar las condiciones del mercado establecido, tomando algunos factores como referencia para complementar el servicio ofrecido.
D2. Acceso a capital cuando lo requiera	E5. D2O2 (Diferenciación). Realizar estrategias que permitan estar preparados para una demanda mayor de los clientes potenciales, buscando nuevas fuentes de financiamiento.
D3. Nivel de remuneración	E6. D3O2 (Innovación). Realizar innovación a los servicios, captando más clientes, lo cual permitiera el aumento de los ingresos, en beneficio del equipo de talento humano de la organización.

Fuente: Elaboración propia

### *Estrategias da*

Tabla 18. Estrategias Da

Debilidades	ESTRATEGIAS DA
D1. Evaluación y pronósticos del medio	E10 D1A1 (Riesgos compartidos). Construir planes de acción de gestión institucional evitando los posibles riesgos que se puedan presentar durante la marcha por los cambios que presente en el medio y las políticas gubernamentales.
D2. Acceso a capital cuando lo requiera	E11. D2A2 (Liderazgo en costo). Garantizar un flujo de caja constante y adecuado, que permitan mantener la estabilidad en los precios del portafolio de servicios, donde los clientes puedan disfrutar de los beneficios del gimnasio, a bajos costos en comparación con el mercado.
D3. Nivel de remuneración	E12. D3A3 (Desarrollo de producto). Crear políticas internas que permitan establecer planes de acción para mantener las condiciones laborales, con el fin de prevenir los cambios externos que influyan en la rentabilidad de la empresa.

Fuente: Elaboración propia

## 5.5 Retos Estratégicos

Luego de analizar el perfil de la capacidad interna PCI y el diagnóstico del perfil de oportunidades y amenazas del medio POAM; se crea la matriz DOFA, identificando 12 estrategias de las cuales se establecieron 3 retos fundamentales para la puesta en marcha del gimnasio.

### ***Reto Estratégico 1***

(E1E6E12) **Talento Humano Idóneo con Actitud de Servicio.** Contratar personal calificado con habilidades y destrezas en trabajo con niños; enfocado a cumplir los objetivos de la organización.

Este reto estratégico es fundamental para la empresa debido a que abarca la contratación eficaz del personal que se requiere para el buen funcionamiento del gimnasio, teniendo en cuenta que el éxito de la empresa empieza por este proceso, si no se realiza una contratación acertada, se presentaran muchos problemas, como rotación constante de personal y perdida de información. Por las razones anteriores, se deberá implementar un proceso de reclutamiento de personal adecuado con el fin de captar personal idóneo con capacidades, habilidades y destrezas enfatizados a la vocación del servicio, amabilidad y servicio al cliente.

### ***Reto Estratégico 2***

(E2E3E8) **Servicio de gimnasio para niños exclusivo con calidad a precios asequibles.** Ofrecer un portafolio de servicios a través del gimnasio para mejorar la condición física de los niños y las niñas, incursionando en un mercado que no ha sido explorado en la Localidad de Kennedy

Bajo las condiciones que se presentan en la actualidad, las transformaciones y cambios de todo orden y dimensión (sociales, políticas, tecnológicas, culturales) desencadenan una situación de incertidumbre y complejidad para la vida individual y social, Una empresa enfrenta su futuro generando valor y capitales básicos para el incremento del nivel de vida de las sociedades “*Happy Fit Kids*” presenta una alternativa

de mejora para la salud de los niños y niñas de la zona sur occidente de la ciudad de Bogotá a precios realmente asequibles de acuerdo al poder adquisitivo de la población, por medio de un portafolio de servicios enfocado al incremento de actividad física diaria, semanal y mensual de los niños que presentan algún tipo de alteración como el sobre peso y la obesidad, se busca instaurar en los clientes confianza para garantizar la fidelidad lo cual permita reconocer al gimnasio como un verdadero concepto de idea de negocio siendo competitivo en la economía de hoy.

### **5.3. Reto Estratégico 3**

(E5E11): Incrementar los ingresos del gimnasio.

A través de las diferentes estrategias de marketing se captarán nuevos usuarios, con la prestación de un servicio de calidad se fidelizarán a los clientes existentes, se buscará diversificar el portafolio de servicios creando más impacto en el mercado. Se realizarán investigaciones de mercados para abrir una nueva sucursal, ampliando la capacidad instalada, lo que conlleva a un reconocimiento mayor del gimnasio generando recordación y posicionamiento, obteniendo un incrementado en las inscripciones, por ende mayores ingresos.

### **5.6 Misión**

*“Happy Fit Kids”* brinda soluciones prácticas a través de actividades lúdico – deportivas con la finalidad de disminuir y prevenir los problemas de obesidad y el sobrepeso en los niños y las niñas en edades entre los 6 a 12 años, aportando positivamente al mejoramiento de las condiciones físicas y la calidad de vida de nuestros clientes.

## 5.7 Visión

Para el 2025 el Gimnasio “*Happy Fit Kids*” será una empresa líder a nivel Distrital, reconocida por su calidad y efectividad en mejorar la condición física de los niños y las niñas a través de su amplio portafolio de servicios.

## Módulo 6. Investigación de Mercados.

### 6.1 Mercado Potencial

De acuerdo al resultado evolutivo del mundo fitness en los últimos años, se puede evidenciar que las personas están en la tendencia de mejorar su aspecto físico tanto por perfecciones estéticas como de salud, en Colombia se estima que el 3,72% de la población asiste a gimnasios (GODOY, 2020), estos se han venido mejorando y estableciendo en el mercado con más fuerza debido al aumento de entradas de cadenas internacionales fitness que estandarizan con niveles de profesionalidad y calidad más altos; lo que ha hecho evolucionar los gimnasios tradicionales para mejorar sus instalaciones y su concepto de negocio.

Podemos comprender que, el negocio fitness actualmente está establecido para hombres y mujeres mayores de edad, sin embargo en Colombia y en el mundo existe una problemática evidente que impacta a los futuros adultos de nuestra sociedad; Teniendo en cuenta que el sobrepeso y la obesidad es catalogada por la Organización mundial de la salud (OMS) (Salud, 2009) como una de las principales fuentes de enfermedades no transmisoras, y que el exceso de peso en escolares y adolescentes se encuentra a la alza a nivel mundial principalmente caracterizado por el consumo de alimentos ultra procesados

y bebidas azucaradas, así como la inactividad física y el uso de tiempo libre en actividades sedentarias como videojuegos, la televisión y la apropiación de la tecnología como estilo de vida, surge la necesidad de realizar una prevención de la obesidad infantil de una manera accesible, disponible y asequible con la implementación de un gimnasio lúdico deportivo “*Happy fit kids*” enfocado en niños en edades de los 6 a los 12 años.

## **6.2 Targets**

El servicio de gimnasio está dirigido a niños y niñas con edades entre los 6 a 12 años, que deseen tener una mejor condición física, que presenten tendencia o problemas de obesidad ubicados en la localidad de Kennedy.

### ***Segmentación a utilizar***

- Geográfica. Localidad de Kennedy
- Demográfica. Niños y niñas con edades entre los 6 a 12 años
- Psicográfica. Niños y niñas que deseen tener un desarrollo físico adecuado, sedentarios, con tendencia o problemas de obesidad, en estratos 2, 3, y 4.

## **6.3 Principales Competidores**

En la actualidad en la ciudad de Bogotá existen dos gimnasios enfocados en brindar clases a los niños para mejorar su condición física a través de la diversión los cuales son:

## ***THE LITTLE GYM***

Es una idea de negocio que surgió en la década de los 70 por el educador Robin Wes, (Gim, 2021) creando un lugar donde los niños pudieran explorar su desarrollo físico y a la vez crecer social, emocional e intelectualmente, el gimnasio tuvo gran acogida en Estados Unidos, por lo tanto, su creador quiso llevar a más países su idea de negocio, por lo tanto, convirtió el concepto en una franquicia y actualmente está presente en 30 países el rededor del mundo.

La franquicia en Colombia se encuentra en el barrio Chico Norte, enfocados en niños y niñas desde los 4 meses hasta los 12 años, su metodología está basada en un aprendizaje tridimensional: en lo físico, cognitivo y social, desarrollando actividades deportivas y estimulación en espacios divertidos, estas actividades las brindan a través de diferentes clases.

***Parent / chil.*** niños desde los 4 meses a los 3 años, ofrecen clases en compañía de los padres que promueven el desarrollo progresivo y ofrecen un cimiento fuerte para los primeros 3 años de edad.

***Pre kínder*** Niños de los 3 a los 6 años, brindan clases de deportes para ayudarlos a que sean infantiles coordinados, a focalizar su energía y alcanzar sus metas en su desarrollo físico.

***Grande school.*** Niños de los 6 a 12 años brindan clases que ayudan a un buen desarrollo físico, a mejorar su autoestima y determinación a través de:

***Gimnasia juvenil.*** En esta clase los niños aprenden a seguir instrucciones, a relacionarse y con los diferentes juegos pone a prueba su capacidad cognitiva, lo que conlleva a aumentar sus habilidades.

Los precios que manejan los distribuyen en diferentes paquetes. Disminuyendo su costo a mayor tiempo.

- meses 1 clase por semana \$ 1.320.000. 2 clases por semana \$ 2.100.000
- 3 meses 1 clase por semana \$ 840.000. 2 clases por semana \$ 1.290.000
- 1 mes 1 clase por semana \$ 310.000. 2 clases por semana \$ 470.000
- Clase por hora \$ 90.000
- Clase de prueba \$ 30.000

Los horarios son de martes a domingo y se deben inscribir previamente a la clase que se desea realizar.

### ***GYM FOR KIDS***

Ubicado al norte de Bogotá, se describen como “*una escuela de iniciación deportiva infantil, que trabaja niños desde los 6 meses hasta los 12 años y se especializa en gimnasia, natación, patinaje y parkour, con un cuerpo docente calificado y con amplia experiencia en el trabajo con niños*” (KIDS, 2021)

Ofrecen los siguientes servicios, dependiendo de la edad de los niños y el nivel en el que se encuentren en cada clase.

- ***Natación.*** Clases de 30 minutos personalizada, valor 4 clases por \$ 360.000

- **Gimnasia.** Clase de 45 minutos grupos de 5 estudiantes valor 4 clases por \$ 240.000 una semanal u 8 clases por \$350.000
- **Patínaje.** Clase de 45 minutos grupos de 5 estudiantes, valores 4 clase por \$215.000 8 clases por \$325.000
- **Taekwondo.** Clase de 45 minutos grupos de 5 estudiantes, valor 4 clases por \$215.000.

Manejan horarios de lunes a sábado y brindan una clase de cortesía para que el cliente evidencie los servicios y se inscriba en la clase de su preferencia. (KIDS, 2021).

#### **6.4 Descripción del Portafolio de Servicios**

“*Happy Fit Kids*” se enfoca en el bienestar y buen desarrollo físico con clases lúdicas y divertidas con el fin de mejorar su condición física obteniendo un sano desarrollo. Para lograr el objetivo se realizó una investigación sobre cuales ejercicios pueden realizar los niños y niñas acordes a sus edades, los cuales se describen a continuación

##### ***Rumba Kids.***

Duración de la clase 45 minutos.

La danza es una acción, ayuda con el desarrollo físico, impulsa la creatividad, e imaginación, mejora la elasticidad, propicia la armonía de sus cuerpos y movimientos, ayuda con la concentración y equilibrio, aumenta la fuerza y la resistencia física corrige postura y fortalece su coordinación motora corporal. (Minidanza, 2013) Con la música

correcta, para cada tipo de danza se logrará la atención y entusiasmos de cada uno de ellos.

al practicarla desde muy niños aporta grandes beneficios que perduran durante la vida de la persona; Los niños crecen con más sentido de equilibrio, ritmo, conciencia y valor de su cuerpo; Se convierte en una forma divertida de hacer ejercicio, esta práctica ayuda a mejorar problemas de salud en las extremidades inferiores, pies, rodilla y piernas lo que permite a los niños tener una mejor movilidad, los niños que la practican suelen ser más emprendedores, entusiastas y sociables.

### ***Karate Kids***

Duración de la clase 45 minutos.

El karate es una técnica que busca la armonía espiritual y física de quien lo practica, es un entrenamiento que estimula la coordinación y el equilibrio, favorece a una respiración adecuada y contribuye a regular el ritmo cardíaco, potencia la orientación espacio-temporal y las habilidades viso-motoras, permite descargar el exceso de energía y potencia la concentración, fortalece la autoconfianza, el autoestima y la seguridad, ayuda a desarrollar valores positivos, estimula la capacidad para resolver conflictos de manera pacífica, Enseña a conectar la mente y el cuerpo, y educa al niño en una fuerte disciplina y respeto por los demás. (Delimas, 2018)

### ***Aeróbicos***

Duración de la clase 45 minutos.

Los aeróbicos son una combinación de ejercicios cardiovasculares, que se realizan en el tronco y extremidades, al ritmo de la música, se pueden realizar como pasos de baile o series de rutinas de ejercicios, siguiendo los movimientos de un guía o instructor. Este tipo de deporte hace que todo el cuerpo este en movimiento, mejorando la coordinación, el ritmo, la flexibilidad, ayuda a conocer el cuerpo fortalece los músculos y mejora el estado físico de cada niño.

El objetivo de los aeróbicos en los niños es mantener una respiración y frecuencia cardiaca moderada, realizando la clase de 45 minutos con un intervalo de descanso se logrará quemar grasas y azúcar, al mismo tiempo que se genera tonicidad en los músculos y se eleva la energía en ellos.

### ***Tabata Kids***

Duración de la clase 45 minutos.

El método Tabata Kids es muy usado a nivel mundial en el área de entrenamiento y acondicionamiento físico, esta clase va dirigida especialmente a los niños que presentan sobrepeso y obesidad debido al alto gasto calórico; Esta clase de ejercicios consiste en realizar 8 series de ejercicios a lo largo de 20 segundos con el mayor número de repeticiones, se cuenta con intervalos de tiempos cortos para la recuperación, (10 segundos) y se continua con otro ejercicio diferente. (Isabel, 2019)

### ***Todos Por Uno***

Duración de la clase 45 minutos

Se realizarán talleres en conjunto con padres con el fin de instaurar en las familias un estilo de vida saludable, acompañamiento continuo del menor y afianzamiento de las familias por medio de prácticas educativas y ejercicios motivacionales que incentiven a los niños en el autocuidado personal.

### ***Dominando mi Cuerpo***

Duración de la clase 45 minutos

Este servicio se enfocará en el fortalecimiento del patrón postural, esquema corporal, espacio corporal y habilidades motrices coordinadas, con el fin de que los niños realicen el reconocimiento de cada una de las partes del cuerpo que desempeñarán un papel esencial en la estructuración consciente del elemento central de la personalidad.

### ***Yoga Kids***

Duración de clase 45 minutos.

El yoga es una disciplina que los niños pueden practicar, es un conjunto de técnicas de concentración que se practican para conseguir un mayor control físico y mental, contribuye a estimular su desarrollo psicomotriz a mejorar el equilibrio y ayuda a la relajación. (Español, 2017)

## **6.5 Ventaja Competitiva**

La ventaja competitiva del gimnasio lúdico deportivo “*Happy Fit Kids*” está focalizada en brindar un servicio para niños centrada en una ubicación estratégica en la

localidad de Kennedy, en donde hasta la fecha, no se cuenta con ningún gimnasio enfocado a niños, como valor agregado, se ofrecerá acompañamiento en temas alimenticios para el control nutricional con el fin de manejar la obesidad, el sedentarismo o la búsqueda de la vida sana.

## **6.6 Propuesta de Valor**

El Gimnasio *Happy Fit Kids* especializado para niños entre los 6 y 12 años ofrece a sus clientes un portafolio de servicios para mantener un buen estado físico, brindándoles espacios agradables donde además de estimular hábitos de vida saludable, podrán divertirse con la amplia oferta de deportes y actividades de alta calidad que les ayudará a fortalecer y desarrollar sus habilidades físicas y motoras y de esta manera prevenir el sobre peso y la obesidad.

Happy Fit Kids ofrece un plan personalizado teniendo en cuenta la necesidad de cada uno de sus clientes con rutinas lúdico-deportivas que incentiven a los niños a cambiar su estilo de vida y a prevenir enfermedades relacionadas con el sedentarismo y los malos hábitos alimenticios.

Las sesiones de cada rutina tendrán una duración máxima de 45 minutos y serán dirigidas por personal especializado y calificado en cada una de las áreas (nutricionistas, kinesiólogos y profesores de educación física y entrenamiento personalizado).

Las actividades serán desarrolladas en instalaciones adecuadas para uso exclusivo de los niños con la seguridad que permita proteger la integridad de los niños y sus acompañantes.

## Perfil del Cliente.

Para definir el perfil del consumidor, se realizó una investigación de la cantidad de niños y niñas en edades de 6 a 12 años en la localidad de Kennedy, encontrando total de población flotante de 131.888 de los cuales el 8.71% (11.479 niños) presentan problemas de sobrepeso y el 2.75% (3.626 niños) problemas de obesidad lo que permite tener una demanda real 15.105 consumidores potenciales.

Tabla 19. proyección de población en edad escolar

Edad	2016	2017	2018	2019	2020
5	18.548	18.688	18.813	18.942	19.063
6	18.491	18.608	18.740	18.861	18.984
7	18.425	18.556	18.666	18.793	18.910
8	18.375	18.500	18.621	18.726	18.847
9	18.325	18.457	18.572	18.684	18.785
10	18.314	18.445	18.571	18.678	18.781
11	18.649	18.433	18.564	18.684	18.784
12	18.491	18.777	18.555	18.682	18.797

Fuente: Proyecciones de Población DANE - SDP, a partir del Censo 2005. Elaboración y cálculos:

Oficina Asesora de Planeación - Grupo Gestión de la Información

Con base en lo anterior y atendiendo a la necesidad de mejorar el estado físico de los niños y niñas se realiza la siguiente segmentación para identificar con más claridad las características de los consumidores y de esta manera establecer las estrategias para llegar a ellos y brindar los servicios del gimnasio.

**Geográfica.** Localidad de Kennedy; UPZ44 Américas.

**Demográfica.** Niños y niñas con edades entre los 6 a 12 años.

**Psicográfica.** Niños y niñas que deseen tener un desarrollo físico adecuado, sedentarios, con tendencia o problemas de obesidad, en estratos 2, 3, y 4.

Definiendo el perfil del consumidor de los servicios del gimnasio, son niños y niñas en edades de los 6 a 12 años, que por el sedentarismo, los malos hábitos alimenticios, el estar sumergidos en redes sociales y pasar horas frente a pantallas, que por la falta de tiempo de sus padres o tutores no puedan realizar ninguna actividad física, lo que conlleva a tener problemas de salud como el sobrepeso u obesidad, necesiten de un lugar como el gimnasio donde se ayudara a través de clases lúdico deportivas a mejorar su condición física y enfocarlos al autocuidado de su cuerpo y buen desarrollo físico.

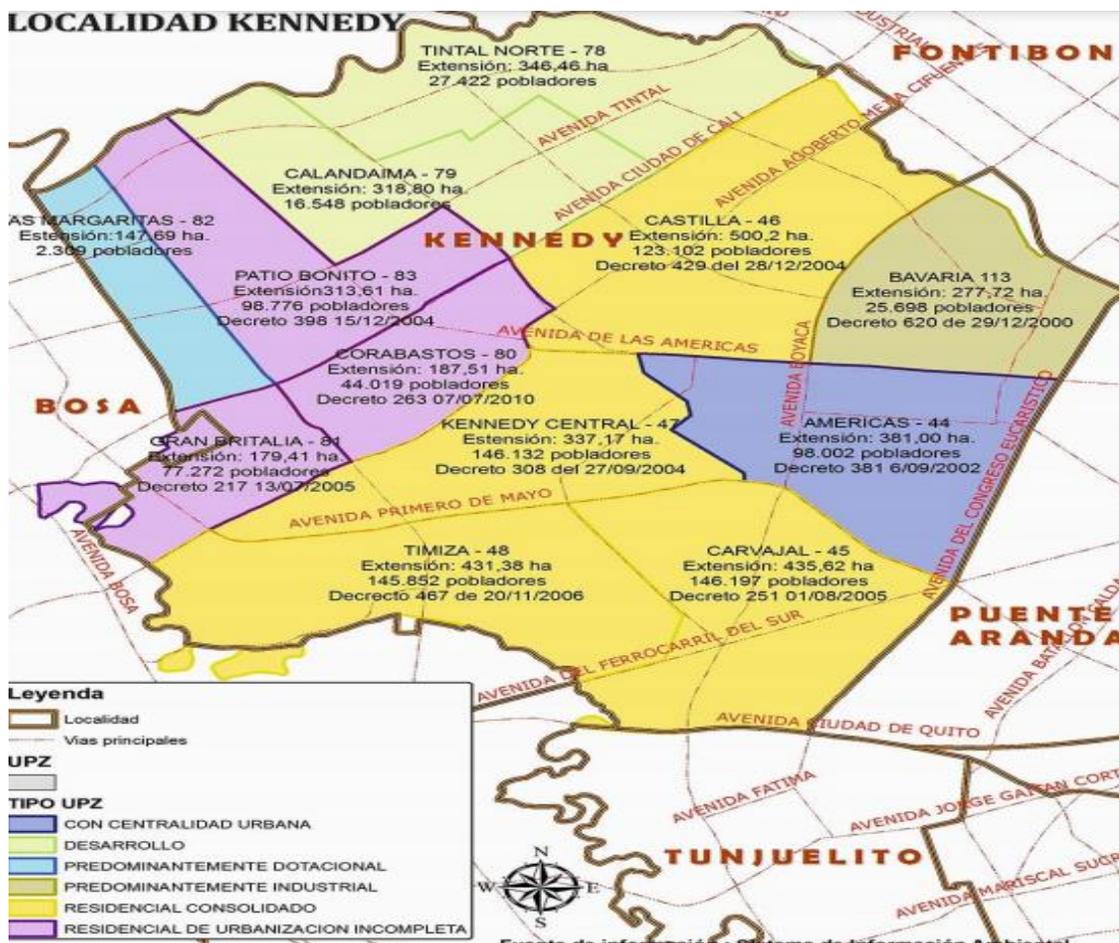
## **6.7 Análisis de la Demanda**

Para realizar el estudio de la propuesta para el gimnasio lúdico deportivo para niño y niñas, que deseen tener un desarrollo físico adecuado y que presenten tendencia o problemas de obesidad con edades entre los 6 a 12 años, se decide llevarlo a cabo en la localidad de Kennedy ya que en una de las localidades más pobladas de la ciudad, contando con 1.252.014 habitantes lo que representa el 15.3% de la ciudad contando con 389.299 hogares urbanos, ocupando el segundo lugar de participación en el total de población frente a las demás localidades. Con un índice de crecimiento poblacional del 3.9% anual. (bogota.gov.co, 2021)

Está ubicada en el sur occidente de la sabana de Bogotá y se localiza entre las localidades de Fontibón al norte, Bosa al sur, Puente Aranda al oriente y un pequeño sector colinda con las localidades de Tunjuelito y Ciudad Bolívar, por la Autopista Sur con Avenida Boyacá, hasta el río Tunjuelito

El total de la localidad es de **3855.45 hectáreas** de las cuales el 98.1% es área urbana y 1.8% es área rural. En relación con la extensión del Distrito Capital, la localidad de Kennedy representa el 11,12%, el tercer puesto en extensión. La localidad cuenta con 438 barrios ubicados en 12 UPZ. (Kennedy, 2019)

Ilustración 1 localidad de Kennedy



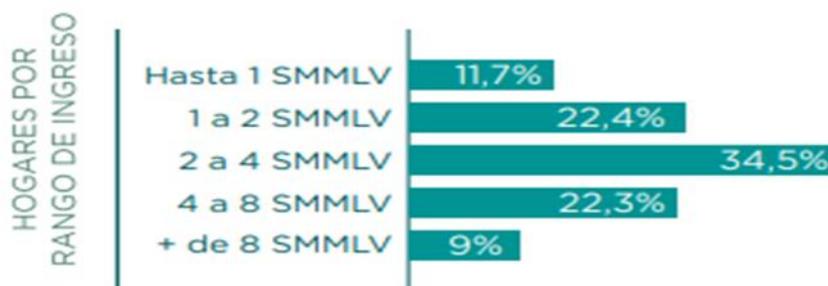
Fuente: localidad e Kennedy, caracterización general de escenarios de riesgos, 2018

Según fuentes de la Secretaría de Educación en su guía sobre la caracterización 2018, la localidad para el año 2020 y para el estudio que nos compete cuenta con una población de niños y niñas en edades entre los 6 a 12 años de 131.888

El diagnóstico local con participación social del Hospital del sur ESE informan que se presenta una tasa frente al sobrepeso y la obesidad en la localidad con una prevalencia de 8,71% y 2,75% respectivamente.

Por otra parte, cabe señalar el poder adquisitivo o de ingreso en los hogares de la localidad.

*Ilustración 2 Rango de ingresos por hogares*



Fuente: Diagnóstico Kennedy 2019, secretaria del Hábitat

Realizando el análisis de la demanda encontramos que tenemos una población flotante de 131.888 niños en edades entre los 6 a 12 años, segmentando esta población niños y niñas que deseen tener un desarrollo físico adecuado y los niños que presentan tendencia al sobrepeso o problemas de obesidad tendríamos una demanda real de 11479 niños con sobrepeso y 3626 con problemas de obesidad por un total de 15.105 consumidores potenciales de los cuales luego del estudio financiero se dan los resultados de la demanda real estimada.

## **Modulo 7. Marketing**

### **7.1 Política del Producto**

La política de producto para el gimnasio lúdico deportivo “Happy fit kids” se compone de servicio de gimnasio para el uso de máquinas, salas multiusos y asesoramiento en salud las cuales se detallan a continuación

Tabla 20. Estrategia de servicio

<b>CARACTERÍSTICAS DE SERVICIO "HAPPY FIT KIDS"</b>	
<b>Salón de maquinas</b>	Los alumnos inscritos, podrán disfrutar de una sala equipada de diferentes máquinas de trabajo, donde podrán trabajar diferentes partes del cuerpo, esto, a partir de la asesoría de los instructores a cargo y de la evaluación física y nutricional.
<b>Sala por clases</b>	<p><b>Rumba Kids:</b> Este salón estará compuesto por paredes con espejos que permiten a los niños y niñas ver e identificar los movimientos corporales, contará con el suficiente espacio para que cada alumno se sienta cómodo.</p> <p><b>Karate Kids:</b> Este salón se caracterizará por tener un piso adecuado, además de ser amplio, se busca la comodidad y armonía espiritual de los alumnos y del instructor a cargo.</p> <p><b>Aeróbicos:</b> Al ser una de las clases con mayor gasto de calorías debido a la combinación de ejercicios cardiovasculares, este salón contará con un espacio con ventiladores y ventilación natural, que permiten a los alumnos comodidad.</p> <p><b>Tabata Kids:</b> Este salón será compartido con el salón de aeróbicos, esta clase al ser de alto gasto calórico también debe contar con espacios de ventilación.</p> <p><b>Todos por uno:</b> al ser esta clase un taller focalizado en consolidar los</p>

CARACTERÍSTICAS DE SERVICIO "HAPPY FIT KIDS"	
	<p>vínculos familiares, se realizará en la sala de danzas, mediante el acercamiento de las imágenes proyectadas en los espejos.</p> <p><b>Dominando mi Cuerpo:</b> Esta clase se realizará en el salón de danzas, debido a que el enfoque de la clase es el fortalecimiento del patrón postural, esquema corporal, espacio corporal y habilidades motrices coordinadas, los alumnos se verán en los espejos lo cual permite que identifiquen la acciones a corregir inmediatamente.</p> <p><b>Yoga Kids:</b> al ser una clase de un conjunto de técnicas de concentración que se practican para conseguir un mayor control físico y mental, se realizará en el salón de Karate será un espacio que propicie la tranquilidad y armonía.</p>
<b>Otros</b>	<p><b>Nutricionista:</b> realizará una evaluación e intervención con el propósito de mantener el buen estado nutricional, a través de acciones de promoción de una alimentación saludable y una vida activa.</p>

Fuente: Elaboración propia

## 7.2 Política de Precios

Teniendo en cuenta el estudio de mercado realizado y del análisis elaborado para cada uno de los competidores, el gimnasio lúdico deportivo “*Happy fit kids*” realizará la fijación de precios de acuerdo a la inversión inicial, ubicación demográfica y costos asociados en el sostenimiento del mismo.

Como estrategia de penetración de mercado los precios iniciales contarán con planes integrales que se detallan a continuación

Tabla 21. Política de precios

PRECIOS HAPPY FIT KIDS					
SERVICIO	PRECIO	CARACTERISTICAS	HORARIO	CLASES MAX	OBSERVACIONES
PLAN MENSUAL	\$ 150.000	Los usuarios pueden acceder a las diferentes clases ofertadas de lunes a domingo, 1 clase por día.	L-S 7:00 AM 12 MD L-S 3:00 PM 8:00 PM D- 8:00 AM 6:00 PM	7 clases a la semana	Todas las clases están sujetas a la programación del instructor
PLAN FINES DE SEMANA	\$ 50.000	los usuarios asistirán a 1 clase por día, los días sábados y domingos.	S-D 7:00 AM 12 MD S-D 3:00 PM 6:00 PM	2 clases	
CLASE DIARIA	\$ 7.000	Los usuarios escogerán el día de preferencia y accederán a la clase de acuerdo a la disponibilidad de agrupación.	A convenir	1 clase	

Fuente: Elaboración propia

Los precios señalados anteriormente, se mantendrán durante el primer año de ejecución de actividades del gimnasio, con una proyección de incremento de precios del 5% por año sobre los precios vigentes al momento del aumento.

### 7.3 Política de Promociones

Se consideran diferentes estrategias para la promoción del servicio todas enfocadas al mercado objetivo las estrategias escogidas son las siguientes:

- **Marketing Viral** (Facebook, Instagram, twitter, búsquedas en google) a corto plazo.
- **Street Marketing.** con el cual no se espera que el cliente llegue al gimnasio, sino que por el contrario la publicidad y la promoción del servicio se llevara directamente a los consumidores. a corto y mediano plazo.

➤ **Desarrollo del producto.** se realizarán encuestas para revisar la satisfacción del servicio y las observaciones o modificaciones.

- Se realizarán descuentos por pronto pago del 10% de la mensualidad.
- Se agendará una clase de cortesía, para cada posible consumidor.
- Se entregará semestralmente una beca por tres meses a 1 niño aleatoriamente.
- Se realizará publicidad en los colegios aledaños al gimnasio donde se entregará un pase de cortesía para una clase personalizada a 5 niños por día. (previo agendamiento).
- Como compromiso social, el gimnasio entregará cada trimestre 4 clases al mes a 5 niños del sector en los que se evidencie problemas de sobrepeso.

#### **8.4 POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.**

En “Happy fit Kids” utilizaremos una política de distribución directa, así de esta manera dar reconocimiento y con la obtención de nuevos clientes tener un posicionamiento de marca, influenciando a nuestros posibles clientes mediante la publicidad en páginas de internet y redes sociales, la estrategia a utilizar será el branding (es el proceso de definición y construcción de una marca mediante la gestión planificada de todos los procesos gráficos, comunicacionales y de posicionamiento que se llevan a cabo.), donde mediante banner con anuncios dinámicos y estáticos, las personas que naveguen en internet y paginas sociales tendrán un conocimiento de la idea de negocio y de los principales servicios.

De igual manera se utilizará el retargeting (es una técnica de marketing digital cuyo objetivo es impactar a los usuarios que previamente han interactuado con una

determinada marca.) logrando de esta manera que las personas que visitaron alguno de nuestros medios de difusión, cuando salgan de allí y sigan navegando por otras webs. De repente en los anuncios de la web donde está navegando aparece publicidad sobre nuestro servicio.

### **7.3 Política de Servicio al Cliente**

Para realizar la fidelización de los clientes , y a su vez dar una percepción de un servicio focalizado y personalizado se contará con la atención a los padres y niños por uno de los entrenadores físicos del gimnasio cuya función será dar a conocer el portafolio de servicios ofertado, beneficios a la compra del plan, un recorrido corto de las instalaciones, adicional se agendará la clase de cortesía con el fin de captar la atención del posible comprador.

El gimnasio por encontrarse en la zona occidente de la ciudad de Bogotá, cuenta con gran afluencia de niños en colegios públicos y privados que no cuentan con espacios que propicien a los buenos hábitos de autocuidado y entrenamiento físico lo que brinda una mayor oportunidad de atraer clientes.

### **7.4 Proyección de Ventas**

De acuerdo a los resultados obtenidos se proyecta un total de ventas por año relacionados en la siguiente tabla

Tabla 22. Tabla de precios

VENTAS POR AÑO GIMNASIO "HAPPY FIT KIDS" EN MILES (000)					
VENTAS TOTALES / AÑO	1	2	3	4	5
PLAN INTEGRAL (MENSUALIDAD)	135000	163.013	196.823	237.545	286.999
PLAN FDS	6000	7.245	8.748	10.561	12.763
CLASE X HORAS	336	406	489	591	714
<b>TOTAL</b>	<b>141.336</b>	<b>170.663</b>	<b>206.060</b>	<b>248.697</b>	<b>300.476</b>

Fuente: Elaboración Propia

Con la capacidad operativa proyectada para el gimnasio, se espera un total de ventas para el año 1 de \$ 141.000.000, para el año 2 de \$ 170.663.000, para el año 3 de \$206.060.000, para el año 4 de \$ 248.697.000 y para el año 5 de \$ 300.476.000. con las ventas estimadas, el gimnasio será operativo eficientemente.

## Módulo 8. Plan Operativo

Para la implementación del gimnasio es necesario identificar y detallar, varios aspectos técnicos para la buena prestación del servicio, como: los proveedores, localización, insumos e infraestructura. A continuación, se detalla cada factor.

### 8.1 Descripción del Proceso de Prestación Del Servicio

En el Gimnasio "Happy Fit Kids", prestará servicios deportivos a través de actividades lúdico-deportivas para los niños con sobrepeso y tendencia a la obesidad, teniendo en cuenta el sedentarismo, la mala alimentación y la falta de actividad física, que a futuro dará origen a enfermedades que afectaran notablemente su estado de salud.

Inicialmente se realizará una evaluación integral a cada niño inscrito, para determinar el peso y la medida corporal y así tener al detalle un diagnóstico del estado físico de cada niño.

El Gimnasio brindará actividades lúdico-deportivas que se desarrollarán en ambientes novedosos y seguros para los niños y estarán dirigidas por profesionales con amplia experiencia, que buscarán mejorar y mantener el buen estado de salud de los niños, a través de rutinas y actividades divertidas como lo son Rumba Kids, Todos por Uno, Karate Kids, Aeróbicos, Yoga Kids, Dominando mi Cuerpo y Tabata Kids. Se tendrá un profesional en nutrición que hará un seguimiento personalizado que realizará recomendaciones a los padres de los niños para que ellos brinden a sus hijos una alimentación más saludable, mostrando así periódicamente los avances de los niños a cada padre.

## **8.2 Proveedores**

Happy fit Kids, contratará de forma directa a los proveedores, garantizando la obtención de los diferentes equipos, maquinas, elementos deportivos he insumos para la puesta en marcha del gimnasio; los cuales se seleccionarán por su calidad, cumplimiento, garantías, bajos riesgos y servicio técnico. A continuación, se detalla el proveedor a utilizar para cada producto

Tabla 23. Proveedores

PROVEEDORES	PRODUCTO O SERVICIO
Nafer	5. Bicicleta Estática 6KG Ultra Silenciosa Para Spinning Con Pantalla   CY-S300
Nafer	5. Caminadora Eléctrica K6 - Modelo AEOS
Bus tamante Deportes	2. Trampolines
Sues calar	2. Muro De Escalar
Bus tamante Deportes	Elementos Deportivos: 50 Ula Ulas, 3 Set De Bandas Elásticas, 5 Balones Para Hacer Ejercicio, 10 Balones De Fútbol, 24 Conos Deportivos, 15 Colchonetas, 15 Lasos
Alkosto	Impresora Impresora EPSON L120
Mercado Libre	Muebles y Enseres: Escritorio Esquinero de 153X118X73 Wengue Sillón Ejecutivo 6868 Negro El sillón ejecutivo de la marca M+Design
Lenovo	Computador LENOVO V310 CORE I5
Muebles Juan David	Sala color café, capacidad 6 personas

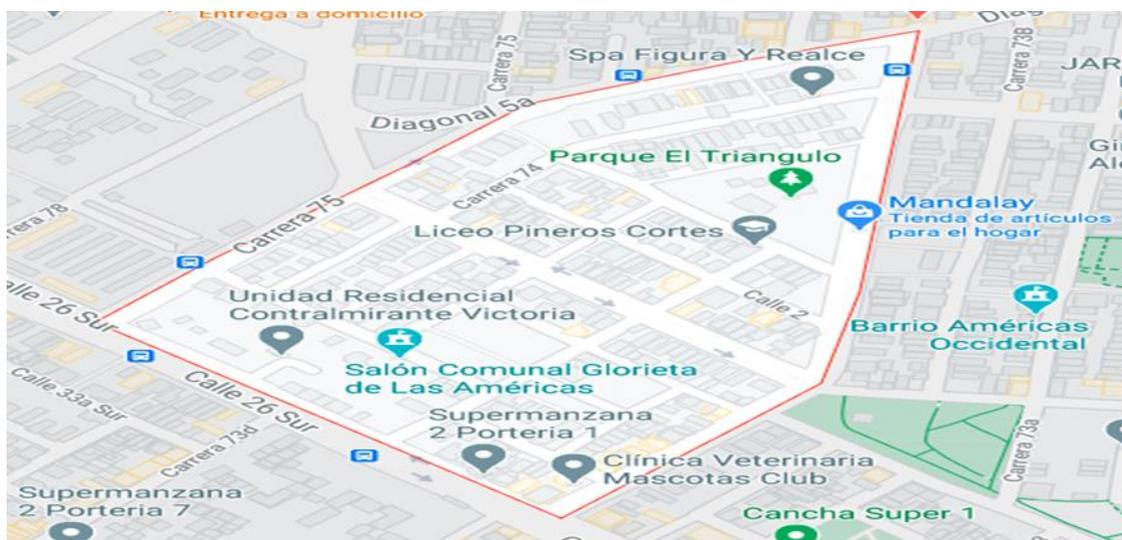
Fuente: Elaboración Propia

### 8.3 Localización

El gimnasio “*Happy fit kids*”, se ubicara en la localidad de Kennedy en el barrio Américas Occidental, se decide ubicarlo en este sitio ya que el sector es uno de los más comerciales de la localidad, cuenta con una zona comercial amplia, zona industrial, y residencial, en la zona comercial podemos encontrar al centro comercial plaza de las Américas uno de los más visitados de la ciudad, donde acuden personas de todos los estratos socio económicos, también un gran punto de afluencia de público es el parque

mundo aventura al cual van principalmente niños y niñas , grupos familiares, por la avenida primera de mayo se encuentran sectores de comercio, colegios y zonas industriales. De igual manera el sector cuenta con una zona residencial alta.

Ilustración 3 ubicación localidad Kennedy



Fuente: Google Maps

Todos estos factores nos permiten tener una correcta ubicación del gimnasio, permite llegar de una forma rápida y efectiva a los clientes, logrando realizar más captación de usuarios.

Por otra parte, el sector cuenta con varias vías de acceso como la avenida Boyacá, la avenida primera de mayo, la avenida 68, y a unos 10 minutos la avenida Américas, contando con las estaciones de Transmilenio av. Boyacá y Marsella. el sistema integrado de transporte funciona por las avenidas de acceso para que los clientes puedan llegar a las instalaciones del gimnasio. De igual manera las vías están en un buen estado lo que les permite a nuestros usuarios desplazarse en sus vehículos sin contratiempos, contando con servicios de parqueadero tanto en el centro comercial como a sus alrededores.

El gimnasio estará ubicado en un sector estratégico para la prestación de los servicios, a su alrededor está totalmente construido y se encuentran varios negocios de diferentes tipos; el sector y el gimnasio cuenta con todos los servicios públicos necesarios para la buena práctica y funcionamiento.

#### 8.4 Distribución de Áreas de Operación

Ilustración 4. Área de operación



Fuente: Elaboración Propia

Para la planta física del Gimnasio “Happy Fit Kids”, se requiere un área de 400  $m^2$ , que serán distribuidos de la siguiente forma:

- Recepción 20  $m^2$
- Sala de espera 40  $m^2$
- Oficina Auxiliar 30  $m^2$
- Oficina de Gerencia 30  $m^2$
- Vestier niñas con baño 30  $m^2$

- Vestier niños con baño 30 m<sup>2</sup>
- Zona de hidratación 40 m<sup>2</sup>
- Baño Mujeres 20 m<sup>2</sup>
- Baño Hombres 20 m<sup>2</sup>
- Salón de usos múltiples 1, 40 m<sup>2</sup>
- Sala de usos múltiples 2, 40 m<sup>2</sup>
- Sala de máquinas 60 m<sup>2</sup>

La distribución del Gimnasio Happy Fit Kids, se elaboró teniendo en cuenta los servicios que se prestaran y los elementos necesarios para el buen funcionamiento de este, articulando e integrando cada uno de los espacios, brindando confianza y seguridad tanto a los empleados, como a los clientes, con diseños exclusivos para niños.

La distribución por áreas será de la siguiente manera, a la entrada se encuentra la recepción donde se ubicara la secretaria, una sala de espera para padres o acudientes de los niños, una oficina auxiliar para el contador, la nutricionista y los entrenadores, una oficina para el Gerente del gimnasio, Vestier de niños con su respectivo baño, Vestier de niñas con su respectivo baño, dos baños auxiliares uno de mujeres y otro de hombres, una sala dotada de máquinas especializadas para que los niños puedan hacer ejercicios de acuerdo a sus capacidades y necesidades, dos salones de uso múltiple, donde se desarrollaran las clases que presta el gimnasio.

### **8.5 Ficha Técnica del Producto o Servicio**

Teniendo en cuenta el objetivo principal del Gimnasio “*Happy fit kids*”, se detallan las características principales de la prestación del servicio,.

Ilustración 5. Ficha Técnica del servicio

<p><b>FICHA TECNICA DEL SERVICIO</b></p>	
<p><b>NOMBRE DEL SERVICIO</b></p>	<p>Gimnasio para niños</p>
<p><b>DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO</b></p>	<p>El Gimnasio Happy Fit Kids, para niños y niñas entre los 6 a 12 años, ubicado en la Localidad de Kennedy, brindará el servicio de actividades lúdico-deportivas, a través de 7 clases dirigidas por profesionales, que le permitirá a los niños y niñas disminuir y controlar el sobrepeso y la tendencia a la obesidad, ayudándoles a mejorar y mantener un buen estado de salud.</p>
<p><b>CLASES</b></p>	<p>Rumba Kids, Todos por Uno, Karate Kids, Aeróbicos, Yoga Kids, Dominando mi Cuerpo y Tabata Kids</p>
<p><b>CLIENTES</b></p>	<p>Niños y niñas inscritos</p>
<p><b>PLANES Y/O PAQUETES</b></p>	<p>Plan Integral mensualidad \$ 150.000, Plan fin de semana, clases sábados y domingos \$ 50.000 Clases por horas \$7.000</p>

Fuente: Elaboración Propia

## Módulo 9. Aspectos Legales y Recursos Humanos

### 9.1 Personal

De acuerdo a las necesidades administrativas y operativas del gimnasio, se requiere que el personal contratado realice las siguientes funciones dependiendo del cargo asignado.

Tabla 24 M.F. Gerente

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	Gerente General
<b>Dependencia:</b>	Área Administrativa
<b>No. de cargos:</b>	Uno (1)
<b>PROPOSITO PRINCIPAL DEL EMPLEO</b>	
Dirigir los procesos relacionados con el manejo del talento humano, mejorando las condiciones de trabajo de los empleados, para cumplir la meta principal del gimnasio, conforme al marco normativo vigente establecido.	
<b>FUNCIONES ESENCIALES DEL EMPLEO</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Administrar el recurso humano del Gimnasio, conforme al régimen salarial, prestacional y pensional y demás normas vigentes para la materia.</li> <li>2. Administrar los recursos humanos, técnicos, administrativos y financieros del Gimnasio; manteniendo la rentabilidad y trabajando por el crecimiento de la empresa.</li> <li>3. Diseñar Estrategias para mantener el clima y la cultura organizacional del Gimnasio</li> <li>4. Atender las solicitudes y requerimientos relacionados con asuntos de su competencia.</li> <li>5. Manejar las relaciones con los clientes y los proveedores para lograr una mayor penetración en el mercado.</li> <li>6. Mantener actualizada la documentación del funcionamiento del Gimnasio.</li> <li>7. Manejar óptimamente los recursos, humanos, físicos, financieros y tecnológicos de la empresa.</li> <li>8. Promover la imagen corporativa y el crecimiento de la empresa.</li> <li>9. Coordinar la parte administrativa y operativa de la empresa</li> <li>10. Distribuir el trabajo para el buen desarrollo de la empresa</li> <li>11. Realizar seguimiento y evaluación a los procesos de la empresa</li> <li>12. Formular estrategias para fortalecer la buena gestión de la empresa</li> <li>13. Desempeñar las demás que correspondan al propósito del cargo</li> </ol>	
<b>REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADÉMICA Y EXPERIENCIA</b>	
<b>ESTUDIOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Título profesional en: Administración de Empresas, Economía, Finanzas, Comercio Internacional	Tres (3) años de experiencia profesional

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 25.MF Contador

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	Contador
<b>Dependencia:</b>	Área Administrativa
<b>No. de cargos:</b>	Uno (1)
<b>PROPOSITO PRINCIPAL DEL EMPLEO</b>	
Ejercer la función de contador del gimnasio, organizando y dirigiendo todas las actividades relacionadas con el área de contabilidad.	
<b>FUNCIONES ESENCIALES DEL EMPLEO</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elaborar todos los registros contables de la empresa</li> <li>2. Mantener actualizado el programa contable de la empresa con el fin de generar informes requeridos.</li> <li>3. Elaborar todos los documentos para la correcta presentación de la declaración de renta.</li> <li>4. Preparar los respectivos informes mensuales</li> <li>5. Realizar los cierres contables para cada vigencia</li> <li>6. Administrar correctamente la información contable y presupuestal de la empresa.</li> <li>7. Elaborar los estados financieros y realizar las conciliaciones contables de la empresa</li> <li>6. Desempeñar las demás que correspondan al propósito del cargo.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADÉMICA Y EXPERIENCIA</b>	
<b>ESTUDIOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Título profesional en: Contaduría	Cuarenta y tres (43) meses de experiencia profesional

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 26. MF secretario

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	Secretaria (o)
<b>Dependencia:</b>	Área Administrativa
<b>No. de cargos:</b>	Uno (1)
<b>PROPOSITO PRINCIPAL DEL EMPLEO</b>	
Realizar funciones de oficina, apoyando el desarrollo de las actividades del área administrativa del gimnasio con oportunidad y confidencialidad.	
<b>FUNCIONES ESENCIALES DEL EMPLEO</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Asistir en las labores secretariales al jefe del área administrativa.</li> <li>2. Realizar las inscripciones de los clientes.</li> <li>3. Elaborar oficios, memorandos y documentos que sean solicitados por el jefe del área administrativa</li> <li>4. Registrar en la agenda e informar los compromisos al jefe con oportunidad</li> <li>5. Atender a los clientes personalmente, por correo y por teléfono brindando la información de los servicios de la empresa.</li> <li>6. Realizar periódicamente los pedidos de papelería que se requieran en el área administrativa</li> <li>7. Programar las reuniones internas y externas e informarlas con la debida anticipación.</li> <li>8. Desempeñar las demás que correspondan al propósito del cargo.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADÉMICA Y EXPERIENCIA</b>	
<b>ESTUDIOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Bachiller en cualquier modalidad	Dos años de experiencia laboral

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 27. MF Entrenador Físico

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	Entrenador
<b>Dependencia:</b>	Área Operativa
<b>No. de cargos:</b>	dos (2)
<b>PROPOSITO PRINCIPAL DEL EMPLEO</b>	
Dirigir los entrenamientos de las clases para niños que se brindan en el gimnasio	
<b>FUNCIONES ESENCIALES DEL EMPLEO</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Explicar los conceptos básicos a los niños de cada clase.</li> <li>2. Preparar las rutinas de entrenamiento para cada clase, teniendo en cuenta que sean exclusivamente para niños.</li> <li>3. Explicar a los niños el uso adecuado de los maquinas que están en el gimnasio.</li> <li>4. Llevar un registro y seguimiento del estado físico de los niños.</li> <li>5. Manejar una relación de confianza adecuada con los niños.</li> <li>6. Desarrollar nuevas habilidades en los niños.</li> <li>7. Realizar evaluaciones que permitan monitorear el progreso permanente de los niños.</li> <li>8. Atender a los niños en el momento que se requiera, prestando los primeros auxilios.</li> <li>9. Ayudar a los niños a cumplir sus objetivos y a mejorar y mantener su condición física</li> <li>8. Desempeñar las demás que correspondan al propósito del cargo.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADÉMICA Y EXPERIENCIA</b>	
<b>ESTUDIOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Título: Tecnología en educación física, Licenciado en deporte y educación física	Dos (2) años de experiencia profesional

Fuente: Elaboración Propia

Tabla 28. MF Nutricionista

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	Nutricionista
<b>Dependencia:</b>	Área Operativa
<b>No. de cargos:</b>	Uno (1)
<b>PROPOSITO PRINCIPAL DEL EMPLEO</b>	
Definir un plan de nutrición para los niños inscritos al Gimnasio	
<b>FUNCIONES ESENCIALES DEL EMPLEO</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Participar en la creación de planes y programas de nutrición para los niños.</li> <li>2. Diligenciar los formatos de diagnóstico de los niños</li> <li>3. Desarrollar estrategias alimenticias que ayude a los niños a conseguir buenos resultados y a recuperarse de las actividades deportivas que se realizan en el gimnasio.</li> <li>4. Establecer un horario de comidas para los niños</li> <li>5. Explicar a los niños que alimentos se debe y no se deben consumir antes de realizar las clases.</li> <li>6. Incentivar a los niños a la ingesta de agua para mejorar los procesos metabólicos.</li> <li>7. Realizar evaluaciones que permitan monitorear el progreso permanente de los niños.</li> <li>8. Prevenir los trastornos alimenticios de los niños.</li> <li>9. Desempeñar las demás que correspondan al propósito del cargo.</li> </ol>	
<b>REQUISITOS DE FORMACIÓN ACADÉMICA Y EXPERIENCIA</b>	
<b>ESTUDIOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Título Profesional en: Nutrición y Dietética	Dos (2) años de experiencia profesional

Fuente: Elaboración Propia

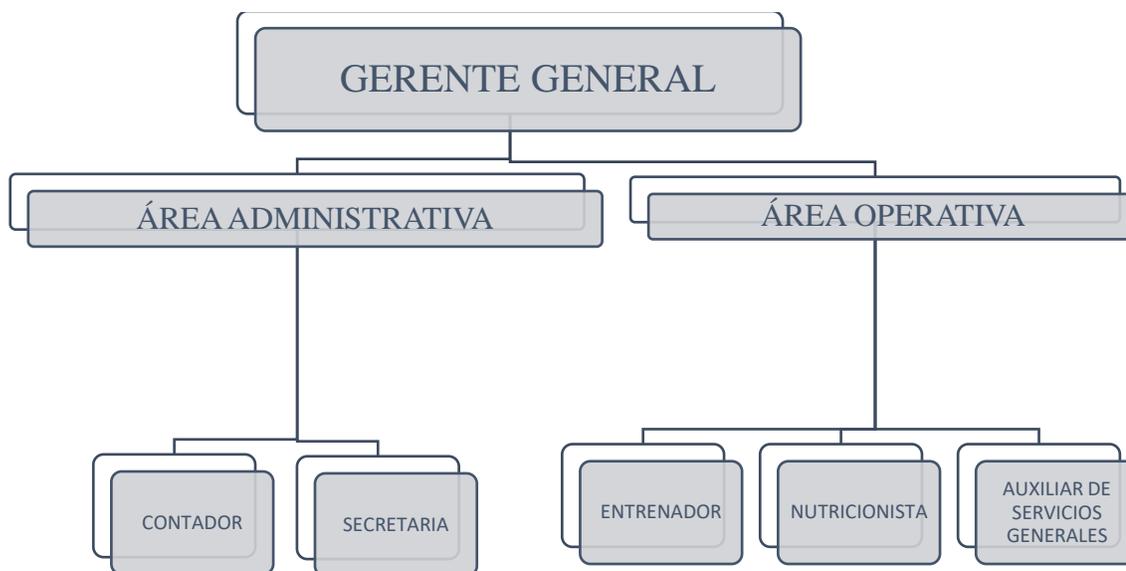
Tabla 29. MF Aux. Servicios Generales

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b>	
<b>Nombre del Cargo:</b>	Auxiliar de Servicios Generales
<b>Dependencia:</b>	Área Operativa
<b>No. de cargos:</b>	Uno (1)
<b>PROPOSITO PRINCIPAL DEL EMPLEO</b>	
Realizar las labores de aseo y limpieza de las áreas del gimnasio 5	
<b>FUNCIONES ESENCIALES DEL EMPLEO</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realizar el aseo de todas las áreas del gimnasio antes del ingreso de los colaboradores y de los clientes.</li> <li>2. Mantener los baños en condiciones óptimas de aseo y limpieza.</li> <li>3. Prestar el servicio de cafetería para los empleados del gimnasio.</li> <li>4. Clasificar la basura de acuerdo con las normas vigentes de reciclaje.</li> <li>5. Desempeñar las demás que correspondan al propósito del cargo.</li> </ol>	
<b>ESTUDIOS</b>	<b>EXPERIENCIA</b>
Título: Primaria	tres (3) meses de experiencia laboral

Fuente: Elaboración Propia

## 9.2 Organigrama

Se realiza el organigrama con el fin de estructurar las responsabilidades y niveles jerárquicos que desempeñaran los involucrados para la puesta en marcha de la idea de negocio.

*Ilustración 6. Organigrama*

Fuente: Elaboración Propia

### **9.3 Condiciones de Trabajo y Remunerativas**

El Gimnasio “Happy Fit Kids”, se encargará de dar cumplimiento a las reglas básicas con relación a las condiciones de trabajo, con el fin de asegurar a sus empleados las exigencias mínimas de trabajo, que se encuentran vigentes en el Código sustantivo del trabajo, con sus respectivas prestaciones de ley

Tabla 30. Remuneración

<b>Salario Mínimo</b>	<b>877,803</b>	<b>% Aportes Parafiscales</b>	10,00%
<b>No. SMLV Aux. Transporte</b>	<b>2</b>	Caja de Compensación Familiar	<b>4,00%</b>
<b>Auxilio de Transporte</b>	<b>102,854</b>	Icbf	<b>3,00%</b>
<b>Prestaciones de Ley</b>		Sena	<b>3,00%</b>
<b>Vacaciones</b>	<b>4,17%</b>	Otros	
<b>Cesantías</b>	<b>8,33%</b>	<b>% Aportes Prestaciones Sociales</b>	29,02%
<b>Prima</b>	<b>8,33%</b>	Salud	<b>12,50%</b>
<b>Intereses Cesantías</b>	<b>1,00%</b>	Pensión	<b>16,00%</b>
<b>% Incremento Año 2</b>	<b>3,50%</b>	Riesgos Profesionales	<b>0,52%</b>
<b>% Incremento Año 3</b>	<b>3,50%</b>	Otros	
<b>% Incremento Año 4</b>	<b>3,50%</b>		
<b>% Incremento Año 5</b>	<b>3,50%</b>		

<b>Personal Administrativo</b>		
<b>Descripción</b>	<b>Cantidad</b>	<b>Salario (miles)</b>
<b>GERENTE GENERAL</b>	<b>1</b>	<b>1.500,000</b>
<b>SECRETARIA</b>	<b>1</b>	<b>877,803</b>
<b>SERVICIOS GENERALES</b>	<b>1</b>	<b>877,803</b>

Fuente: Elaboración propia

El Gerente General tendrá un sueldo de \$ 1.500.000, la secretaria y el auxiliar de servicios generales tendrán una remuneración del salario mínimo legal vigente con su respectivo auxilio de transporte y demás prestaciones de ley, horarios laborales de acuerdo con la prestación del servicio.

Tabla 31. gastos administrativos

<b>Gastos Administrativos</b>	<b>(miles)</b>
Honorarios	<b>3.800,000</b>
Impuestos	
Arrendamiento	<b>2.000,000</b>
Seguros	
Servicios Públicos	
Servicios Transporte y Acarreos	
Gastos Legales	
Mantenimiento Reparaciones	
Gastos de Viaje	
Propaganda y Publicidad	
Elementos de Aseo y Cafetería	<b>100,000</b>
Útiles y Papelería	<b>100,000</b>
Combustibles y Lubricantes	
Envases y Empaques	
Comisiones Contado %	
Comisiones Crédito %	
Imprevistos	
Otros	

Fuente: Elaboración propia

Para el caso del contador y el nutricionista, se realizará por medio de un contrato de prestación de servicios profesionales, con cada uno de los elementos que lo componen, de acuerdo con la normatividad vigente

Tabla 32. Costos Indirectos

<b>Costos Indirectos de Fabricación</b>	<b>(miles)</b>
Honorarios	<b>450,000</b>
Impuestos	
Arrendamiento	
Seguros	
Servicios Públicos	<b>670,000</b>
Servicios Transporte y Acarreos	
Gastos Legales	
Mantenimiento Reparaciones	
Gastos de Viaje	
Propaganda y Publicidad	
Elementos de Aseo y Cafetería	

Costos Indirectos de Fabricación	(miles)
Útiles y Papelería	
Combustibles y Lubricantes	
Envases y Empaques	
Comisiones Contado %	
Comisiones Crédito %	
Imprevistos	
Otros	

Fuente: Elaboración Propia

Para los entrenadores que son dos, también se realizara un contrato de trabajo por horas y por días, mediante el cual se dejará estipulado el número de horas y días que se trabajara, la distribución de la semana, todo esto sin superar el 60 % de una jornada ordinaria.

## 9.4 Nómina

Para el funcionamiento correcto del gimnasio es necesario contemplar la nómina mínima detallada a continuación:

Tabla 33. Nómina

NÓMINA											
HAPPY FIT KIDS											
											
CÓDIGO	NOMBRE	CARGO	SUELDO	DÍAS	DEVENGADOS			DEDUCIDOS			NETO A PAGAR
					BÁSICO	AUX. TRAS	TOTAL DEV	SALUD	PENSIÓN	TOTAL DEC	
1	Ivan Camilo Pérez Gómez	GERENTE GENERAL	\$ 1.500.000	30	\$ 1.500.000	\$ 102.854	\$ 1.602.854	\$ 60.000	\$ 60.000	\$ 120.000	\$ 1.482.854
2	Julieth Paola Gutierrez Alfonso	RECEPCIONISTA	\$ 877.803	30	\$ 877.803	\$ 102.854	\$ 980.657	\$ 35.112	\$ 35.112	\$ 70.224	\$ 910.433
3	Valery Acosta Rengifo	AX SERVICIOS GENERALES	\$ 877.803	30	\$ 877.803	\$ 102.854	\$ 980.657	\$ 35.112	\$ 35.112	\$ 70.224	\$ 910.433
CÓDIGO	CONTRATISTAS	CARGO	HONORARIOS	DÍAS	TOTAL						
1	Guillermo Osorio Capetillo	ENTRENADOR	\$ 1.900.000	30	\$ 1.900.000						
2	Teresa Melo Chavéz	ENTRENADORA	\$ 1.900.000	30	\$ 1.900.000						
3	Simón López Torres	NUTRISIONISTA	\$ 250.000	4	\$ 250.000						
4	Esmeralda Calderón Malaver	CONTADORA	\$ 100.000	1	\$ 100.000						

Fuente: Elaboración propia

Los gastos mensuales presupuestados en pago de nómina y honorarios suman un total de \$7.453.720 pesos, y una reserva de carga prestacional de \$ 1.424.122 por

concepto de pago de vacaciones, primas, cesantías, intereses de cesantías, acreencias laborales a las cuales tiene derecho los empleados directos del gimnasio.

### **9.5 Tipo de Sociedad**

El gimnasio “*Happy Fit Kids*”, se constituirá como una empresa por acciones simplificadas esta figura fue creada en la legislación colombiana por la ley 1258 de 2008. Está caracterizada por ser una sociedad de capitales y con naturaleza comercial, de responsabilidad limitada al montó de los aportes, se puede constituir por una o varias personas naturales o jurídicas, su objetivo es impulsar la economía con tramites simples, tiene beneficios tributarios, se constituye mediante contrato o acto unilateral; el contrato de conformación debe ser autenticado ante la cámara de comercio de Bogotá. (Restrepo, 2019)

Se decide crear la empresa bajo este tipo de sociedad, ya que brinda beneficios como son:

- Facilidad para su constitución.
- Bajos costos de registros.
- No es obligatorio la creación de junta directiva.
- Es la más utilizada para la conformación de negocios familiares.
- Facilidad en las modificaciones o reformas que se desena realizar.
- Responsabilidad limitada hasta el monto de los aportes de los socios.

#### **9.5.1Tramites de Constitución**

Para la constitución de la empresa es necesario realizar una serie de pasos los cuales se menciona a continuación:

***Consultar los nombres en el RUES.*** Se debe verificar que no exista otra empresa con el mismo nombre.

Los documentos necesarios son:

- Documento privado de constitución.
- Pre- RUT.
- Fotocopia De Cedula Del Representante Legal.
- definir los estatutos de la sociedad que va a ser constituida
- Formato Único Empresarial (Se Adquiere En La Cámara de comercio)

***Inscripción en la Cámara de Comercio.*** Dirigirse a la cámara comercio para realizar el registro el cual tiene un costo

***Crear cuenta de Ahorros.*** Se debe realizar la apertura de una cuenta de ahorros a nombre de la empresa en cualquier entidad financiera.

***Tramitar el RUT definitivo.*** Se debe solicitar el RUT definitivo presentando, cedula del representante legal, documento previo del registro mercantil y la titularidad de la cuenta de ahorros.

***Tramitar el Registro Mercantil Definitivo.*** Con el RUT se podrá solicitar el registro mercantil definitivo y solicitar copias de la matrícula. (Bogotá, 2020)

***Firma digital.*** En la creación de empresa es común tener firma digital esta ayuda a tramitar documentos por medio electrónico, facilitando los procesos y reduciendo los costos. (Colombia, 2018)

### ***9.5.2 Permisos y Limitaciones***

Para la puesta en marcha del gimnasio es necesario tener en cuenta la siguiente normatividad

***Ley 181 De Enero 18 De 1995*** (Ley del Deporte) “Por el cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el Sistema Nacional del Deporte. Que consagra en su ***Artículo 81.*** Las academias, gimnasios y demás organizaciones comerciales en áreas y actividades deportivas de educación física y de artes marciales, serán autorizados y controlados por los entes deportivos municipales conforme al reglamento que se dicte al respecto. Corresponderá al ente deportivo municipal o distrital, velar porque los servicios prestados en estas organizaciones se adecuen a las condiciones de salud, higiene y aptitud deportiva. (deporte, 1995)

***Proyecto de Acuerdo No. 005 de 2017*** “Por el cual se establecen medidas para los servicios prestados por los establecimientos que presten servicios relacionados con actividades deportivas de cualquier tipo en el distrito capital y se dictan otras disposiciones”

***Constitución Política De Colombia:*** Consagra en su ***Artículo 52:*** El ejercicio del deporte, sus manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas tienen como función la formación integral de las personas, preservar y desarrollar una mejor salud en el ser

humano. El deporte y la recreación forman parte de la educación y constituyen gasto público social. Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre. El Estado fomentará estas actividades e inspeccionará, vigilará y controlará las organizaciones deportivas y recreativas cuya estructura y propiedad deberán ser democráticas.

***Decreto 639 De 1996***, “por el cual se clasifica el uso del gimnasio de acondicionamiento físico y cardiovascular, y se adicionan algunos artículos de los Decretos 735 y 736 de 1993”.

***Acuerdo 462 de 2010***, "Por el cual se establecen lineamientos en materia de bioseguridad para los establecimientos que ofrecen servicios de: estética facial, corporal y ornamental, gimnasios, saunas, turcos, salas de masajes y establecimientos afines, en el distrito capital y se dictan otras disposiciones."

***Documento Conpes 2759- Ministerio de educación -Mindeporte- Dnp: Uds:*** Las actividades recreativas y deportivas hacen parte del desarrollo integral de las personas y se constituyen en elementos fundamentales de la educación y de la calidad de vida de la población en general. La adecuada y provechosa utilización del tiempo libre encuentra sus espacios de desarrollo en el ejercicio de este tipo de manifestaciones de la cultura contemporánea que nutren y enriquecen las relaciones sociales y permiten una sana afirmación de la identidad del individuo.

La práctica de la recreación y del deporte propicia el desarrollo físico y creativo de las personas y las colectividades, y se constituye en un factor fundamental de la promoción de la salud. (Deporte, 2020)

*Ley 1355 De 2009*, “Por medio de la cual se define la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a esta como una prioridad de salud pública y se adoptan medidas para su control, atención y prevención”. Que consagra en su *Artículo 10*. declárase. La obesidad como una enfermedad crónica de Salud Pública, la cual es causa directa de enfermedades cardíacas, circulatorias, colesterol alto, estrés, depresión, hipertensión, cáncer, diabetes, artritis, colon, entre otras, todos ellos aumentando considerablemente la tasa de mortalidad de los colombianos.

Señalada la normatividad anterior es necesario cumplir con los siguientes requisitos obligatorios contemplados en el Decreto 1879 de 2018 para abrir al público el gimnasio en la ciudad de Bogotá.

### ***Obligaciones Legales.***

Se hace necesario el cumplimiento de los siguientes requisitos contemplados en el Decreto 1879 de 2008 para abrir al público el gimnasio en la ciudad de Bogotá.

***Registro Mercantil*** permite a todos los empresarios ejercer cualquier actividad comercial y acreditar públicamente su calidad de comerciante. Además, el Registro Mercantil les permite a los empresarios tener acceso a información clave para que amplíen su portafolio de posibles clientes y proveedores. Dicho registro se debe hacer máximo en el mes siguiente a la fecha de inicio de actividades.

- Documentos necesarios para registrarse como persona jurídica ante la CCB
- Original del documento de identidad.

- Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
- Formularios disponibles en las sedes de la CCB.

Con este formulario, la CCB envía la información a la Secretaría de Hacienda Distrital con el propósito de llevar a cabo la inscripción en el Registro de Información Tributaria (RIT), siempre y cuando las actividades que va a realizar se lleven a cabo en Bogotá y estén gravadas con el Impuesto de Industria y Comercio (ICA).

***Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES)*** verificar que no exista otro establecimiento con el mismo nombre la verificación se puede hacer en la pagina **[www.rues.org.co](http://www.rues.org.co)**.

***Certificado Sayco & Acinpro.*** Se debe realizar este registro ya que se utiliza música para las diferentes clases. La información se puede obtener en la página <http://www.osa.org.co/>

***Otras normas.*** Se debe cumplir con las normas que se expidan en el lugar donde se establezca el establecimiento comercial referente al uso de suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y actividad comercial. Estas normas son las señaladas por la alcaldía local de Kennedy.

**Uso de suelo.** Debe ser tipo comercia para poder llevar a cabo la actividad del gimnasio, esta verificación se realiza con la Secretaria Distrital de Planeación consultando el enlace: <http://sinupotp.sdp.gov.co/sinupot/index.jsf> , para el caso se verifico y la ubicación del establecimiento es de tipo comercial.

***Registro de publicidad exterior visual o una Certificación de intensidad auditiva.*** Se debe solicitar a la Secretaria de Ambiente si el tipo de establecimiento

requiere del registro de publicidad exterior, de igual manera solicitar la intensidad auditiva, en la página [www.secretariadeambiente.gov.co](http://www.secretariadeambiente.gov.co)

***Concepto técnico de seguridad humana y protección contra incendios.*** Se solicita ante el Cuerpo Oficial de Bomberos y busca asegurar el cumplimiento de los temas de seguridad humana y sistemas de protección contra incendios. Se debe solicitar el concepto a través de la página está disponible: **[www.bomberosbogota.gov.co](http://www.bomberosbogota.gov.co)**

***Inscripción en el RUT.*** Se debe realizar la inscripción al RUT (Registro Único Tributario) ante la Dian. Solicitando el pre-Rut en la página **[www.dian.gov.co](http://www.dian.gov.co)**

***Inscripción en el RIT.*** (Registro de Información Tributaria a través del diligenciamiento del *Formulario RIT Establecimiento de Comercio*). ante la Secretaria de Hacienda ingresando a la página **[www.shd.gov.co](http://www.shd.gov.co)** se puede descargar el formulario y dirigirse a una ventanilla de atención para su correspondiente inscripción.

## **Módulo 10. Plan de Inversión y Financiación**

Los criterios a considerar en la estimación de la implementación del proyecto se basan de acuerdo a los resultados de los análisis de cada uno de los factores que impactan en la puesta en marcha del mismo, las inversiones necesarias y los recursos financieros a tener en cuenta para contar con una liquidez estable.

### **10.1 Inversión Inicial**

Las adquisiciones que se deben realizar para la puesta en marcha del gimnasio son las siguientes; en cuanto a, elementos deportivos, maquinas como elípticas, caminadoras,



año dos se tendrá un valor de \$150.237.000, para el año tres un valor de \$187.167.000, para el año cuatro un valor de \$259.318.000 y finalmente para el año 5 se tendrá un valor de \$377.063.000.

En el año uno, dos y tres se tienen saldos negativos en la caja inicial, ya que los primeros años empezando la idea de negocio, se están amortizando los créditos, se generan gastos, pero al tiempo se continuará trabajando fuerte en el proceso de consecución de más clientes, para que cada vez se vean reflejadas las utilidades y mayores ingresos, con la finalidad de recuperar la inversión inicial.

Tabla 35. P ingresos

CONCEPTO	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>						
Ingresos por Ventas de Contado en el Periodo	0	141.336	170.663	206.060	248.697	300.476
Ingresos por Ventas a Crédito Al Inicio del Periodo		0	0	0	0	0
Caja inicial	0	-5	-20.426	-18.893	10.621	76.586
Préstamo	4.592	0	0	0	0	0
Aporte de capital	18.191	0	0	0	0	0
<b>TOTAL, INGRESOS</b>	<b>22.782</b>	<b>141.331</b>	<b>150.237</b>	<b>187.167</b>	<b>259.318</b>	<b>377.063</b>

Fuente: Elaboración propia

### ***Presupuesto de Egresos***

Teniendo en cuenta el total de ingresos y egresos por cada año, podemos concluir que durante los tres primeros años los egresos superan por una diferencia mínima a los ingresos, pero después del tercer año los ingresos superan los egresos, lo anterior teniendo

en cuenta que, en la puesta en marcha del proyecto se tienen gastos como, costos de las instalaciones, activos fijos, elementos y suministros y otros costos como honorarios.

Tabla 36P. Egresos.

CONCEPTO	0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>EGRESOS</b>						
Pago Compras de mercancías Contado en el periodo		6.523	7.877	9.510	11.478	13.868
Pago Compras de mercancías Crédito al Inicio del Periodo		0	544	656	793	957
costo de Personal Producción		0	0	0	0	0
Costos Indirectos De Fabricación		13.440	13.927	14.431	14.953	15.494
Gastos de funcionamiento		73.200	75.850	78.596	81.441	84.389
Gastos de personal		66.804	69.142	71.562	74.067	76.659
Amortización préstamo		1.374	1.525	1.693	0	0
Compra de activos fijos	17.287	0	0	0	0	0
Gastos de iniciación y montaje	5.500	0	0	0	0	0
Pago de intereses		417	265	98	0	0
Pagos de impuestos	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>22.787</b>	<b>161.758</b>	<b>169.130</b>	<b>176.546</b>	<b>182.732</b>	<b>191.367</b>

<b>TOTAL INGRESOS</b>	22.782	141.331	150.237	187.167	259.318	377.063
<b>TOTAL EGRESOS</b>	22.787	161.758	169.130	176.546	182.732	191.367

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta el total de ingresos y egresos por cada año, podemos concluir que durante los tres primeros años los egresos superan por una diferencia mínima a los ingresos, pero después del tercer año los ingresos superan los egresos, lo anterior teniendo en cuenta que, en la puesta en marcha del proyecto se tienen gastos como, costos de las instalaciones, activos fijos, elementos y suministros y otros costos como honorarios.

***Reserva Para Otros Imprevistos***

Teniendo en cuenta que para el año 1 y 2 el gimnasio no genera utilidades se decide establecer una reserva del 15% para el capital de trabajo.

***Balance General Inicial***

De acuerdo a los resultados obtenidos proyectado en 5 años se evidencia que el gimnasio cuenta a partir del año 3, con los ingresos necesarios para su funcionamiento, así mismo se recupera el total de la inversión realizada y se obtienen ganancias.

Tabla 37. Balance

**Happy Fit Kids**  
**BALANCE GENERAL PROYECTADO**  
 En Años  
 EN MILES (\$000)

CUENTA CONTABLE	0	1	2	3	4	5
<b>ACTIVO</b>						
<b>Corriente</b>						
Caja y Bancos	-5	0	0	10.621	76.586	185.695
Inventario	0	0	0	0	0	0
Clientes		0	0	0	0	0
<b>Total Activo Corriente</b>	<b>-5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10.621</b>	<b>76.586</b>	<b>185.695</b>
Propiedad Planta y equipo	17.287	17.287	17.287	17.287	17.287	17.287
Depreciación Acumulada		613	1.226	1.839	2.452	3.065
<b>Total Propiedad, Planta y Equipo</b>	<b>17.287</b>	<b>16.674</b>	<b>16.061</b>	<b>15.448</b>	<b>14.835</b>	<b>14.222</b>
Otros Activos						
Diferidos ajustados	5.500	0	0	0	0	0
Amortización acumulada		0	0	0	0	0
<b>Total Otros Activos</b>	<b>5.500</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>22.782</b>	<b>16.674</b>	<b>16.061</b>	<b>26.069</b>	<b>91.421</b>	<b>199.917</b>
<b>PASIVOS</b>						
Cuentas por Pagar por Flujo caja		20.426	18.893	0	0	0
Obligaciones Financieras	4.592	3.218	1.693	0	0	0
Impuestos por Pagar		0	0	0	0	0
Cuentas por Pagar proveedores		544	656	793	957	1.156
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>4.592</b>	<b>24.188</b>	<b>21.242</b>	<b>793</b>	<b>957</b>	<b>1.156</b>
<b>PATRIMONIO</b>						
Aportes de Capital	18.191	18.195	18.195	18.195	18.195	18.195
Reserva Legal		0	233	3.279	9.798	20.628
Utilidades del periodo		-25.705	2.100	27.412	58.669	97.467
Utilidades Acumuladas		0	-25.705	-23.605	3.807	62.476
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>18.191</b>	<b>-7.509</b>	<b>-5.176</b>	<b>25.281</b>	<b>90.470</b>	<b>198.766</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>22.782</b>	<b>16.679</b>	<b>16.066</b>	<b>26.074</b>	<b>91.426</b>	<b>199.922</b>

Fuente: Elaboración propia

## Estados de Resultados

Según el comportamiento financiero que se proyecta para la puesta en marcha del gimnasio, este a partir del año dos genera beneficios a sus accionantes, presentado variaciones importantes por año detalladas a continuación

Tabla 38. Estado de resultados

<b>Happy fit kids</b>					
<b>ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO</b>					
En Años					
EN MILES (\$000)					
Concepto	1	2	3	4	5
Ventas estimadas					
Ingresos por ventas	141.336	170.663	206.060	248.697	300.476
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>141.336</b>	<b>170.663</b>	<b>206.060</b>	<b>248.697</b>	<b>300.476</b>
<b>Costo de ventas</b>	<b>20.507</b>	<b>22.460</b>	<b>24.734</b>	<b>27.388</b>	<b>30.518</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>120.829</b>	<b>148.204</b>	<b>181.326</b>	<b>221.309</b>	<b>269.958</b>
<b>Gastos administrativos</b>					
Nomina	42.770	44.267	45.816	47.420	49.080
Aportes sociales	24.034	24.875	25.746	26.647	27.580
Total gasto de personal	66.804	69.142	71.562	74.067	76.659
Gastos de funcionamiento	72.000	74.606	77.307	80.106	83.005
Impuesto de ICO	0	0	0	0	0
Depreciación	613	613	613	613	613
Amortización	5.500	0	0	0	0
Gasto de intereses	417	265	98	0	0
<b>Total gastos administrativos</b>	<b>145.334</b>	<b>144.627</b>	<b>149.580</b>	<b>154.786</b>	<b>160.278</b>
<b>Gastos de ventas</b>					
Nomina	0	0	0	0	0
Aportes sociales	0	0	0	0	0
Total gasto de personal	0	0	0	0	0
Gastos de ventas	1.200	1.243	1.288	1.335	1.383
<b>Total gastos de ventas</b>	<b>1.200</b>	<b>1.243</b>	<b>1.288</b>	<b>1.335</b>	<b>1.383</b>
<b>Total gastos</b>	<b>146.534</b>	<b>145.871</b>	<b>150.869</b>	<b>156.121</b>	<b>161.661</b>
	104%	85%	73%	63%	54%
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-25.705</b>	<b>2.333</b>	<b>30.458</b>	<b>65.188</b>	<b>108.297</b>
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>-25.705</b>	<b>2.333</b>	<b>30.458</b>	<b>65.188</b>	<b>108.297</b>
Impuesto de Renta	0	0	0	0	0
Impuesto Cree y Otros	0	0	0	0	0
Utilidad después de impuesto	-25.705	2.333	30.458	65.188	108.297
Reserva legal	0	233	3.046	6.519	10.830
Otras Reservas	0	0	0	0	0
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>-25.705</b>	<b>2.100</b>	<b>27.412</b>	<b>58.669</b>	<b>97.467</b>

Fuente: Elaboración propia

### ***Punto De Equilibrio***

Se determina un punto de equilibrio en el total de ventas de \$ 171. 403.000 el cual se estima que se dé, en el año dos del funcionamiento del gimnasio.

### ***Flujo De Caja.***

Los puntos de ingreso de dinero que tendrá el gimnasio son a través de los diferentes servicios o planes como son: Plan integral valor mensualidad de \$ 150.00.000 plan FDS valor \$50.000 y clase por hora valor de \$ 7.000.

Con los valores anteriores y manejando una capacidad instalada del 80% se obtendrán el siguiente flujo de caja por año.

➤ Primer año.

Por concepto de ingresos se obtendría un valor de \$ 141.331.000

Egresos \$ 161.758.000, teniendo un saldo negativo en caja de \$ 20.426.000

➤ Segundo año.

Por concepto de ingresos se obtendría un valor de \$ 150.237.000

Egresos \$ 169.130.000, teniendo un saldo negativo en caja de \$ 18.893.000

➤ Tercer año.

Por concepto de ingresos se obtendría un valor de \$ 187.167.000

Egresos \$ 176.546.000 teniendo un saldo positivo en caja de \$ 10.621.000

➤ Cuarto año.

Por concepto de ingresos se obtendría un valor de \$ 259.318.000

Egresos \$ 182.732.000 teniendo un saldo positivo en caja de \$ 76.586.000

➤ Quinto año.

Por concepto de ingresos se obtendría un valor de \$ 377.063.000

Egresos \$ 191.367.000 teniendo un saldo positivo en caja de \$ 185.695.000

Con los datos anteriores se puede evidenciar que en el tercer año de operación del gimnasio se tendrá un flujo de caja positivo, lo que le permite pagar todas sus obligaciones y cubrir los costos de la prestación del servicio, quedando una utilidad considerable en este año y en los siguientes; teniendo conocimiento del flujo de caja proyectado, permitirá la toma de decisiones a corto, mediano y largo plazo, en temas de adquisiciones y nuevas inversiones.

Tabla 39. Flujo de caja

**Happy fit kids**  
**FLUJO DE CAJA PROYECTADO**  
En Años  
EN MILES (\$000)

CONCEPTO	0	1	2	3	4	5
<b>INGRESOS</b>						
Ingresos por Ventas de Contado en el Periodo	0	141.336	170.663	206.060	248.697	300.476
Ingresos por Ventas a Crédito Al Inicio del Periodo		0	0	0	0	0
Caja inicial	0	-5	-20.426	-18.893	10.621	76.586
Préstamo	4.592	0	0	0	0	0
Aporte de capital	18.191	0	0	0	0	0
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>22.782</b>	<b>141.331</b>	<b>150.237</b>	<b>187.167</b>	<b>259.318</b>	<b>377.063</b>
<b>EGRESOS</b>						
Pago Compras de mercancías Contado en el periodo		6.523	7.877	9.510	11.478	13.868
Pago Compras de mercancías Crédito al Inicio del Periodo		0	544	656	793	957
costo de Personal Producción		0	0	0	0	0
Costos Indirectos De Fabricación		13.440	13.927	14.431	14.953	15.494
Gastos de funcionamiento		73.200	75.850	78.596	81.441	84.389
Gastos de personal		66.804	69.142	71.562	74.067	76.659
Amortización préstamo		1.374	1.525	1.693	0	0
Compra de activos fijos	17.287	0	0	0	0	0
Gastos de iniciación y montaje	5.500	0	0	0	0	0
Pago de intereses		417	265	98	0	0
Pagos de impuestos	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>22.787</b>	<b>161.758</b>	<b>169.130</b>	<b>176.546</b>	<b>182.732</b>	<b>191.367</b>
<b>SALDO FINAL EN CAJA</b>	<b>-5</b>	<b>-20.426</b>	<b>-18.893</b>	<b>10.621</b>	<b>76.586</b>	<b>185.695</b>

Fuente: Elaboración propia

### **Indicadores**

Realizando el análisis de los indicadores para el gimnasio tenemos los siguientes resultados:

**TIR.** luego de realizar los cálculos para este indicador, nos muestra un valor de rentabilidad de la inversión del 58% un porcentaje de benéfico considerable para la inversión la cual se obtiene un retorno a partir del segundo año de funcionamiento.

**VPN** (Valor Presente Neto) es positivo de \$ 109.379.000 lo que señala que la inversión incrementara el valor de la empresa, obteniendo este valor como ganancia mínima por año.

**TIO.** Para el proyecto se fijó una tasa del 10% el valor mínimo que se espera ganar con la inversión realizada.

<b>ANÁLISIS FINANCIERO</b>		<b>RESULTADO</b>
Tasa Interna de Retorno	(TIR)	58%
Valor Presente Neto	(VPN)	109.379
Tasa Interna de Oportunidad	(TIO)	10%
Relación Beneficio / Costo	(B/C)	3,97
Tasa verdadera de Rentabilidad	(TVR)	45%

### **Módulo 12. Análisis De Riesgos.**

Para ejecutar la idea de negocio del GIMNASIO HAPPY FIT KIDS, se analizarán 5 tipos de riesgos que se pueden presentar en la puesta en marcha y en la ejecución del proyecto, que pueden afectar considerable el éxito de negocio.

Por lo anterior se determinará la probabilidad de que ocurra cada riesgo en áreas estratégicas del gimnasio y el impacto que pueda tener en cada etapa de la idea de negocio, lo cual ayudará a los líderes del proyecto a identificar los activos más importantes y las amenazas a las que están expuestos y así tomar decisiones con incertidumbres un poco reducidas teniendo un efectivo proceso en el control de riesgos, con medidas de seguridad que permitan disminuir o eliminar los riesgos.

Tabla 40. Análisis de riesgos

<b>ANÁLISIS DE RIESGOS HAPPY FIT KIDS</b>		
<b>INTERNOS</b>	de costo	Sobrepasar los costos de desarrollo previstos Cambios en el propósito del proyecto Requerimientos de clientes sobrepasen los servicios ofrecidos Mala estimación de los costos durante la fase de planeación que generacion de mas gastos para el desarrollo del proyecto
	de duración	sobrepasar el tiempo previsto a la estimación del tiempo necesario Incremento de tiempos en la resolución de problemas técnicos, operacionales o externos Mala asignación de recursos o asignación de recursos no planeada Pérdida de recursos humanos no prevista.
	de maquinaria y equipo	Problemas con nuevas tecnologías o tendencias que vuelvan obsoleta la maquinaria utilizada y planteadas para el proyecto Usar maquinaria mal instalada. Fallas en la maquinaria adquirida
	Operacionales y de personal	Mala resolución de problemas no planificados Falta de liderazgo en el equipo Falta de comunicación Falta de motivación del equipo Falta de actualización de actividades, seguimiento e implementación.
<b>EXTERNOS</b>		Cambios en el mercado que vuelven el proyecto obsoleto Generación de competencia Cambios legales Cambios de normas Estándares, Riesgo de salubridad que afecten la operación normal Desastres naturales (fuego, inundación, terremoto, otros.).

Fuente: Elaboración Propia

## **Módulo 13. Sostenibilidad Ambiental y Responsabilidad Social Empresarial.**

### **Empresarial**

El gimnasio “Happy Fit Kids”, no solo está comprometido en mejorar la condición física de nuestros niños, a través del sano esparcimiento y la diversión, también dentro de sus políticas se enfocará en ayudar a los niños que no cuenten con los recursos necesarios para ingresar al gimnasio, por ende, se brindará 4 clases al mes a 5 niños del sector en los que se evidencie problemas de sobrepeso. Esta actividad se realizará cada trimestre.

### **Sostenibilidad Ambiental**

El gimnasio generará diferentes tipos de residuos, como papel para secado de manos, envases plásticos, productos de limpieza, cajas etc., a los cuales se les realizará todo el proceso de separación y reciclaje.

- Se ubicarán puntos ecológicos con su debida señalización
- Se dispondrán de contenedores para el depósito de los diferentes residuos.
- Se utilizarán las bolsas blancas para la separación y entrega del reciclaje a la empresa recolectora
- Se fomentará la cultura del reciclaje y cuidado por el medio ambiente entre el personal del gimnasio y los niños.
- Se desarrollará la iniciativa cero papeles del MINTIC, reduciendo el consumo de papel en el gimnasio, implementado sistemas para de gestión de documentos electrónicos, se minimizará la utilización de papel, enviando los

diferentes comunicados a través de los correos electrónicos y WhatsApp al personal y clientes.

El papel que se llegue a generar se reutilizara.

Se utilizarán luminarias ahorradoras.

- Las luces se tendrán apagadas en el tiempo que los niños no se encuentren en el gimnasio, de igual manera se tendrán ventanales para mayor iluminación y menos gasto de energía.

El gimnasio se enfocará en mejorar la calidad de vida de nuestros niños a través del ejercicio y a contribuir con el cuidado del medio ambiente, implementado buenas prácticas ecológicas y de responsabilidad social.

### **Recomendaciones**

- Para mantener el portafolio de servicios, se deberán realizar campañas promocionales atractivas que lleguen al mercado objetivo.
- Contratar al personal competente que cuente con las capacidades idóneas para garantizar un buen servicio con sentido humano.
- Las instalaciones del gimnasio deberán permanecer en óptimas condiciones, las máquinas y los elementos deportivos deben contar con el mantenimiento adecuado y la limpieza necesaria para el uso de los clientes.
- Se recomienda que la propuesta se lleve a la práctica teniendo en cuenta que el proyecto desde el punto de vista técnico, administrativo, financiero y legal es viable e innovador, no genera altos índices de riesgo, de acuerdo con los resultados obtenidos de los estudios realizados, lo que demuestra su éxito.

## Conclusiones

- La idea de negocio es innovadora ya que abarca un mercado que no ha sido explorado.
- Con el estudio de mercado se puede evidenciar un mercado objetivo de gran magnitud.
- Con respecto al estudio financiero se evidencia la viabilidad del proyecto, contando con una TIR del 58%.
- La inversión que se requiere para la puesta en marcha es de \$ 22. 787. 000, los cuales se empezarán a recuperar a partir del año 2.
- Los precios por los diferentes servicios que los demandantes están dispuestos a cancelar se encuentran acorde al poder adquisitivo del mercado objetivo y del sector.
- Contamos con un portafolio de servicios amplio para que a través de las clases se logre mantener y mejorar la condición física de los niños.
- Los indicadores financieros nos arrojan unos resultados viables de rentabilidad, que hacen atractivo el proyecto para los inversionistas.

## BIBLIOGRAFIA

- Bogotá, C. d. (2020). *Camára de comercio de Bogotá*. Obtenido de Camára de comercio de Bogotá: <https://www.ccb.org.co/Inscripciones-y-renovaciones/Matricula-Mercantil>
- bogota.gov.co. (Enero de 2021). *Habitantes localidad de Kennedy*. Obtenido de bogota.gov.co: <https://bogota.gov.co/mi-ciudad/localidades/kennedy#:~:text=Kennedy%20cuenta%20con%20una%20poblaci%C3%B3n,con%20mayor%20control%20y%20restricciones>.
- Colombia, E. L. (27 de 6 de 2018). *Cómo crear/formar una empresa S.A.S en Colombia*. Obtenido de Biz Latin Hub: <https://www.bizlatinhub.com/es/como-crear-formar-una-empresa-s-a-s-en-colombia/>
- Delimas. (12 de 3 de 2018). *El karate | 9 beneficios del karate infantil*. Obtenido de vive sano org: <https://vive-sano.org/actividad-fisica/los-beneficios-del-karate-en-ninos/>
- deporte, M. d. (18 de Enero de 1995). *Ministerio del deporte*. Obtenido de Ministerio del deporte: [https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85919\\_archivo\\_pdf.pdf](https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85919_archivo_pdf.pdf)
- Deporte, M. d. (2020). *Normatividad general y reglamentaria*. Obtenido de Mindeporte: <https://www.mindeporte.gov.co/index.php?idcategoria=2361>
- Español, A. C. (1 de Agosto de 2017). *Beneficios del yoga para niños*. Obtenido de ACNUR Comité Español: <https://eacnur.org/blog/beneficios-del-yoga-ninos/>
- Gim, T. L. (1 de 02 de 2021). *The Little Gim* . Obtenido de <https://thelittlegym.com.co/quienes-somos/>
- GODOY, M. C. (10 de Diciembre de 2020). *Confianza y reservas en línea, nuevos retos de los gimnasios*. Obtenido de Portafolio: <https://www.portafolio.co/negocios/confianza-y-reservas-en-linea-nuevos-retos-de-los-gimnasios-547418>
- Isabel, C. R. (26 de Diciembre de 2019). *Método Tabata para un sorprendente resultado físico*. Obtenido de CFI Reina Isabel : <https://www.cfireinaisabel.com/noticias/entrenamiento-tabata>
- Kennedy, A. L. (diciembre de 2019). *habitantes en la localidad* . Obtenido de Alcaldía Local de Kennedy: <http://www.kennedy.gov.co/>
- KIDS, G. F. (7 de 1 de 2021). *GYM FOR KIDS*. Obtenido de GYM FOR KIDS: <https://gymforkids.co/#>

- Leal, E. y. (ene- mar de 2009). *Actividad física y enfermedad cardiovascular*. Obtenido de Revista Latinoamericana de hipertensión, 4 (1) 2-17:  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=170216824002>
- Minidanza. (21 de Diciembre de 2013). *Los beneficios de la danza en el desarrollo motor del niño (I)*. Obtenido de Revista especializada en danza infantil:  
<https://minidanzarevista.wordpress.com/2013/12/21/los-beneficios-de-la-danza-en-el-desarrollo-motor-del-nino-i/>
- Radio, C. (3 de Febrero de 2020). *Cuántas personas tienen obesidad en Colombia*. Obtenido de  
[https://caracol.com.co/radio/2020/03/02/salud/1583176742\\_385355.html](https://caracol.com.co/radio/2020/03/02/salud/1583176742_385355.html)
- Restrepo, M. (29 de 11 de 2019). *SAS Colombia: definición, características y ventajas*. Obtenido de Rankia: <https://www.rankia.co/blog/mejores-cdts/3759467-sas-colombia-definicion-caracteristicas-ventajas>
- Salud, O. M. (2009). *Estrategia mundial sobre régimen alimentario, actividad física y salud*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud:  
<https://www.who.int/dietphysicalactivity/DPASIndicators/es/>