

Proyecto Emprendimiento Social

Golden Age GymClub – Centro Urbano Antonio Nariño (CUAN)

Andrés Augusto Gómez Pabón

Blanca Flor Cedeño Barrero

Jimena Vargas Ángel

Sergio David Bejarano Zuluaga

Yina Villarreal Garavito

Luz Dary Camacho Rodríguez

Universidad Nacional Abierta y a Distancia – UNAD

Escuela de Ciencias Administrativas, Contables, Económicas y de Negocios

ECACEN

Bogotá D.C., mayo de 2021

Contenido

Objetivos	10
Objetivo General	10
Objetivos Específicos.....	10
Proyecto consolidado	12
Descripción del problema.....	12
Población afectada	14
Caracterización de la población afectada.....	14
Información estadística	16
Presentación del proyecto de Emprendimiento.....	19
Factor innovador.....	19
Financiación	21
Mercado objetivo.....	21
Propuesta de valor.....	23
Etapa Empatiza.....	23
Etapa Define.....	27
Etapa Idea.....	28
Etapa Prototipo	30
Etapa Testea	39
Plan de mercadeo	42

Servicios.....	42
Atributos.....	43
Beneficios.....	43
Grupo objetivo del proyecto.....	44
Segmentación	45
Identificar la competencia.....	47
Aliados Claves.....	49
Estrategias de Mercadeo	50
Las estrategias de mercadeo definidas por tipo se presentan en la tabla 4.	50
Social Media.....	51
Página Web – Plataforma WIX.....	53
Proyecciones operativas, financieras y evaluación.....	55
Tamaño del proyecto:	55
Disponibilidad insumos:.....	56
Descripción técnica del producto (bien o servicio)	57
Descripción de la maquinaria o instalaciones necesarias.....	60
Distribución en planta.....	63
Descripción de los cargos, presentación del organigrama y las necesidades de personal	65
Procesos preoperativos,.....	72

Localización	74
Proyecciones de ventas	76
Precio de venta.....	78
Proyecciones ingresos por ventas	78
Capital de trabajo.....	79
Fuentes de inversión	83
Conclusiones.....	84
Bibliografía.....	85

Índice de tablas

Tabla 1. Servicios del Gimnasio.....	42
Tabla 2. Descripción segmentación de la población.....	46
Tabla 3. Calificación análisis de la competencia.....	48
Tabla 4. Estrategias de mercadeo	50
Tabla 5. Capacidad diseñada	55
<i>Tabla 6. Capacidad instalada</i>	<i>56</i>
Tabla 7. Relación de Insumos y proyección de gastos anual	57
Tabla 8. Ficha técnica del servicio.....	58
Tabla 9. Relación de muebles y enseres.....	61
Tabla 10. Requerimientos de infraestructura.....	61
Tabla 11. Requerimientos de equipos especializados.....	62
Tabla 12. Relación de equipos de cómputo y software.....	63
Tabla 13. Personal requerido.....	72
Tabla 14. capacidad instalada.....	76
Tabla 15. Proyecciones de ventas.....	77
Tabla 16. punto de equilibrio.....	78
Tabla 17. Proyecciones de ingresos por ventas	78
Tabla 18. Proyecciones de ingresos por ventas (mensual).....	79
Tabla 19. Flujo de caja mensual	80
Tabla 20. Saldos acumulados	81
Tabla 21. Inversión total.....	82

Índice de gráficos

Gráfico 1 Distribución población CUAN.....	14
Gráfico 2. Porcentaje de prevalencia de Enfermedad en adulto y adulto mayor.....	16
Gráfico 3. Distribución grupos de edad. población colombiana	16
Gráfico 4. Número de personas por grupo etaria.....	22
Gráfico 5. Diagrama Causa- Efecto	25
Gráfico 6.Mapa Mental	27
Gráfico 7.Matriz Eric	29
Gráfico 8. Infografía Gimnasio	31
Gráfico 9. Porcentaje de personas por género que diligenciaron la encuesta	34
Gráfico 10. Porcentaje de preferencia de servicios.....	36
Gráfico 11. Porcentaje de interés por acceso a servicios complementarios.....	37
Gráfico 12. Calificación de los servicios	37
Gráfico 13. Poster Gimnasio para Adultos Mayores	40
Gráfico 14. Guion gráfico	41
Gráfico 15. Número de personas por grupo etario	45
Gráfico 16. Porcentaje de usabilidad de redes sociales por rango de edad.....	52
Gráfico 17. Porcentaje de usabilidad redes sociales por género	52
Gráfico 18. Logotipo.....	54
Gráfico 19. Organigrama.....	66
Gráfico 20. Pasos implementación Resolución Habilitación de Servicios	73
Gráfico 21. Ubicación Entorno geográfico	74
Gráfico 22. Ubicación real del local dentro del CUAN.....	75

Introducción

En el siguiente trabajo presenta la propuesta del proyecto social de emprendimiento enfocado al Diseño y Desarrollo de actividades físicas para el adulto mayor del Centro Urbano Antonio Nariño.

Dicho proyecto se presenta estructurado en diferentes fases; la primera contempla, el ejercicio de identificación de la problemática social basada en la vida saludable y el bienestar para los adultos y adultos mayores del Centro Urbano Antonio Nariño (CUAN), ubicado la localidad de Teusaquillo de la ciudad de Bogotá, para tal efecto se planteó este emprendimiento social basado en la problemática de exclusión de estas y la falta de lugares aptos para el desarrollo de actividades que se fundamenten, en planes y programas de promoción y prevención en salud que propendan por mejorar las condiciones de salud y la calidad de vida de este grupo poblacional.

Para definir el tipo de actividades que enmarquen este emprendimiento, se realizó, una caracterización de la región, presentando datos estadísticos que permiten evidenciar el impacto a la comunidad e identificando las posibles causas de la problemática y brindando las posibles alternativas de solución al problema, adicionalmente se estableció y definió la población afectada dentro del CUAN, detallando datos sociodemográficos y de morbilidad, los cuales son claves y fundamentales para el diseño y desarrollo de este emprendimiento.

La segunda parte involucra la descripción general del proyecto de emprendimiento social propuesto, enfatizando en las acciones de innovación social que se pretenden generar alrededor de este.

Posteriormente se genera la propuesta usando como metodología, las técnicas de evaluación, particularmente, el Design Thinking, la cual permitirá generar el desarrollo del Gimnasio CUAN (Centro Urbano Antonio Nariño) a través del ejercicio empleando las diferentes etapas, Empatiza, Define, Idea, Prototipa y Testea donde se evaluará cada proceso del proyecto.

Considerado los elementos anteriormente descritos para la propuesta del Gimnasio para la comunidad Adulta mayor del Centro Urbano Antonio Nariño, se establecieron los elementos necesarios para definir las estrategias de marketing, desarrollando cada uno de ellos y estableciendo las mejores acciones, que permitan lograr los resultados esperados creando marco, generando el posicionamiento esperado y estableciendo la diferencia frente a su competencia favoreciendo así mantenerse en el tiempo, con excelentes resultados y beneficios.

Finalmente, muestra la proyección operativa y financiera permitiendo establecer las necesidades y los impactos de índole administrativo y económico que se requieren, es importante establecer con precisión y calidad todo aquello necesario y fundamental para lograrlo, es por esto que este trabajo muestra los requerimientos en estas áreas para la implementación del Gimnasio para el Adulto mayor del Centro Urbano Antonio Nariño. Dichas necesidades operativas, se definieron principalmente en la capacidad instalada, en las necesidades de equipo, material herramientas, en la definición del recurso humano y el planteamiento del organigrama funcional que será instaurado, en la localización y en la descripción de los servicios que serán prestados.

Se espera que esta propuesta contribuya a dar solución a las principales problemáticas de este grupo de población y propenda por la satisfacción de sus necesidades y por el mejoramiento de su nivel de vida.

Objetivos

Objetivo General

Diseñar y organizar un proyecto para la comunidad, especializado en el desarrollo de planes y programas de Actividad física como (Yoga, Pilates, spinning, Cardio, rumba, terapia física, dieta y suplementación para fitness, Chequeo médico) y mejoramiento de las condiciones de salud y calidad de vida para el adulto mayor y sus familias generando hábitos y condiciones de vida saludables.

Objetivos Específicos

- Identificar las propuestas de valor para el proyecto de emprendimiento Social aplicando las técnicas de evaluación con la herramienta Design Thinking.
- Beneficiar a las personas de (CUAN) Centro Urbano Antonio Nariño, con un excelente gimnasio propuesto en el sector, donde se encontrarán familias que en su disposición de tiempo podrán gozar de este establecimiento, siendo enfocado a los adultos mayores para mejorar sus hábitos de salud y vida cotidiana
- Establecer y definir los atributos y beneficios del Gimnasio diseñado para los Adultos mayores del Centro Urbano Nariño, identificando sus elementos diferenciadores.
- Identificar el grupo objetivo hacia el cual va dirigida la idea de emprendimiento, estableciendo población habitual y ocasional
- Definir las características y variables principales de la segmentación del mercado del Gimnasio, realizándolo por zonas geográficas, características demográficas y psicográficas y tipo de comportamiento de consumidor que se requiere

- Establecer los recursos operativos del proyecto identificando la capacidad instalada, los insumos, la descripción de los servicios que serán prestados, la descripción de muebles y enseres y equipos técnicos especializados, la distribución física, la propuesta de organigrama, la localización y los procesos preoperativos necesarios para la puesta en marcha del gimnasio.
- Definir la proyección de ventas, el capital de trabajo y las inversiones necesarias para la apertura, funcionamiento y mantenimiento en el tiempo del Gimnasio.

Proyecto consolidado

Gimnasio para el adulto mayor de la comunidad del Centro Urbano Antonio Nariño

Descripción del problema.

La problemática del adulto mayor según el Ministerio de Salud tiene una población total proyectada para Colombia en el año 2018, de 49.834.240; de ellos 5.970.956 (11%) tiene más de 59 años, 3.150.613 (55%) son mujeres, y 2.602.345 (45%) hombres. El 50% de la población mayor a 60 años se encuentra entre los 60 y 66 años y el porcentaje de personas afiliadas a salud mayores de 59 años, el 51% corresponde a régimen subsidiado y el 49% al régimen contributivo (Ministerio de Salud, 2019).

Teniendo en cuenta los datos anteriormente mencionados se observa que un porcentaje importante, corresponde al grupo etario de adulto mayor, objeto principal de este proyecto el cual, está enfocado a contribuir la calidad de vida y el bienestar de la población con el desarrollo e implementación de actividades físicas que disminuyan el sedentarismo y promuevan la participación familiar y del colectivo en el que se encuentra.

Por otro lado en cuanto a la salud de la población del adulto mayor, el aumento progresivo en los países en vía de desarrollo de la población adulto mayor repercute en los sistemas de atención en salud, generando altas cargas económicas, en el manejo de enfermedades crónicas y degenerativas como la hipertensión arterial (HTA); en Colombia existe baja cobertura de este servicio, haciendo falta conciencia de autocuidado así como de programas específicos en promoción, prevención, diagnóstico, tratamiento y rehabilitación, dirigidos a las complicaciones de la HT, las personas de 60 y más años y la

quinta en mortalidad en mayores de 65 años, asociada a enfermedades isquémicas del corazón y enfermedades cerebrovasculares.

Esto obliga a diseñar estrategias que permitan el control de factores de riesgo de enfermedades cardiovasculares, asociadas a las patologías de la vejez, la adopción de estilos y comportamientos saludables permite mayor expectativa y calidad de vida en los hipertensos mayores. (Lamas, 2010).

Adicionalmente es importante establecer las posibles enfermedades causadas por la inactividad, donde Con el paso de los años, las personas mayores se vuelven más vulnerables y experimentan cambios en su metabolismo. La piel pierde elasticidad, los huesos se vuelven más frágiles y el funcionamiento cognitivo puede verse afectado. Aparecen enfermedades, trastornos y/o patologías que afectan a la calidad de vida del mayor.

Algunas enfermedades comunes en esta población son:

- Las de origen osteomuscular como la artritis, artrosis, osteoporosis
- Las cognitivas como la demencia senil y alzhéimer
- Las metabólicas principalmente la diabetes o trastornos relacionados con la tiroides, problemas de desequilibrio nutricional (Obesidad o pérdida de peso),
- Las enfermedades del corazón relacionados con cardiopatías y miopatías
- Las cerebrovasculares como los derrames y las embolias
- Las respiratorias como la neumonía, bronquitis y embolia pulmonar
- Tumores en diferentes órganos y/o partes corporales
- La fatiga crónica

Población afectada

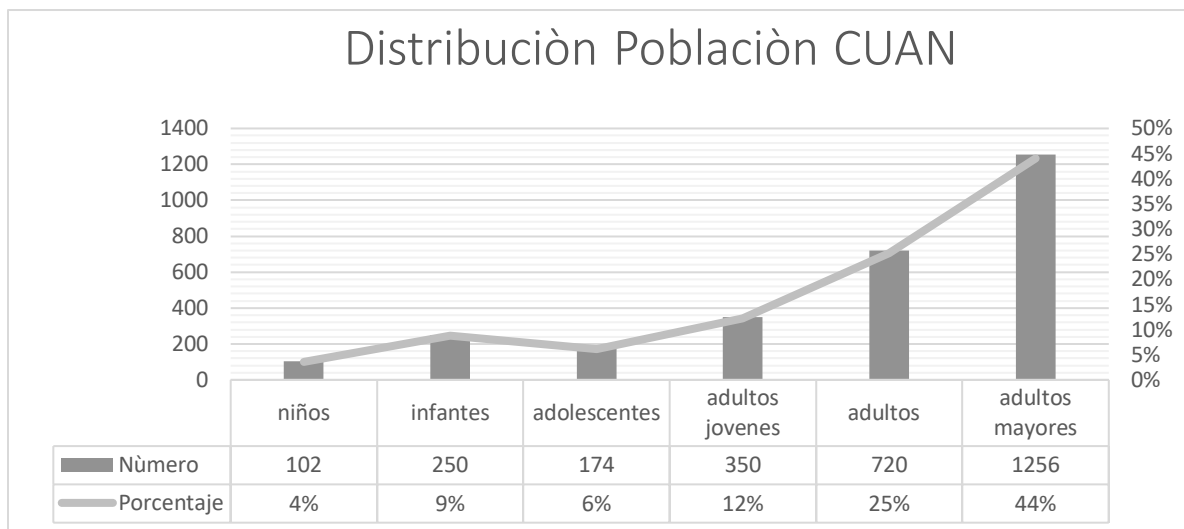
Residentes en el sector 2852 personas adultas mayores distribuidas en sus diferentes apartamentos sin espacio público o privado para ejercer su actividad física, ni personas que estén pendientes de sus necesidades.

El análisis de la población partirá del reporte de datos demográficos de Colombia, centrados en aspectos de género, edad y salud, para luego abordar las características de la población propia del Centro Urbano Centro Nariño como la población afectada y hacia la cual va dirigida este proyecto de emprendimiento social.

Caracterización de la población afectada

A continuación, se presenta en el gráfico 1, la información relevante de la población directa beneficiada para esta propuesta. El Centro Urbano Antonio Nariño (CUAN, 2021)

Gráfico 1 Distribución población CUAN



Fuente. Junta directiva CUAN. Informe de Gestión 2020

cuenta con un total de 2852 habitantes distribuidos porcentualmente, de la siguiente manera; el 4% corresponde a los niños, el 9 % a los infantes, el 6% a adolescentes, el 12% a adultos jóvenes, el 25% a los adultos y el 44% a los adultos mayores, tal y como se muestra el en gráfico 1.

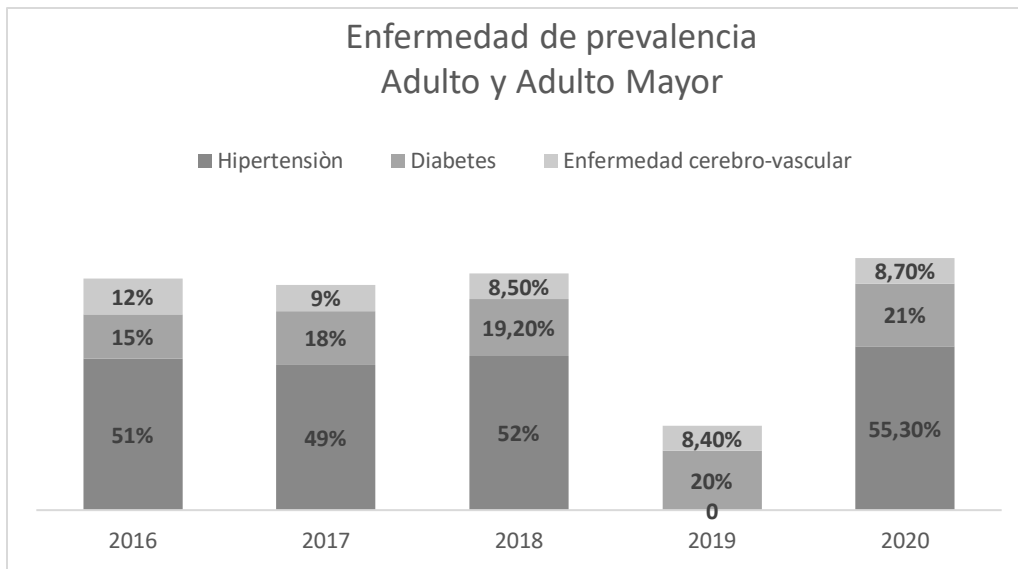
A nivel de género el 45% con hombres y el 55% mujeres y las familias se encuentran constituidas en un 52% por 3 personas. Adicionalmente y como parte fundamental de los análisis y de los procesos de información que maneja la unidad habitacional, ha levantado desde el año 2016 información importante relacionada con el perfil epidemiológico de sus residentes la cual reporta los siguientes datos de los barrios aledaños.

Adicionalmente el Centro Nariño es referente a nivel distrital de ejemplo de urbanismo, organización y bienestar de su población para la población de adulto y adulto mayor.

Basado en los anterior, se puede establecer que la población objeto de la propuesta de emprendimiento social para este caso es suficiente, y puede en gran medida generar beneficios y mejorar las condiciones de salud y los niveles de bienestar de los habitantes de dicho conjunto.

Es de anotar que es importante considerar y establecer las principales problemáticas de salud de este grupo poblacional, los cuales se presentan en el gráfico 2 así como su evolución en los últimos 5 años.

Gráfico 2. Porcentaje de prevalencia de Enfermedad en adulto y adulto mayor



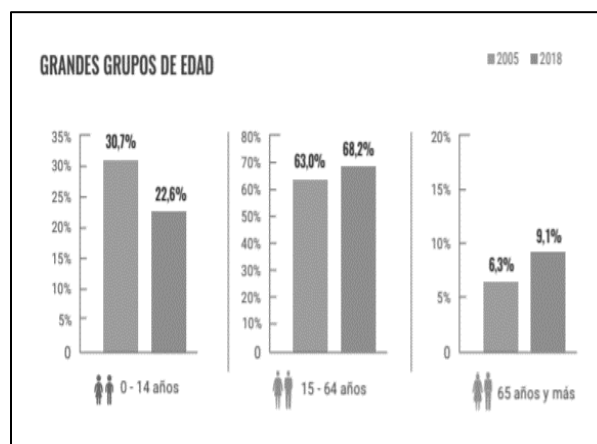
Fuente. Junta

directiva CUAN. Informe de Gestión 2020

Información estadística

Colombia (Datosmacro, 2020) cuenta con una población total de 50.374.000 personas, presenta una moderada densidad de población manifestada en 44 habitantes por Kilómetro cuadrado. La población total se encuentra distribuida en un 51.2% en mujeres y el 48.8% en hombres, la distribución por grupos de edad y el número de personas por hogar se puede evidenciar en la gráfica 3 de distribución por grupos de edad de la Población colombiana.

Gráfico 3. Distribución grupos de edad. población colombiana



El promedio de personas por hogar es de 3,1 personas.

Por otro lado, y como parte fundamental de este análisis, se hace necesario revisar algunos indicadores económicos, relacionados principalmente con el Gasto en salud (17.49%) del presupuesto general de la nación, y un promedio de \$65.163,5 M por persona en atención durante su ciclo de vida. Con relación a los indicadores sociodemográficos, Colombia se encuentra en el puesto 36 del ranking de envejecimiento con una esperanza de vida de 77.1, estos indicadores son referentes fundamentales que marcan la relevancia e importancia del establecimiento de este tipo de emprendimientos, con el único objetivo de mejorar la salud y la calidad de vida de un segmento poblacional particular que cuenta con determinadas características y aspectos de tipo epidemiológico y de morbilidad que lo justifican en gran medida.

De igual forma es importante analizar las tasas de mortalidad por enfermedades crónicas y los rangos de prevalencia como elementos que pueden ser minimizados a través del desarrollo e implementación de planes de prevención de la salud principalmente en los adultos y adultos mayores, relacionados con condición física, estilos de vida y salud en general. En gran medida las enfermedades de mayor prevalencia en este grupo son la hipertensión (11.9), la enfermedad cerebrovascular (26.6) y la diabetes (12.6) de tasa de relación.

Considerando que las causas de presencia de hipertensión, diabetes, enfermedad cerebro-vascular entre otras son la edad, el sobrepeso y la obesidad, el sedentarismo, el

consumo de tabaco, se presenta un desafío importante a nivel de las actividades de Salud en el país desarrollando planes y programas enfocados a desarrollar actitudes y comportamientos principalmente en el adulto mayor, sobre la importancia del mantenimiento de las condiciones físicas como factor determinante en la regulación y control de la enfermedad.

Presentación del proyecto de Emprendimiento

Factor innovador

Considerando la importancia que tiene este tipo de emprendimiento en la comunidad del Centro Urbano Antonio Nariño y basado en diferentes elementos fundamentales que permitan determinar el factor innovador del mismo, se partirá esencialmente de un análisis de atractividad de dicha propuesta, esta atractividad permitirá establecer el nivel de innovación y diferenciación que tiene la propuesta.

Para este caso en particular se pudo establecer que la fuerza de venta, que el impacto de la normatividad, la facilidad de implementación, el nivel de riesgo, la adaptación al mercado, accesibilidad, promoción y valoración del mercado frente a este permiten en gran medida que pueda llegar a desarrollarse.

Si bien es cierto el abordaje de problemáticas particulares del adulto mayor se está convirtiendo en una necesidad, es de anotar que propuestas como la que estamos presentado, marcan diferencias sustanciales frente no solo a las actividades que se plantean desarrollar sino al equipamiento y características propias del espacio en el que se va a ubicar.

Dentro de las principales características que muestran esa innovación se encuentra por un lado la posibilidad de generar un antes y un después en la población Adulta mayor del Centro Urbano Antonio Nariño, El nivel de atracción, la variación permanente de las actividades, acorde con las tendencias y técnicas relacionadas con la actividad física, los hábitos y las condiciones de salud de esta población.

Pertinencia

Se puede establecer que el proyecto es pertinente, porque guarda una relación de afinidad, interés, oportunidad y eficiencia de acuerdo con las necesidades de salud, condición física, hábitos e intereses de la población hacia la cual va dirigido.

Para determinar el nivel de pertinencia, se procedió a preguntar a la Junta directiva del CUAN, si estaban de acuerdo o no con la propuesta manifestando que este proyecto es una necesidad sentida de la población, adicionalmente plantean que las personas muestran gran interés hacia la actividad física y hacia la realización de actividades que les permitan hacer un uso adecuado de su tiempo libre.

Impacto Social

El impacto social definido como (LIBERA BONILLA, 2007) “la magnitud cuantitativa del cambio en el problema de la población objetivo como resultado de la entrega de productos (bienes o servicios).

Para el emprendimiento que se está desarrollando, el impacto social esperado en la población adulta mayor del Centro Urbano Antonio Nariño se centrara en mejorar la calidad de vida de la población adulta mayor del Centro Urbano Antonio Nariño, en el diseño y definición de programas que contribuyan con la condición física y el mejoramiento de los hábitos de vida de la población, generar espacios de esparcimiento encaminados a mejorar el uso del tiempo libre de la población del lugar, disminuir el sedentarismo, construir y fortalecer espacios públicos, interculturales y de encuentro para los habitantes.

Financiación

Para el desarrollo del proyecto, la financiación de este provendrá principalmente de los siguientes aportes:

- Aporte del fondo de actividades comunitarias existentes en el Centro Nariño (CUAN, Diciembre 2020)
- Aporte voluntario de algunos habitantes del lugar quienes han manifestado su interés en participar económicamente y de forma permanente en el mismo.
- La subvención y ayuda pública de la Alcaldía local de Teusaquillo quienes dentro de sus planes de desarrollo han incluido este tipo de actividades para el beneficio de la comunidad.
- Utilizando la estrategia de “Crowdfunding”, la cual consiste (BBVA, 2020) “en poner en contacto a los emprendedores que necesitan financiación con diferentes inversores que quieran apostar por la empresa “. Para este caso en particular y considerando el impacto social que se pretende lograr existen inversores a nivel nacional e internacional que muestren interés en financiar el proyecto, sobre todo porque sería el primero de sus características en un lugar emblemático, tradicional y que ha marcado la historia del desarrollo urbanístico y ekístico de Bogotá, como es el Centro Nariño.

Mercado objetivo

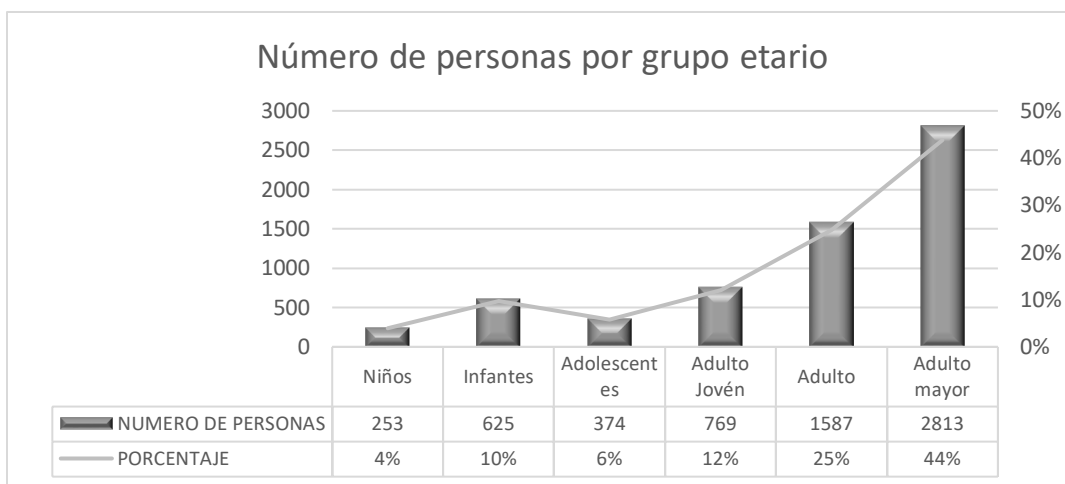
Es el número total de habitantes del Centro Urbano Antonio Nariño que a fecha de cierre de diciembre de 2020 era de 2.852 personas. Adicionalmente se pueden incluir los

habitantes del barrio el recuerdo, Quinta paredes y Gran américa. Los cuales suman un total de 3.569 personas.

Basado en lo anterior la población de referencia será del orden de 6.421 personas.

Para el emprendimiento planteado esta población corresponderá principalmente al grupo etario comprendido entre el adulto y el adulto mayor que tal y como lo muestra el gráfico 4, el cual representa el 44% de la población de referencia.

Gráfico 4. Número de personas por grupo etaria



Considerando la información anterior, el mercado objetivo se centrará en los hombres y/o mujeres cuyas edades se encuentran en los grupos etarios de adulto y adulto mayor en su mayoría en edad productiva y pensionados, que habitan en el Centro Urbano Antonio Nariño y en los barrios El Recuerdo, Quinta Paredes y la Gran América y con nivel socioeconómico medio.

Propuesta de valor

Etapa Empatiza

Para el desarrollo de esta técnica, se identificó la herramienta diagrama espina de pescado, lo que implica que el proyecto contemple, los factores sociales, culturales, factores económicos, factores biológicos, factores psicológicos y factores de servicio de salud llevándose a cabo el siguiente proceso (calidad, 2017).

Determinar el problema a analizar

Para este caso el problema establecido es el siguiente:

Adulto mayor del Centro Urbano Antonio Nariño con problemas en su estado de salud.

Los pasos para seguir son:

- Determinar el grupo de personas que van a participar en el análisis.

Para este caso se seleccionaron las siguientes personas como aquellas que pueden tener relación directa con el problema: Fisioterapeuta, Médico internista y especialista en geriatría, terapeuta ocupacional y Adulto mayor habitante del Centro Urbano Antonio Nariño

- Convocar el grupo.

Una vez seleccionadas las personas, se les envía por correo electrónico la información del proyecto y el problema definido, solicitándoles que, a más tardar el sábado 27 de marzo, nos hicieran llegar sus apreciaciones. La metodología seleccionada fue la de lluvia de ideas, la cual nos permitió categorizar las causas y definir las sub-causas de cada una de ellas.

- Elaboración del diagrama

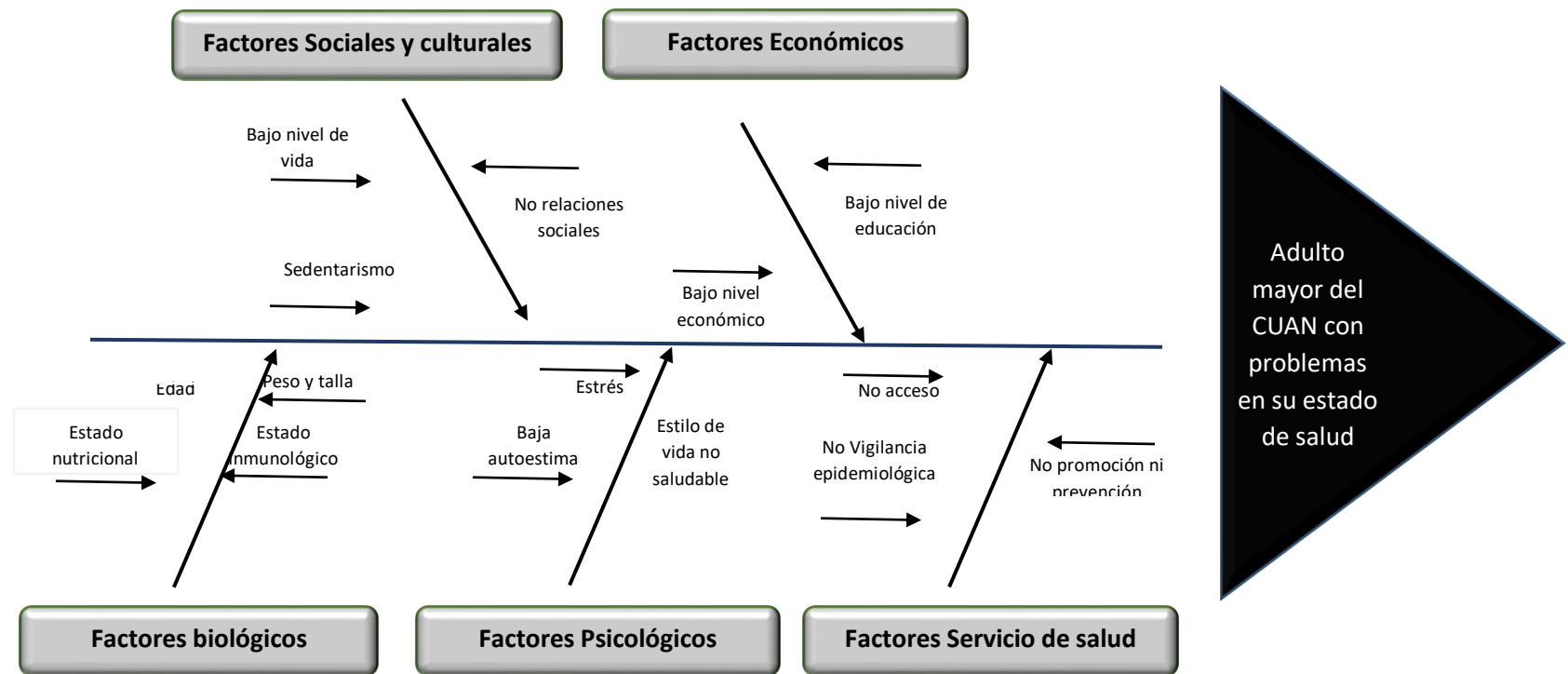
Una vez revisada la información remitida, se procedió a elaborar el diagrama, siguiendo la siguiente metodología:

Problema de ubica en el triángulo “Cabeza del pez”

De acuerdo con la información suministrada, e establecen las causas o principales factores, que pueden estar generando el problema. Para este caso los principales factores definidos y priorizados fueron los biológicos, psicológicos, los relacionados con servicios de salud, los sociales y culturales y los económicos. Así mismo se establecieron las sub-causas de cada uno. A continuación, se presenta el diagrama, en el gráfico 5 diagrama causa-efecto.

Gráfico 5. Diagrama Causa- Efecto

DIAGRAMA CAUSA-EFECTO



Una vez realizado el diagrama, se puede concluir lo siguiente:

- Las principales causas del problema están centradas en los factores biológicos relacionados con edad, peso, talla y estado nutricional, elementos claves a controlar en los adultos mayores. El sobrepeso y la obesidad se relacionan principalmente con la mala alimentación, la falta de actividad física y el llevar un estilo de vida inadecuado. Lo anterior muestra una relación directa entre las causas definidas en el diagrama.

Así mismo el sobrepeso causa dificultades en la movilidad de la persona, generando retracción, atrofia y desgaste articular y muscular disminuyendo la fuerza y generando poco a poco pérdida de la movilidad.

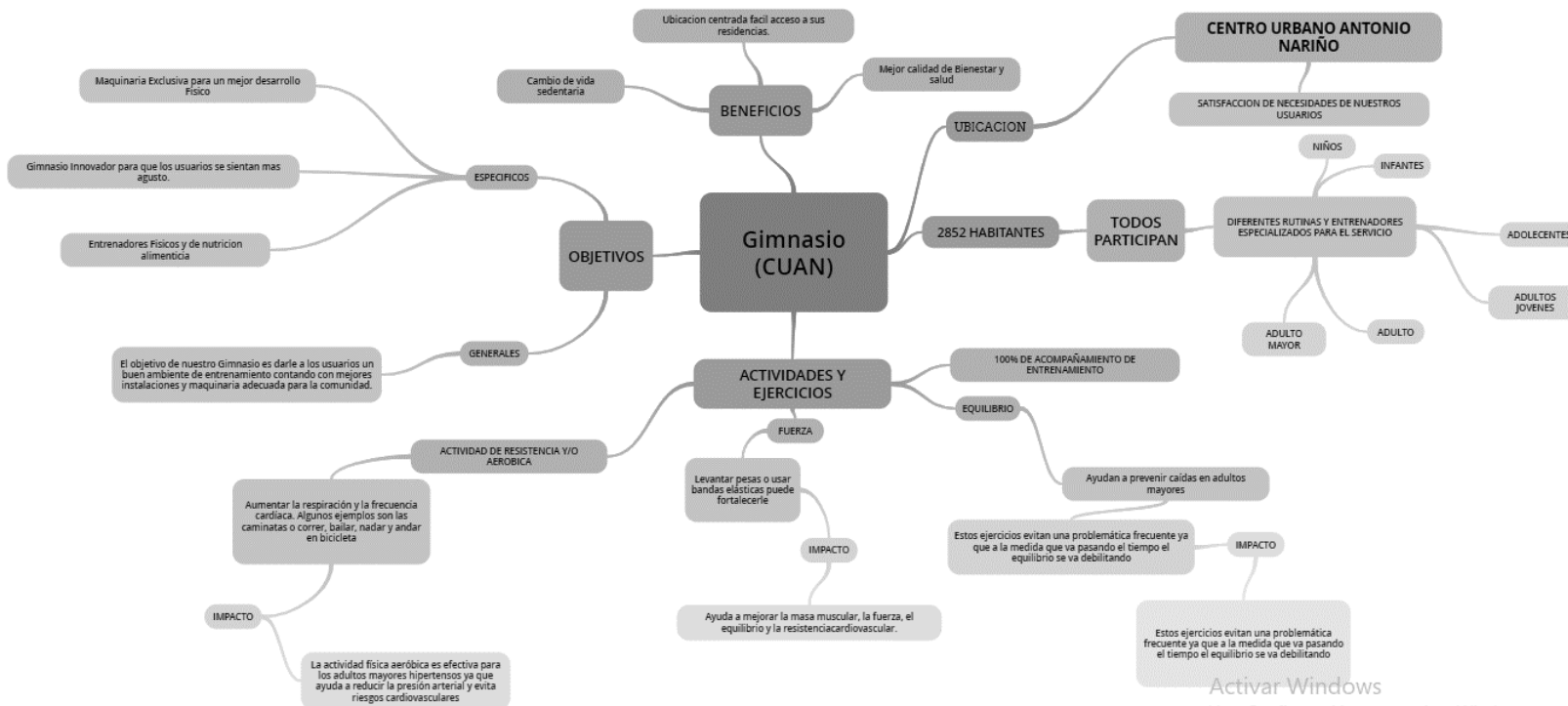
El diagrama adicionalmente nos permitió:

- Establecer las diferentes causas, que pueden estar generando el problema, analizando las posibles situaciones que pueden llegarlo a generar.
- Permite adicionalmente realizar un análisis integrado y sistemático del problema, permitiendo involucrar diferentes personas relacionadas con el problema, quienes, a través de sus apreciaciones, brindan elementos importantes que permitirán más adelante generar una solución adecuada y pertinente al mismo, ajustada a las necesidades y acorde a los recursos con los que se cuenta.
- Excelente herramienta para mejorar procesos, organizar ideas, identificar y organizar problema.

Etapa Define

En esta técnica se identificó la herramienta mapa mental, para el objetivo propuesto de su calidad de servicio habitual con ayuda de mapa mental en sus ramas se efectuará el desarrollo y actividades que tenemos para la población, y en su ejecución para un establecimiento adecuado con tecnología y maquinaria para la acreditación de la comunidad.

Gráfico 6. Mapa Mental



<https://www.goconqr.com/es-ES/mindmap/30029532/Gimnasio--CUAN->

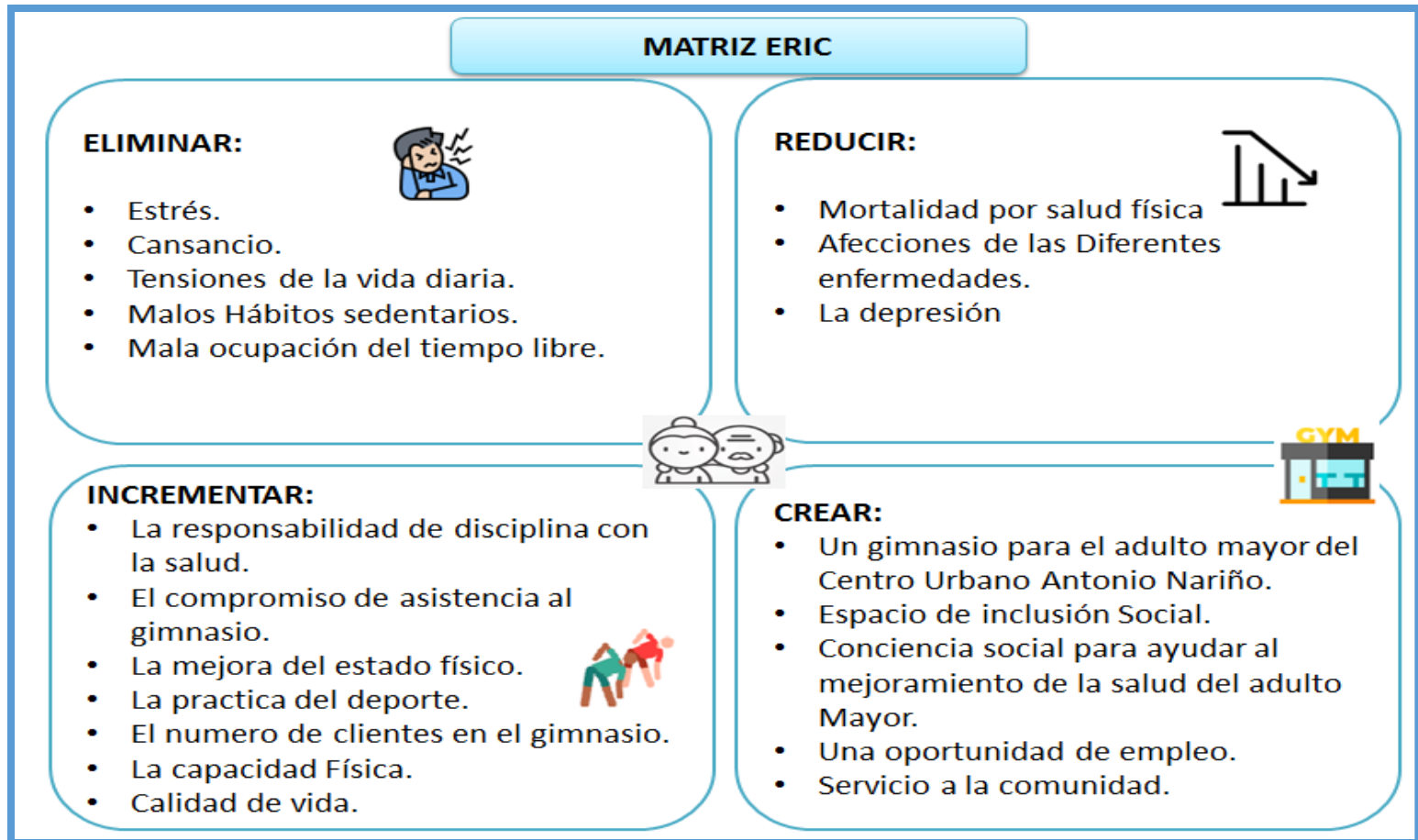
El Gimnasio mejorara y prestara continuamente los servicios, así como también su proceso administrativo. La Plataforma Design Thinking permite mantener una constante actualización tanto de sus instalaciones, como de sus servicios; El mejoramiento continuo permitirá al gimnasio ser más eficiente y competitivo, GOLD AGEs que le ayudarán a permanecer en el mercado y en el sector.

Ampliar en la comunidad un espacio cómodo y adecuado para que los hogares puedan fortalecer sus vidas, esto siendo más saludable cada día, evitando enfermedades a los adultos mayores y mejorando al sector.

Etapa Idea

En esta técnica se identificó la herramienta matriz Eric, lo que implica que el proyecto contemple como objetivo la generación de cuantas más opciones, mejor. No debemos quedarnos con la primera idea que se nos ocurra. En esta fase, las actividades favorecen el pensamiento expansivo, no hay límites y no debemos tener prejuicios de valor. Todo puede valer y en muchas ocasiones las ideas más raras son las que generan las soluciones más innovadoras. Se utilizará la Matriz Eliminar-Reducir-Incrementar-Crear (ERIC) desarrollada por W. Chan Kim y Renée Mauborgne es una herramienta simple del tipo matriz que impulsa a las compañías a enfocarse simultáneamente en eliminar y reducir, así como en incrementar y crear, a la vez que liberan un nuevo océano azul. El gráfico 7 muestra la matriz Eric desarrollada para el ejercicio.

Gráfico 7. Matriz Eric



Fuente: construcción propia

Con esta actividad se busca satisfacer las necesidades de los adultos Mayores, del Centro Urbano Antonio Nariño, con la creación de un gimnasio, en la cual se permita resolver problemáticas de la salud; debido al sedentarismo, con esto incentivamos no solo a los adultos, sino que también a más personas para que lleguen a una vejez saludable y activa; con la creación de esta idea que desafíe las suposiciones y resulten en soluciones innovadoras. Es uno de los momentos más importantes y sobre el que pueden girar más iteraciones, por lo cual se escoge la herramienta Eric que nos expone que se quiere hacer para darle al cliente el mejor servicio con las mejores condiciones y con la certeza de la mejor aptitud. Dando visibilidad al espacio que se quiere crear.

Se puede también concluir que el Design Thinking o Pensamiento de Diseño (PD) es una disciplina que pretende aplicar el proceso de diseño como enfoque holístico para la resolución de problemas, es un buen ejercicio con herramientas definidas y que maneja lenguajes simples y comunes que nos permitirán manejar la problemática con mayor sencillez y dará experiencias importantes que generar una empresa para trabajar en equipo.

Etapa Prototipo

En esta técnica se identificó la herramienta infografía, lo que implica que el proyecto contemple, los servicios, instalaciones identificando de manera visual los servicios a través de imágenes y gráficos del proyecto GIMNASIO GOLD AGE. En el gráfico 8 se muestra, la infografía definida.

Gráfico 8. Infografía Gimnasio

Infografía



Fuente Construcción propia

GIMNASIO GOLD AGE pone a su alcance:

El servicio de: parqueadero gratuito durante la estadía, sala fitness, zona común, squash pádel, terraza solárium, piscina, sala de actividades, sala de fisioterapia y recuperación.

El cliente deberá acceder a un paquete donde se incluirán diferentes actividades dependiendo el tipo de servicio. Una vez el cliente este dentro de las instalaciones tendrá acceso, al paquete que se haya hecho acreedor.

Paquete 1. incluye acceso al parqueadero, (moto, carro o bicicleta), zona común y sala fitness por un precio mensual de \$60.000

Paquete 2. incluye acceso al parqueadero, sala de actividades, sala fitness, zona común y piscina por un precio mensual de \$ 95.000

Paquete 3 Incluye acceso al parqueadero, sala de actividades, sala fitness, zona común, piscina y SQUASH pádel por un precio mensual de \$ 150.000

Oferta

Los martes, el afiliado que tenga el paquete n°2 podrá disfrutar de estos servicios, con un acompañante, con derecho a los mismos servicios del cliente.

El cliente del paquete n°3, podrá disfrutar, de todos los servicios de las instalaciones y un masaje de relajación con un acompañante, una vez al mes.

En el MARKETING: Se realizará publicidad, por redes sociales como Instagram, Facebook, Tik Tok y publicidad impresa como volantes y vallas publicitarias.

SALAS GIMNASIO GOLD AGE

Sala fitness

El GIMNASIO GOLD AGE, ofrece sus servicios, situado en el centro Nariño con un aforo de 35 Personas cuenta con un espacio de 850 mts, la cual tiene una zona cardiovascular con bicicletas estáticas, bicicletas ciclo cintas y elípticas. También tiene una zona de máquinas de musculación con máquinas de tren inferior y de tren superior. Igualmente, una zona de carga libre con barras, discos, mancuernero, bancos de press de hombro y pecho, multipower, multiestaciones y una zona de abdominales y lumbares con bancos y máquinas de abdominales.

Piscina

Cuenta con un espacio de 1200 mts y una profundidad de 1.80 metros, esta se encuentra climatizada, donde se podrán realizar varias actividades como aeróbicos y podrá contribuir con la sala de Rehabilitación e hidroterapia.

Sala de actividades

Dentro de este salón se podrán efectuar varias actividades de baile como zumba, clases de baile de salsa y merengue además yoga, Pilates entrenando el cuerpo especialmente los músculos y cuenta con un espacio de 1000 mts.

Squash padel

Deporte para dos jugadores, cuenta con un espacio de 1000 mts

Fisioterapia y recuperación

Sala donde se ofrece el servicio orientado a la rehabilitación física de personas que sufren lesiones y patologías que demandan tratamiento de fisioterapia (Tratamiento de recuperación terapéutico y rehabilitación e hidroterapia). Este servicio se presta en gerontogimnasio adaptado y cuenta con un espacio de 150 mts (Vianorte-Laguna, 2021)

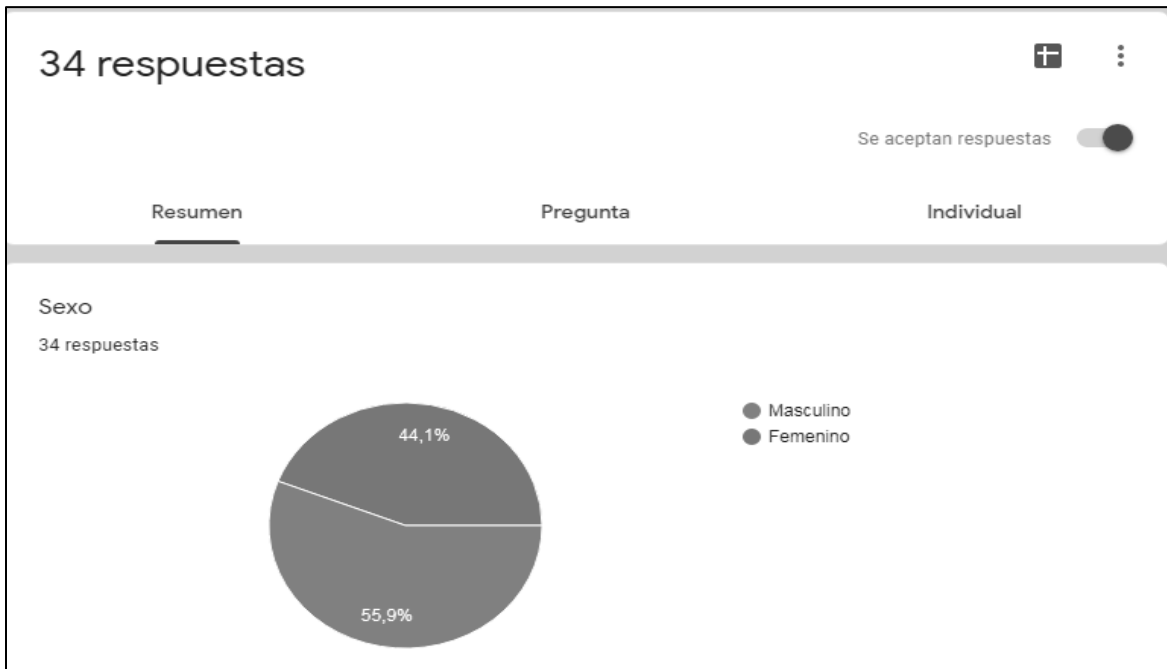
Terraza solárium

Lugar para compartir solo, en familia o en pareja para relajación y diversión con juegos de mesa también se ofrece servicio de cafetería, cuenta con un espacio de 250 mts.

Encuesta herramienta de evaluación

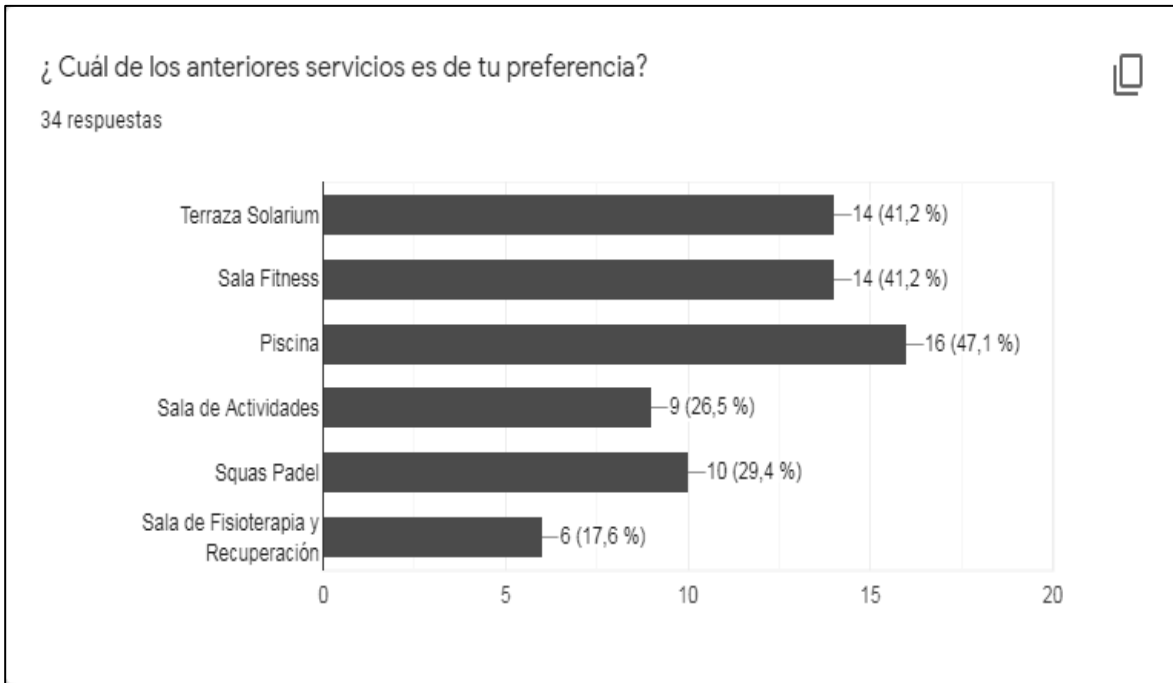
A partir del método Design Thinking, se tomó como técnica innovadora el prototipo, apoyados con la herramienta Infografía, el cual permite volver una realidad el GIMNASIO GOLD AGE y se evaluó la viabilidad del proyecto a través de una encuesta en el formato Google, la encuesta consta de 12 preguntas, de diferentes modalidades, preguntas abiertas, de selección múltiple y selección única, el tamaño de la muestra corresponde a 34 personas en donde los resultados del servicio se manifiestan de la siguiente manera:

Gráfico 9. Porcentaje de personas por género que diligenciaron la encuesta



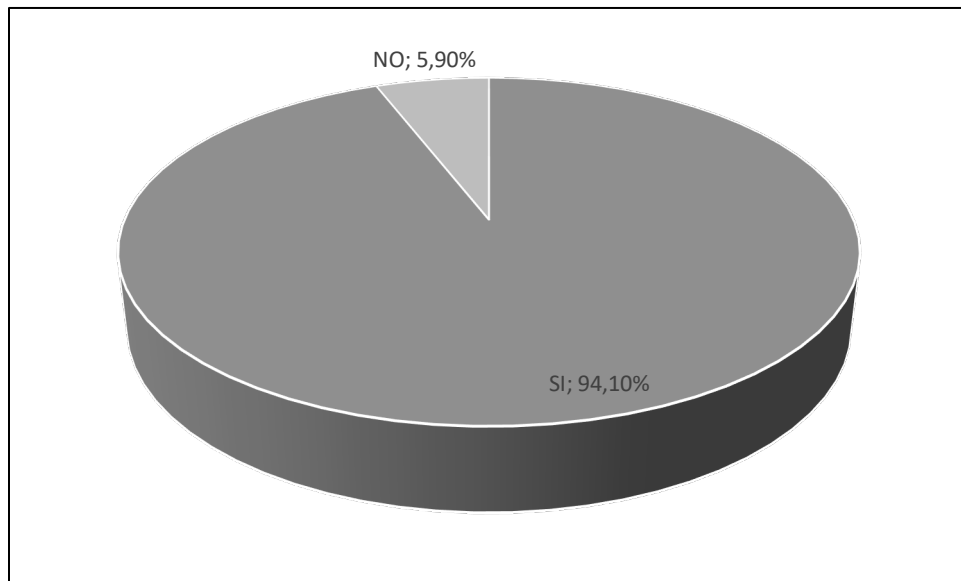
De acuerdo con el gráfico 9, de las 34 personas encuestadas 15 fueron mujeres correspondientes al 44.1% y 19 hombres respondieron la encuesta obteniendo como resultado el 55.9%. Entre los siguientes rangos de edad:

Gráfico 10. Porcentaje de preferencia de servicios



El gráfico 10, muestra que el servicio de mayor preferencia e impacto es la piscina, de 34 personas 16 votaron por este servicio con un resultado del 47.1%, seguido por los servicios de terraza Solárium y Sala fitness, 14 personas dieron su visto bueno como servicio de preferencia con un resultado del 41.2%, para ambos servicios y los servicios con menor preferencia o demanda está el servicio squash pádel, con una votación 10 personas y un porcentaje del 29.4%, asimismo 9 personas votaron el servicio sala de actividades y el resultado fue del 26.5%, disminuyendo la preferencia por este tipo de servicio y finalmente el servicio de menor preferencia fue el de sala de fisioterapia y recuperación, 6 personas votaron por este servicio con un resultado del 17.6%.

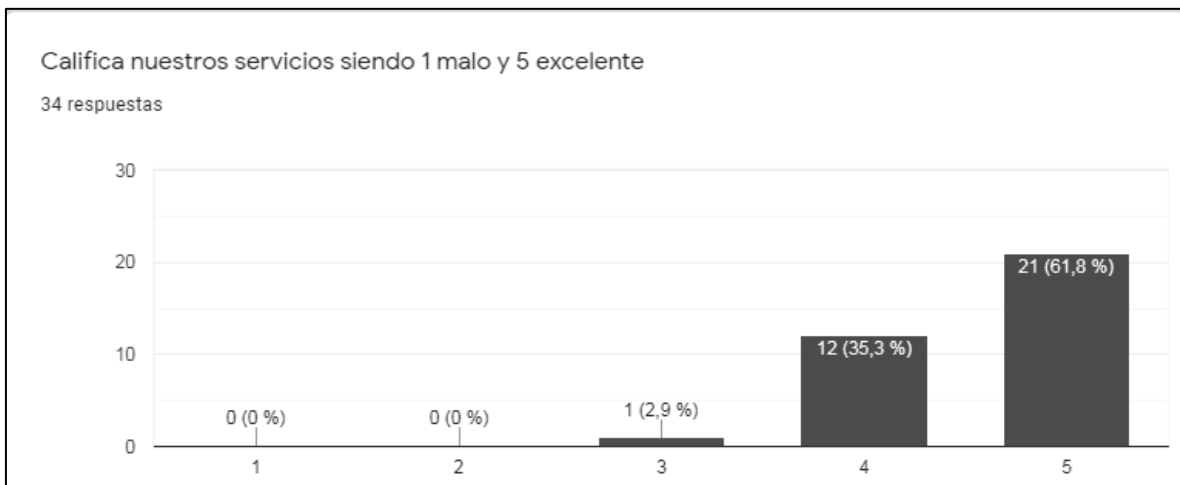
Gráfico 11. Porcentaje de interés por acceso a servicios complementarios



Fuente. Construcción propia

Igualmente existe coherencia entre el precio, características y los espacios establecidos para llevar a cabo los servicios GIMNASIO GOLD AGE, ya que en los resultados presentados en el gráfico 11 el 94.1% está de acuerdo con comprar alguno de los paquetes y el 5.9% restante no muestra interés en alguno de ellos.

Gráfico 12. Calificación de los servicios



De acuerdo con el gráfico 12, la calificación del servicio por las 34 personas fue, el 61.8% califican el servicio como excelente, donde 1 era muy malo y 5 era excelente, este dato corresponde a 21 personas, 12 personas indican que es bueno correspondiente a un 35.3% y finalmente el 2.9% indican que el servicio es regular este dato corresponde a una persona.

Por otro lado, el resultado a la pregunta ¿Qué mejorarías de estos servicios? Fueron las siguientes:

- Mantener la calidad del servicio
- Que fuera más personalizado
- Oferta de actividades en el establecimiento
- Paquetes más atractivos
- Espacio para venta de ropa deportiva
- Horarios de atención
- Los precios
- Servicio de toallas (alquiler)

Así mismo el resultado a la pregunta ¿En qué te basas para adquirir un servicio? Fue el siguiente:

- En la calidad y en las instalaciones
- Físico
- Precio
- Un buen balance entre calidad y precio
- Calidad y atención

- Comodidad
- Buena atención y equipamiento
- Los beneficios que trae la calidad de las ofertas
- Buena calidad por precio razonable
- Amigos
- En la necesidad
- Calidad servicio y costo
- Beneficios obtenidos
- Salud
- En las recomendaciones
- Buen sitio limpio y amplio
- Que sea atractivo

Finalmente, GIMNASIO GOLD AGE, de acuerdo con los resultados obtenidos en la evaluación del prototipo se concluye que es viable el proyecto de innovación.

Link encuesta

https://docs.google.com/forms/d/1EucpiT20SIEEuePQVGLxij2aX3UXGsC1s-Tnc6PhKVU/viewform?edit_requested=true#responses

Etapa Testea

En esta técnica se identificó la herramienta poster, lo que implica que el proyecto contemple, una posible solución e identificar mejoras.

En gráfico 13 muestra el poster diseñado en la herramienta testear en el cual se encuentra la solución a la problemática presentada en las fases anteriores, plasmado en las imágenes que

muestran los servicios y la experiencia que puede tener el usuario, en la asistencia a cada uno de ellos.

Gráfico 13. Poster Gimnasio para Adultos Mayores



Fuente construcción propia

Guion gráfico:

El objetivo de este guion, en presentar la funcionalidad de la solución por medio de herramientas visuales, que permitan evidenciar el desarrollo de la propuesta, tal y como se presenta en el gráfico 14.

Gráfico 14. Guion gráfico

			
<p>Actividades de resistencia</p>	<p>Actividades aeróbicas, montar bicicleta</p>	<p>Ejercicios de fuerza con mancuernas</p>	<p>Ejercicios de equilibrio Ejercicios de flexibilidad</p>

Fuente construcción propia

Plan de mercadeo

A continuación, se presenta el desarrollo de los puntos requeridos para el diseño del plan de mercadeo explicando los siguientes puntos.

Servicios

La tabla 1, presenta la relación de los servicios que prestará el gimnasio y los beneficios que obtendrá el cliente.

Tabla 1. Servicios del Gimnasio

Servicios Gimnasio	Beneficios Cliente
Sala Fitness	Cuenta con zona cardiovascular con bicicletas estáticas, bicicletas ciclo cintas y elípticas. También tiene una zona de máquinas de musculación con máquinas de tren inferior y de tren superior.
Sala de Actividades	Dentro de este salón se podrán efectuar varias actividades de baile como zumba, clases de baile de salsa y merengue además yoga, Pilates entrenando el cuerpo especialmente los músculos y cuenta con un espacio de 1000 mts.
Squash Pádel	Deporte para dos jugadores, cuenta con un espacio de 1000 mts. Sus beneficios son: Aumenta la capacidad cardiopulmonar, incrementa la resistencia, fortalece la musculatura tanto del tren inferior, tren superior, como el Core, desarrolla la flexibilidad, aumenta los reflejos, quema calorías,
Fisioterapia y Recuperación	Sala donde se ofrece el servicio orientado a la rehabilitación física de personas que sufren lesiones y patologías que demandan tratamiento de fisioterapia (Tratamiento de recuperación terapéutico y rehabilitación e hidroterapia). Este servicio se

Atributos

Los principales atributos son las clases únicas y exclusivas para el adulto mayor, contará con una gama importante de actividades físicas, diseñada y dirigidas especialmente para este grupo de edad, acordes con sus características condiciones físicas, condiciones de salud e intereses, equipos especializados, el gimnasio estará dotado en cada una de sus áreas de equipo genérico y con características particulares, especialmente las que tienen que ver con estiramientos, fuerza, resistencia y de bajo impacto entre otros; cuenta con profesionales, se contará con un grupo de técnicos y profesionales expertos en geriatría y actividad física, con el conocimiento y trayectoria en el diseño e implementación de las diferentes actividades diseñadas, precios cómodos y económicos, se generara un mayor número de beneficiarios y cumplirá en gran esencia con su objetivo social y se constituirá un Club de entretenimiento para la tercera edad.

El gimnasio además de promover el mejoramiento de la condición física se convertirá en un club de entretenimiento para la población de la tercera edad del centro Nariño, ya que promoverá el desarrollo de actividades grupales y de interés para ellos.

Beneficios

Como parte de los principales beneficios del servicio que se prestará en el gimnasio, se pueden establecer los siguientes el mejoramiento de la condición física y de salud en general, la disminución de la aparición y sintomatología de las enfermedades crónicas típicas de esta etapa, generar una sensación de Bienestar general reflejada en sus características físicas principalmente de peso y amplitud articular, disminuye en las

personas beneficiarias el stress y mejora los ciclos y hábitos de sueño, favorece la interacción social y el mantenimiento de habilidades sociales minimizando la aparición de problemas de índole mental y psicológico como la demencia y depresión ente otros, se fortalece la autoestima y la imagen corporal, promueve la participación de la comunidad en el desarrollo de las diferentes actividades, generando cohesión e integración social, promueve la generación de indicadores favorables de impacto social en los habitantes del Centro Nariño, convertirse en un centro de esparcimiento saludable para este grupo de personas.

Grupo objetivo del proyecto

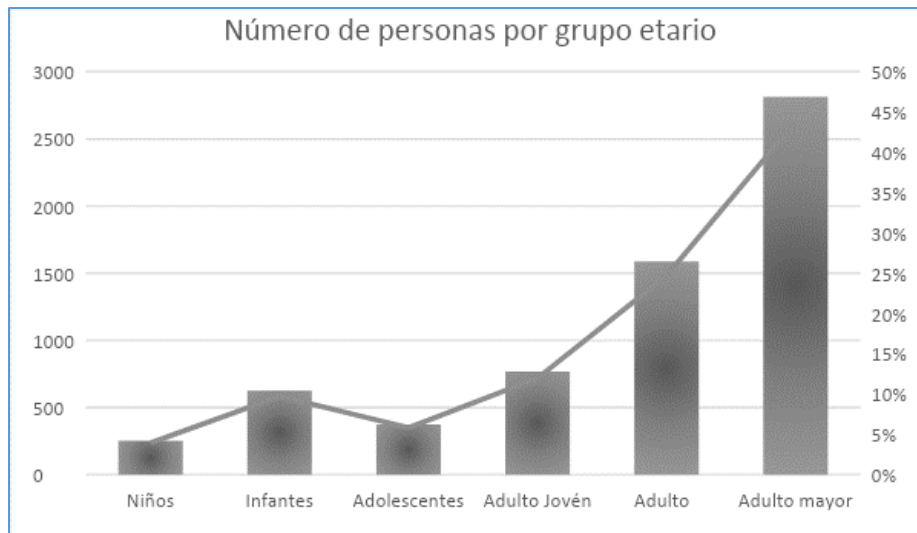
A continuación, se presenta la información que soporta, el grupo objetivo beneficiario del Gimnasio.

Es el número total de habitantes del Centro Urbano Antonio Nariño que a fecha de cierre de diciembre de 2020 era de 2.852 personas. Adicionalmente se pueden incluir los habitantes del barrio el recuerdo, Quinta paredes y Gran américa. Los cuales suman un total de 3.569 personas.

Basado en lo anterior la población de referencia será del orden de 6.421 personas.

Para el emprendimiento planteado esta población corresponderá principalmente al grupo etario comprendido entre el adulto y el adulto mayor que tal y como lo muestra la gráfica 15. Este grupo representa el 44% de la población de referencia.

Gráfico 15. Número de personas por grupo etario



Fuente construcción propia

Considerando la información anterior, el mercado objetivo se centrará en los hombres y/o mujeres cuyas edades se encuentran en los grupos etarios de adulto y adulto mayor en su mayoría en edad productiva y pensionados, que habitan en el Centro Urbano Antonio Nariño y en los barrios El Recuerdo, Quinta Paredes y la Gran América y con nivel socioeconómico medio.

Segmentación

(<https://www.webyempresas.com>, 2019)

La tabla 2 muestra la descripción de la segmentación de población en el marco de los diferentes tipos en los cuales puede ser clasificada.

Tabla 2. Descripción segmentación de la población

Tipo de Segmentación	Descripción
Geográfica	<p>Para este caso en particular, la segmentación geográfica estará establecida en 2 áreas de influencia particularmente.</p> <p>La primera relacionada directamente con el mercado del Centro Urbano Antonio Nariño, quienes cuentan con ventajas importantes relacionadas principalmente, con la comunicación interna del complejo y la facilidad de uso de las instalaciones locativas, definidas para la ubicación de este.</p> <p>La segunda está relacionada con la población de los barrios aledaños como son el recuerdo, quinta paredes y la gran américa, quienes se benefician en gran medida de algunas de las actividades del Centro Nariño y quienes pueden considerar atractivo el uso de este gimnasio para su beneficio, por las particularidades y servicios que se prestarán.</p>
Demográfica	<p>En esta se involucran atributos relacionados con la edad, nivel educativo, nivel socioeconómico, profesión, ingreso entre otros.</p> <p>En este aspecto la segmentación principalmente estará ligada a dos aspectos la edad y el nivel socioeconómico.</p> <p>El grupo de edad se centrará fundamentalmente, en el público de la tercera edad, seguido del adulto entre los 50 y 60 años, con un nivel socioeconómico correspondiente al estrato 3 hacia arriba y pensionados en su mayoría.</p>

Psicográfica	<p>Mercado de clase social media y media alta, con un estilo de vida dinámico, saludable y con interés para mantenerse en forma y buena condición física; adultos mayores que quieren disminuir su sedentarismo y mejorar su salud en general y que quieren realizar otro tipo de actividades que favorezcan de igual forma sus relaciones sociales, disminuir sus niveles de stress y ser felices.</p>
Comportamiento	<p>Frente al comportamiento de compra, se espera que sean personas que se encuentren motivadas y que mensualmente estén integrados al gimnasio, siendo los usuarios permanentes los habitantes del centro Nariño y los ocasionales los habitantes de los barrios contiguos.</p> <p>De forma particular y acorde a las características internas del centro urbano frente a su espacio de esparcimiento y deporte, un número importante de habitantes se interesen y preocupan de forma permanente de actividades deportivas, de hecho, la administración del conjunto ha contratado de forma esporádica, a personas expertas en temas de yoga y condición física, quienes ocasionalmente brindan apoyo y asesoría a los habitantes.</p>

Identificar la competencia

(ROM, 2019)

Con relación a la identificación de la competencia, la tabla 3, presenta una calificación de estos, en donde cada uno de los criterios muestra un resultado de alto, medio o bajo de acuerdo con las variables de producto, mercado y servicio

Tabla 3. Calificación análisis de la competencia



Competidor	MERCADO				PRODUCTO		SERVICIO			
	Penetración en el cliente	Penetración del Mercado	Desarrollo de ideas	Estimulación de demanda	Promoción de productos	Desarrollo de cartera	atención al cliente	Cobertura	Valor agregado	Fidelización
Smart Fit-la 14	ALTO	ALTO	ALTO	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	MEDIO	MEDIO	BAJO
Spinning center salitre	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	BAJO	BAJO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO
Bodytech Salitre	MEDIO	MEDIO	MEDIO	BAJO	MEDIO	BAJO	MEDIO	MEDIO	MEDIO	MEDIO
Acevedo tejada	BAJO	BAJO	BAJO	BAJO	MEDIO	MEDIO	BAJO	BAJO	BAJO	MEDIO

Es de anotar que, aunque son grandes los competidores, existe un elemento clave que genera la diferencia y es el relacionado con la población objetivo, la cobertura y el desarrollo de nuevas ideas innovadoras y acordes totalmente a las características y necesidades de los usuarios.

Aliados Claves

Considerando el enfoque y el impacto los siguientes podrían considerarse los aliados claves:

- Cámara de comercio de Bogotá- Corferias. De forma incondicional ha mostrado interés y apoyo a las actividades realizadas en el Centro Nariño.
- EPS de los usuarios, quienes al establecer los beneficios a sus usuarios pueden promocionar y apoyar el desarrollo de este tipo de emprendimientos
- Alcaldía Local, considerando que este es uno de sus programas planteados dentro de su plan de desarrollo.
- Empresa Privada Ligada con la industria de alimentos
- Organismos distritales relacionados con el sector de salud, así como de recreación y deporte, quienes han manifestado en ocasiones desarrollar programas de beneficio a los habitantes del Centro Nariño.

- Almacenes Olímpica por la ubicación y demanda que pueda llegar a tener
- Cadena Hotelera Hilton, quienes, dentro de sus planes de impacto social, está la contribución y desarrollo de bienestar físico y mental de la población aledaña a Corferias.

Estrategias de Mercadeo

Las estrategias de mercadeo definidas por tipo se presentan en la tabla 4.

Tabla 4. Estrategias de mercadeo

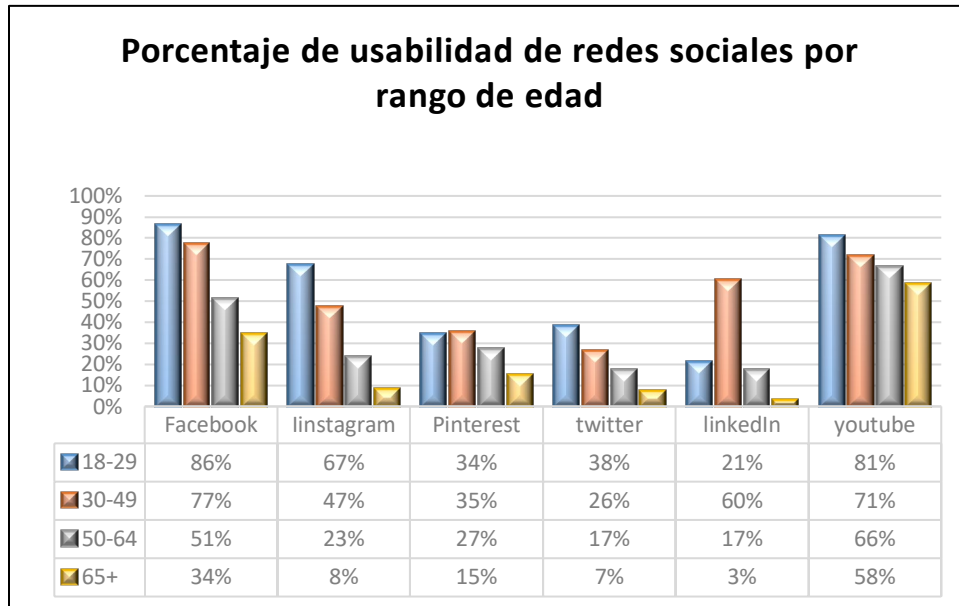
Estrategia	Descripción
Estrategia de comunicación	<ul style="list-style-type: none"> • La página web Permite que los clientes cuenten con la información necesaria, da a conocer los servicios, actividades especiales, horarios Dinámica y de fácil usabilidad por las características de los usuarios • Folletos y Volantes Por los usuarios a quienes va dirigido el emprendimiento. Al interior del CUAN, existe ya definido un protocolo de comunicación a través de material impreso, que tiene identificada la comunidad y permite generar inquietud, motivación y recordación hacia el servicio. • Charlas a la comunidad, En el espacio definido cada martes en el CUAN, Contando con la participación de profesionales expertos en el tema.
Estrategia de Posicionamiento	Material POP. Elaborar obsequios relacionados con los servicios que se van a prestar, que sean livianos, funcionales y sobre todo que generen recordación.

	<p>Google My business: permite registrar el emprendimiento, generando la posibilidad de sugerir el gimnasio, cada vez que se realice una búsqueda en la localidad, referente a gimnasios ubicados en la misma zona.</p>
<hr/> <p>Posicionamiento SEO</p>	<p>Permite en el buscador optimizar la información relevante relacionado principalmente con la posición de la web, frente a las búsquedas que se realicen sobre el tema.</p> <p>Creación de marca</p>
<hr/> <p>Estrategia de Diferenciación</p>	<p>Material impreso: Mostrando los servicios diferenciadores y específicos del Gimnasio</p> <p>Invitación a interesados para conocer las instalaciones y servicios a prestar</p> <p>Feria informativa en el CUAN, que muestre ventajas, desventajas y sobre todo el servicio especializado y definido que tiene</p> <hr/>

Social Media

De acuerdo con las características del mercado objetivo, las sociales más indicadas para el manejo del nicho son Facebook, YouTube y Pinterest. (<https://khoros.com>, 2021)

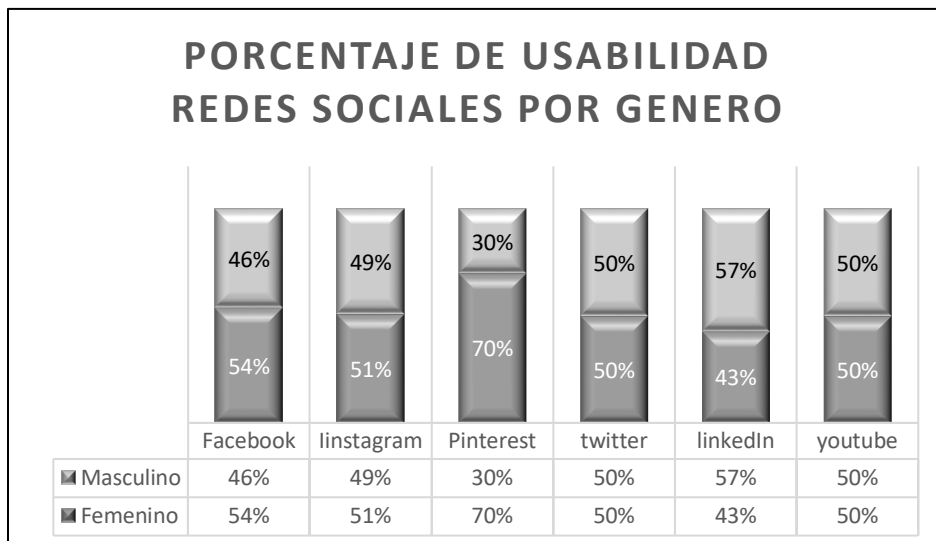
Gráfico 16. Porcentaje de usabilidad de redes sociales por rango de edad



Fuente. Construcción Propia

Basado en el gráfico 16, las redes sociales que mayor usabilidad tienen los adultos mayores son YouTube, Facebook y Pinterest. Por tanto y referente a las herramientas de social media la estrategia se centrará en la usabilidad de las redes anteriormente nombradas.

Gráfico 17. Porcentaje de usabilidad redes sociales por género

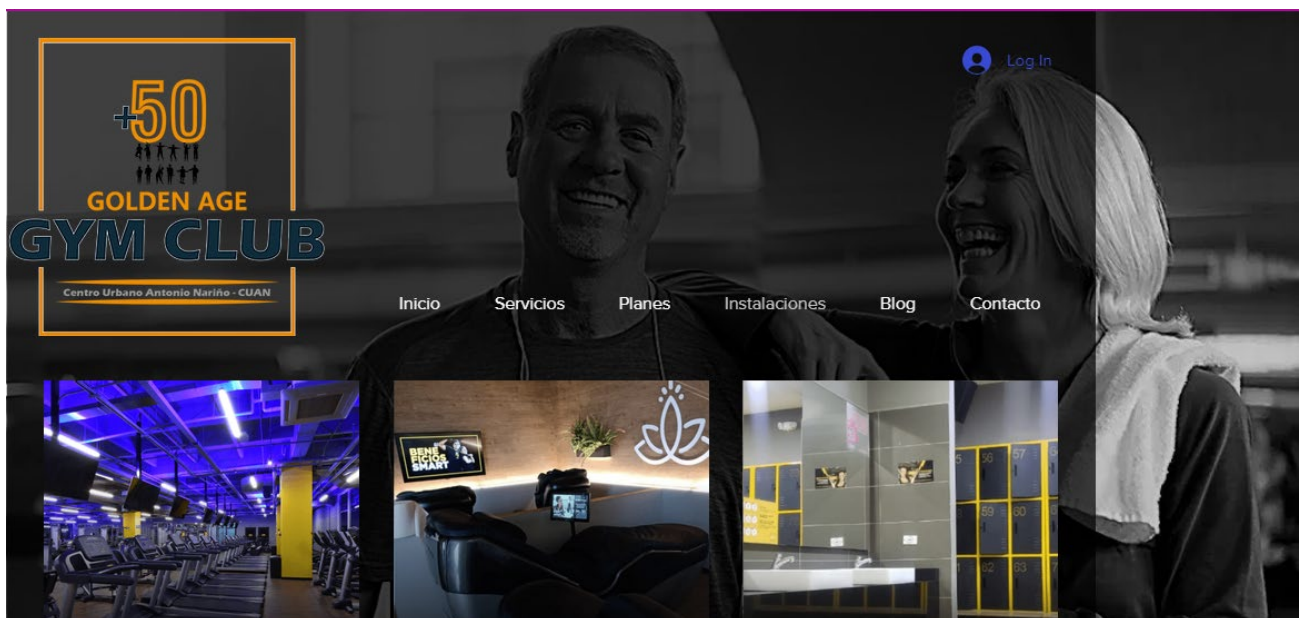


Fuente. Construcción propia

Adicionalmente, los diseños, imágenes y actividades del marketing, aunque se establecerán para adultos mayores de los dos géneros, de acuerdo con la gráfica, hay que resaltar aquellas de carácter femenino dado los porcentajes de uso que demuestra la gráfica por hombre y mujer.

Página Web – Plataforma WIX

<https://agpunad.wixsite.com/goldengymclub>



Se realizó la página Web con el fin de dar a conocer, los servicios, actividades y instalaciones del gimnasio, para sacar provecho de la parte virtual y así atraer nuevos posibles clientes.

Propuesta de logotipo

A continuación, el gráfico 18, se muestra la propuesta de logotipo

Gráfico 18. Logotipo



Fuente. Construcción propia

Proyecciones operativas, financieras y evaluación

Tamaño del proyecto:

Para establecer el tamaño del proyecto se determinará en primera instancia la capacidad diseñada y luego se identificará la capacidad instalada.

Con respecto a la capacidad diseñada, la tabla 5 tiene en cuenta las áreas y servicios que se van a ofrecer en los diferentes horarios iniciando desde las 7 de la mañana y hasta las 5 p.m.

Tabla 5. Capacidad diseñada

Franja Horaria	Grupo 1.	Grupo 2.	Total
7:00-8:00	10	10	20
8:00-9:00	10	10	20
9:00-10:00	10	10	20
10:00-11:00	10	10	20
11:00-12:00	10	10	20
12:00-1:00	10	10	20
1:00-2:00	10	10	20
2:00-3:00	10	10	20
3:00-4:00	10	10	20
4:00-5:00	10	10	20
Total			200

Fuente: construcción propia.

De acuerdo con lo anterior la capacidad diseñada será máximo de 200 personas, distribuidas en 10 jornadas funcionando 2 grupos de manera simultánea, haciendo uso de espacios diferentes.

Con respecto a la capacidad instalada y considerando las características del proyecto se estableció de acuerdo con el proyecto, se define de forma inicial contar con 100 personas con un aumento de 25 en cada mes, de acuerdo con la demanda. La tabla 6. Muestra dicha proyección.

Tabla 6. Capacidad instalada

Conceptos	Unidad de medida
Área	570 mts 2
% de espacio utilizado	80%

Fuente: construcción propia

Disponibilidad insumos:

A continuación, en la tabla 7. Se presenta la descripción de los insumos y sus necesidades para cubrir la atención de los 100 usuarios con rotación mensual, especificando el costo de estos y su proyección a 3 años.

Dentro de estos se encuentran las necesidades de la parte de prestación de servicios asistenciales, limpieza y mantenimiento.

Tabla 7. Relación de Insumos y proyección de gastos anual

Gastos operativos	Valor	Número	Pre-operativo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
<i>Insumos</i>							
Botiquin	75.000	3		225.000	234.675	244.766	704.441
Extintor multipropósito con soporte y señ	54.000	3		162.000		-	162.000
Recarga extintor	40.000	3			120.000	125.160	245.160
Implementos de aseo (trapero, escobba, recojedor, balde)	101.000	1		202.000	210.686	219.745	632.431
Limpiador piso 2 litros	12.310	1					
Materiales de aseo	35.000	1		420.000	438.060	456.897	1.314.957
Dispensador de jabon	24.900	1		74.700	24.900	25.971	125.571
Dispensador de toallas	34.500	1		-	-	-	-
Papel higienico * 24 rollos	24.150	1		265.650	24.150	25.188	314.988
Jabon antibacterial	34.452	1		103.356	34.452	35.933	173.741
Tapabocas	29.900	1		328.900	29.900	31.186	389.986
Guantes de nitrilo	81.900	1		-	-	-	-
Sabanas desechables	83.000	1		913.000	83.000	86.569	1.082.569
Batas desechables	47.500	1		522.500	47.500	49.543	619.543
Theraband- kit de 5 resistencias	38.900	1		116.700	38.900	40.573	196.173
Theratub-Kit 11 piezas	55.000	1		165.000	55.000	57.365	277.365
Paquetes calientes	146.100	1		292.200	146.100	152.382	590.682
Paquetes frios	19.900	1		199.000	99.500	103.779	402.279
Toallas de manos	29.800	1		89.400	29.800	31.081	150.281
Gel para equipos terapeuticos	38.990	1		155.960	38.990	40.667	235.617
Aceite para masajes	80.900	1		242.700	80.900	84.379	407.979
Tallmetro	20.000	1		40.000	20.000	20.860	80.860
Tensiometro	70.000	1		140.000	140.000	146.020	426.020
Goniometro	30.975	1		61.950	61.950	64.614	188.514
Pulsoximetro	85.900	1		171.800	171.800	179.187	522.787
equipo organos de los sentidos	895.000	1		895.000	895.000	933.485	2.723.485
Bascula	34.900	1		34.900	34.900	36.401	106.201
Bajalenguas	29.800	1		89.400	29.800	31.081	150.281
Canecas plásticas-Kit tres colores	137.000	1		137.000	137.000	142.891	416.891
TOTAL				- 6.048.116	6.308.185	6.579.437	18.935.738

Fuente: construcción propia

Descripción técnica del producto (bien o servicio)

La tabla 8. muestra la ficha técnica del servicio discriminada en productos especiales, instalaciones, especificaciones técnicas y vida útil.

Tabla 8. Ficha técnica del servicio

FICHA TÉCNICA DEL SERVICIO GOLDEN AGE GIMNASIO

Productos Especiales	El gimnasio diseñara e implementará actividades que favorezcan la condición física de los adultos mayores del CUAN, Estas involucrarán sesiones físicas, terapéuticas, nutricionales, de salud y de bienestar, las cuales serán impartidas por profesionales con conocimientos y experticia en el abordaje de este tipo de actividades.
Instalaciones	El gimnasio contará con las instalaciones necesarias y suficientes para la prestación de los servicios descritos anteriormente. Tiene 4 áreas deportivas, un consultorio y las zonas de atención al usuario. Todas estas se encuentran acondicionadas con los materiales, insumos y equipos propios para las necesidades del adulto mayor
Especificaciones técnicas	El gimnasio cuenta con los requerimientos definidos por la secretaria Distrital de salud, relacionados con la habilitación del servicio, adicionalmente su accesibilidad favorece el desplazamiento y movilidad de los usuarios de este. Adicionalmente se cuenta con convenios suscritos con EMERMÉDICA, en caso de presentarse una emergencia.
Vida útil	Teniendo en cuenta la vida útil del servicio se realizará una innovación continua con una duración promedio de 5 a 10 años. Adicionalmente se cuenta con un programa de mantenimiento preventivo y correctivo de las instalaciones y de los equipos técnicos especializados.

Fuente: construcción propia

El gimnasio ofrecerá los siguientes servicios y teniendo en cuenta las siguientes condiciones.

- Servicios:
- Actividad física
- Clase grupales (yoga, Cardio, Rumba)
- Rehabilitación física
- Asesoría Nutricional
- Consulta médica especializada
- Zona Cardio - pulmonar y Fuerza con asesoría y acompañamiento permanente
- Charlas especializadas

Condiciones:

- Los servicios se ofrecerán de lunes a viernes de 7:00 a.m. a 5:00 p.m. y sábados de 7 am a 2pm.
- Los servicios se ofertarán y venderán de acuerdo con el paquete escogido por el usuario y bajo las condiciones establecidas para la prestación del servicio de estos.
- El usuario puede asistir a las diferentes actividades programadas, en el horario que desee sin restricción alguna en el uso de los espacios. No existirá limitación en número de actividades
- Para el caso de consulta con médico, nutricionista y fisioterapeuta, la inicial se incluye dentro del proceso de inscripción; las de seguimiento o las solicitadas

por el usuario deberán ser agendadas previamente y su costo será asumido por el cliente.

- Las actividades y programación están diseñadas con preferencia hacia los adultos mayores, por tanto, estos deberán comprometerse con una fase de calentamiento antes de y de estiramiento al cierre.
- El usuario deberá reportar en el momento de su inscripción condiciones particulares que presente para la realización de la actividad física aditamentos, medicación, sintomatología entre otros.
- Cuando el socio hace una suscripción al gimnasio se le realizara una valoración inicial de las condiciones de salud y estado físico, se establecerán metas y objetivos, los cuales se volverán a evaluar al cabo de tres meses y si el usuario cumple a satisfacción las metas fijadas se entregarán estímulos de salud y relajación

Descripción de la maquinaria o instalaciones necesarias

Para la puesta en marcha del proyecto, en la tabla 9 se establecen los muebles y enseres requeridos, los equipos técnicos especializados, acorde con las actividades y programas diseñados y para el número de usuarios establecido, los equipos de cómputo y las necesidades de infraestructura física.

habilitación de servicios, requerida para la prestación de estos. La tabla 10 especifica los costos y necesidades de adecuación de espacios.

Tabla 11. Requerimientos de equipos especializados

EQUIPOS ESPECIALIZADOS	Cantidad	Valor unitario	IVA	Valor IVA	Valor con IVA	Pre-operativo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Equipos especializados										
balones terapéuticos	10	46.800	19%	8.892	55.692	556.920	-	-	-	-
Disco vestibular	2	115.100	19%	21.869	136.969	273.938	-	-	-	-
Mancuerna 3 Lb	12	32.000	19%	6.080	38.080	456.960	-	-	-	-
Mancuerna 8 Lb	12	77.000	19%	14.630	91.630	1.099.560	-	-	-	-
Mancuerna 2 Lb	12	24.000	19%	4.560	28.560	342.720	-	-	-	-
podometro	3	81.700	19%	15.523	97.223	291.669	-	-	-	-
Pesa de promo graduable 10Lb	2	233.400	19%	44.346	277.746	555.492	555.492	-	-	555.492
Pesa de promo graduable 9Lb	2	210.400	19%	39.976	250.376	500.752	500.752	-	-	500.752
Pesa de promo graduable 8Lb	2	185.900	19%	35.321	221.221	442.442	442.442	-	-	442.442
Pesa de promo graduable 5Lb	2	110.100	19%	20.919	131.019	262.038	262.038	-	-	262.038
Pesa de promo graduable 4Lb	2	88.800	19%	16.872	105.672	211.344	211.344	-	-	211.344
Pesa de promo graduable 3Lb	2	70.900	19%	13.471	84.371	168.742	168.742	-	-	168.742
Pesa de promo graduable 2Lb	2	55.900	19%	10.621	66.521	133.042	133.042	-	-	133.042
Yula de boveo capellado 100cm	2	174.600	19%	33.174	207.774	415.548	415.548	-	-	415.548
Electro estimulador digital	2	325.300	19%	61.807	387.107	774.214	774.214	-	-	774.214
ultrasonido portatil	1	756.900	19%	143.811	900.711	900.711	900.711	-	-	900.711
Kit bola terapia	2	166.000	19%	31.540	197.540	395.080	395.080	-	-	395.080
Masajeador Spin	1	63.500	19%	13.205	82.705	82.705	82.705	-	-	82.705
Rueda de brazo doble	1	4.489.000	19%	852.910	5.341.910	5.341.910	-	-	-	-
Doisal ancho doble	1	6.989.000	19%	1.327.910	8.316.910	8.316.910	-	-	-	-
Caminador aereo doble	1	7.989.000	19%	1.517.910	9.506.910	9.506.910	-	-	-	-
Prensa horizontal doble	1	4.989.000	19%	947.910	5.936.910	5.936.910	-	-	-	-
Escaldor doble	1	6.989.000	19%	1.327.910	8.316.910	8.316.910	-	-	-	-
Remo sentado doble	1	4.580.250	19%	870.248	5.450.498	5.450.498	-	-	-	-
Estación de estiramiento	1	4.989.000	19%	947.910	5.936.910	5.936.910	-	-	-	-
Pectoral sentado	1	6.989.000	19%	1.327.910	8.316.910	8.316.910	-	-	-	-
Caminadora de 850 evolutions	3	3.720.000	19%	706.800	4.426.800	13.280.400	-	-	-	-
Banco de ejercicio	1	669.800	19%	127.262	797.062	797.062	-	-	-	-
Barra olimpica mujer	4	458.000	19%	87.020	545.020	2.180.080	-	-	-	-
Barra olimpica hombre	4	524.000	19%	99.560	623.560	2.494.240	-	-	-	-
Set de discos	8	334.400	19%	63.536	397.936	3.183.488	-	-	-	-
Rack para balones	1	525.300	19%	99.807	625.107	625.107	-	-	-	-
Rack para mancuernas	1	654.500	19%	124.355	778.855	778.855	-	-	-	-
Guantes de gimnasio. Pares	8	36.300	19%	6.897	43.197	345.576	-	-	-	-
faja en neopreno	8	24.200	19%	4.598	28.798	230.384	230.384	-	-	230.384
Kit de tonificación	1	105.300	19%	20.007	125.307	125.307	125.307	-	-	125.307
Cono de entrenamiento 15" naranja	12	12.100	19%	2.299	14.399	172.788	-	-	-	-
Elíptica	2	3.570.000	19%	678.300	4.248.300	8.496.600	-	-	-	-
Paralelas graduables	1	277.700	19%	52.763	330.463	330.463	330.463	-	-	330.463
Steps aerobicos	3	339.900	19%	64.581	404.481	1.213.443	1.213.443	-	-	1.213.443
Escalera agilidad	1	58.700	19%	11.153	69.853	69.853	-	-	-	-
bajon pliometrico	1	308.400	19%	58.596	366.996	366.996	-	-	-	-
TOTAL						99.678.387	106.420.094			106.420.094

Fuente: construcción propia

La relación de los equipos especificados en la tabla 11, guarda correspondencia con las actividades y/o servicios que serán ofertados y con la cantidad de usuarios que se espera asistan. Es de anotar que este tipo de equipos están relacionados de forma directa con las

actividades de acondicionamiento físico propias del Adulto mayor. En la tabla 12 se especifican los equipos de cómputo para las áreas de oficina y los espacios de prestación de servicios, así como los softwares de medición especializados y requeridos para el funcionamiento de algunos de los equipos robustos.

Tabla 12. Relación de equipos de cómputo y software

Equipos de computo	Cantidad	Valor unitario	IVA	Valor IVA	Valor con IVA	Pre-operativo	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Impresora multifuncional	1	689.000	19%	130.910	819.910	819.910	-	-	-
Fijo	1	1.815.000	19%	344.850	2.159.850	2.159.850	-	-	-
Portatil	2	3.199.000	19%	607.810	3.806.810	7.613.620	-	-	-
					SUBTOTAL	10.593.380	10.593.380	-	-
Software							<<		
Paquetes especializados (historias médicas- evaluación fisioterapia)	1	2.500.000	19%	475.000	2.975.000	2.975.000	2.975.000		
					SUBTOTAL	2.975.000	2.975.000		
					TOTAL	13.568.380	13.568.380	-	-

Fuente: construcción propia

Distribución en planta

Descripción y Distribución del espacio otorgado para **Golden Age Gimnasio Club**. El siguiente gráfico muestra el plano de distribución.



El local está compuesto por las siguientes áreas:

- 1 recepción
- 1 oficina.
- 1 almacén o Bodega.
- 1 baño para damas (3 duchas, 3 sanitarios, 3 lavamanos).
- 1 baños para Caballeros (3 duchas, 3 sanitarios, 3 lavamanos).
- 1 Vestier Damas.
- 1 Vestier Caballeros.
- 1 consultorio.
- 1 salón de área destinada para deportes varios.

Así mismo el local tiene un área **de 570 (Mts²)** metros cuadrados los cuales están repartidos de la siguiente manera:

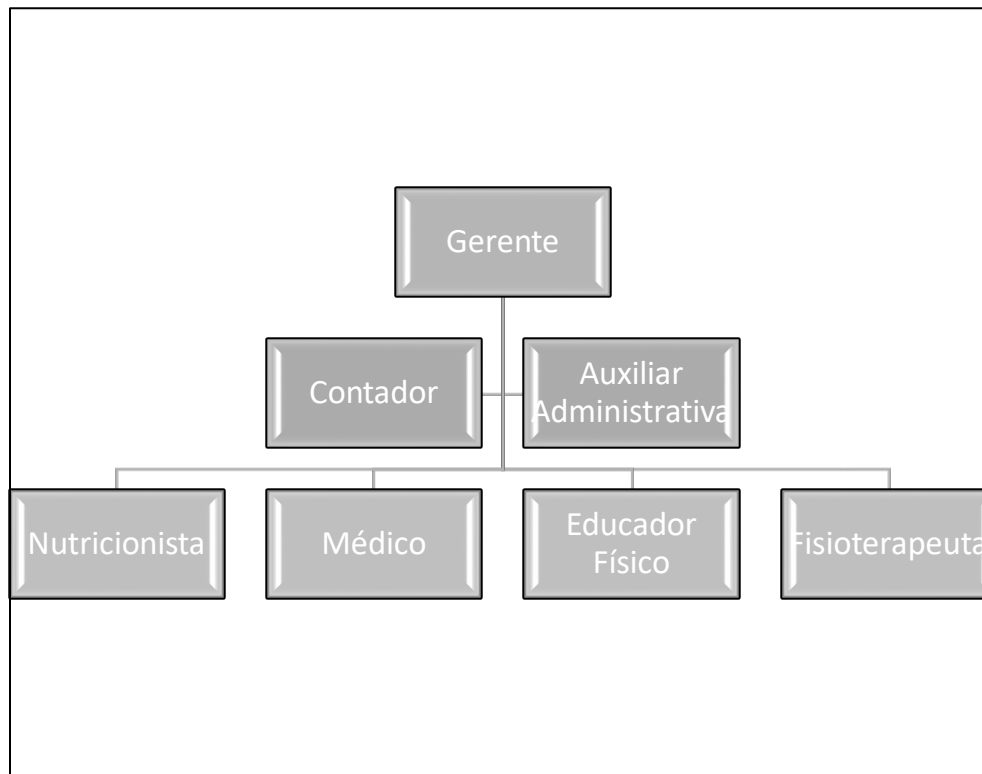
- 1 recepción. – 40 Mts²
- 1 oficina. – 15 Mts²
- 1 almacén o Bodega. – 5 Mts²
- 1 baño para damas – 22.5 Mts²
- baños para Caballeros – 22.5 Mts²
- Vestier Damas. – 10 Mts²
- Vestier Caballeros. – 10 Mts²
- Consultorio. - 25 Mts²
- Salón de área destinada para deportes varios. – 420 Mts²

Descripción de los cargos, presentación del organigrama y las necesidades de personal

Organigrama

En el gráfico 19, se muestra la estructura organizacional del proyecto, caracterizada por ser un organigrama vertical, jerárquico, con definición de niveles de comunicación y toma de decisiones de cada uno de los niveles y áreas.

Gráfico 19. Organigrama



Fuente: construcción propia

Descripción de los cargos

A continuación, se presenta la descripción de cada cargo

Cargo	Descripción	Nivel de formación
Gerente	El gerente es la persona que controla, dirige y coordina una determinada organización	Administrador de Empresas con especialización en administración de Centros deportivos

Funciones

- Definir el plan estratégico del gimnasio
- Establecer las necesidades y asignar las funciones y alcances de cada cargo
- Realizar los seguimientos a la gestión de cada cargo, de acuerdo con las metas e indicadores definidos.

- Atender a las contingencias que pueden surgir.
- Evaluar el desempeño de sus subordinados, así como la conjunción de las tareas que ellos realizan a los fines de los objetivos generales de la empresa.
- Realizar seguimiento de las estrategias de mercadeo y su impacto
- Realizar los informes administrativos, contables y financieros a que haya lugar.
- Conocer las necesidades de los usuarios, así como sus inconformidades, con el objeto de definir planes de acción acordes a sus necesidades y expectativas.
- Realizar el seguimiento a los proveedores, evaluando oportunidades, eficiencia y precio.

Cargo	Descripción	Nivel de formación
Contador	El contador público es el profesional dedicado a aplicar, manejar e interpretar la contabilidad de una organización producir informes para la gerencia y para terceros de acuerdo con lo estipulado nacional e internacionalmente, los cuales servirán de base para la toma de decisiones.	Contador con registro profesional

Funciones

- Crear procedimientos para manejar la gestión financiera del gimnasio a través de los registros contables
 - Cumplir con las necesidades de información que la dirección necesita para tomar decisiones que beneficien a la empresa
 - Administrar los recursos financieros de la organización, utilizando competencias en inversión, análisis de riesgo y finanzas.
-

- Realizar los seguimientos contables y financieros de la empresa, emitiendo los informes de ley establecidos.

Cargo	Descripción	Nivel de formación
Auxiliar administrativa	El auxiliar administrativo es aquella persona que desarrolla diferentes actividades propias de la administración de cualquier organización.	Tecnólogo en administración de Empresas

Funciones

- Atender a los clientes ya sea telefónica o presencialmente, solucionando las inquietudes que puedan llegar a tener
- Recibir los documentos necesarios para la inscripción al gimnasio
- Archivar y custodiar los documentos de los usuarios y de los servicios prestados
- Llevar a cabo el levantamiento y seguimiento de las estadísticas de los servicios
- Verificar el cumplimiento de la agenda de servicios
- Realizar los pedidos de insumos y papelería de acuerdo a la periodicidad y consumo establecidos.

Cargo	Descripción	Nivel de formación
Medico Gerontólogo	Los geriatras son médicos expertos en el cuidado de los adultos mayores. Tienen el conocimiento clínico para el diagnóstico, tratamiento y seguimiento de las enfermedades de este grupo de personas.	Médico General especialista en geriatría y Gerontología

Funciones

- Establecer una relación médico-paciente de confianza mutua.
- Llevar a cabo una Valoración Integral médica, haciendo uso de los lineamientos de la historia clínica definida.
- Hacer control y evaluación periódica de los usuarios
- Realizar los informes periódicos asistenciales y administrativos requeridos y que deben ser reportados a las entidades competentes y a la Gerencia del Gimnasio
- Dar sugerencias para la optimización del servicio
- Integrar en forma oportuna y jerárquicamente ordenada, los diferentes problemas médicos existentes en un paciente y planear correctamente un programa de prevención, estudio, tratamiento y seguimiento, inclusive en casos de urgencia.
- Diligenciar el software de historias clínicas usado por el gimnasio
- Velar por el cumplimiento de las normas de habilitación de servicios

Cargo	Descripción	Nivel de formación
Fisioterapeuta	Profesional de la salud experto en el diagnóstico, prevención y tratamiento de múltiples estados patológicos que son tratados mediante técnicas terapéuticas no farmacológicas	Fisioterapeuta especialista en Ejercicio físico para la salud

Funciones

- Colaborar en el diseño de los entrenamientos adecuados, eficientes y seguros desde el punto de vista fisiológico.
 - Trabajar directamente con los deportistas para que estos adquieran una técnica de ejecución correcta en el deporte de que se trate. Contribuyendo con la prevención de lesiones.
-

- Aplicar distintos tipos de terapias físicas post – entrenamiento, de modo que los Usuarios puedan tener un mejor descanso, relajación y recuperación tras el esfuerzo.
- Definir los tratamientos más adecuados para cada usuario, favoreciendo el desarrollo de la actividad, evitando la aparición de lesiones y mejorando su calidad de vida.

Cargo	Descripción	Nivel de formación
Nutricionista	Profesional del área de la salud que posee los conocimientos científicos en el área de su competencia, con habilidades para aplicar eficientemente el Proceso de Cuidado Nutricional de las personas, contribuyendo con el mejoramiento de su estado de salud y calidad de vida	Nutricionista

Funciones

- Realizar las valoraciones nutricionales de los usuarios del Gimnasio
 - Diseñar e implementar en conjunto con el usuario las minutas y recomendaciones de índole nutricional requeridas
 - Diligenciar la historia clínica y la información nutricional que debe ser reportada ante los entes gubernamentales
 - Realizar seguimientos a los usuarios como parte de su proceso de intervención y control
-

Cargo	Descripción	Nivel de formación
Educador físico	Profesional encargado de programar, organizar y coordinar actividades deportivas; supervisar grupos; entrenar a los usuarios en diferentes disciplinas deportivas y motivarlo para que mejore su condición y rendimiento físico.	Educador físico

Funciones

- Observar, corregir y apoyar a los usuarios en las ejecuciones de las rutinas especializadas y en las sesiones grupales.
- Dirigir las actividades físicas del gimnasio, de acuerdo con las especialidades y tipos de ejercicio a realizar en cada área.
- Elaborar rutinas de los ejercicios especializados.
- Velar por el buen uso y mantenimiento de los equipos
- Mantener una relación estrictamente profesional con los clientes.

Fuente: construcción propia

De acuerdo con los cargos seleccionados, la contratación y costo de personal, se refleja en la tabla 13.

Tabla 13. Personal requerido

GASTOS DE PERSONAL	Cantidad	tipo de contrato	Tiempo de dedicación	Salario Base	Carga Prestacional	Salario mensual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
Personal administrativo										
Gerente	1	Término fijo 1 año	T.C	1.500.000	1,52	2.280.000	25.080.000	26.158.440	27.283.253	78.521.693
Recepcionista	1	Término fijo 1 año	T.C	1.014.980	1,52	1.542.770	16.970.466	17.700.196	18.461.304	53.131.965
Servicios generales	1	Término fijo 1 año	T.C	1.014.980	1,52	1.542.770	16.970.466	17.700.196	18.461.304	53.131.965
SUBTOTAL PERSONAL ADMINISTRATIVO							59.020.931	53.655.392	64.205.861	184.785.623
Honorarios										
Fisioterapeuta	2	Prestación de servicios	N/A	1.800.000		1.800.000	39.600.000	41.302.800	43.078.820	123.981.620
Educadores Físicos	2	Prestación de servicios	N/A	1.800.000		1.800.000	39.600.000	41.302.800	43.078.820	123.981.620
Médico Gerontólogo	1	Prestación de servicios	N/A	600.000		600.000	6.600.000	6.883.800	7.179.803	20.663.603
Nutricionista	1	Prestación de servicios	N/A	500.000		500.000	5.500.000	5.736.500	5.983.170	17.219.670
Contador	1	Prestación de servicios	N/A	400.000		400.000	4.400.000	4.589.200	4.786.536	13.775.736
SUBTOTAL HONORARIOS							95.700.000	99.815.100	104.107.149	299.622.249
TOTAL PERSONAL							154.720.931	153.470.492	168.313.010	484.407.873

Fuente: construcción propia

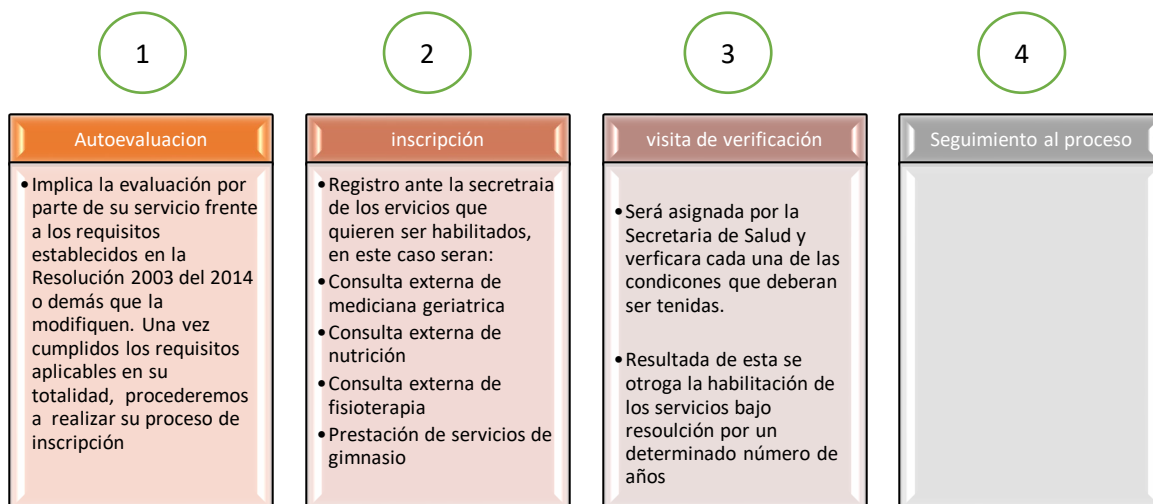
El cuadro anterior, muestra cargos, tipo de contrato, asignación salarial y costo anual proyectado a 3 años-.

Procesos preoperativos,

Relacionado con este aspecto, los procesos operativos se centran en primera instancia con los requisitos de la resolución 3100 de 2019, (Gráfico 22), en la cual se definen las condiciones necesarias para habilitar la prestación de servicios en esta área.

Para tal fin se deberán seguir los siguientes pasos

Gráfico 20. Pasos implementación Resolución Habilitación de Servicios



Fuente. Construcción propia

De igual manera, se debe cumplir con los requisitos de creación de cualquier empresa siguiendo los siguientes pasos: (Tolosa, 2021)

- Definir un Nombre de la Marca
- Definir tipo de empresa o sociedad
- Revisión del esquema contractual
- Creación de Estatutos de la Empresa
- Registro Ante la DIAN
- Registro Ante la Cámara de Comercio
- Cuenta Bancaria Empresarial
- Solicitud de Facturación a la DIAN
- Registro Ante el Sistema de Seguridad Social

Localización

El gimnasio será ubicado en la ciudad de Bogotá en la localidad de Teusaquillo al interior del Centro Urbano Antonio Nariño. El gráfico 21 muestra el entorno poblacional del CUAN.

Gráfico 21. Ubicación Entorno geográfico



Fuente: Google maps.

Gráfico 22. Ubicación real del local dentro del CUAN



Fuente: Google maps.

El Centro Urbano Antonio Nariño, de acuerdo con el gráfico 22, se encuentra en la calle 25 con carrera 37, al nororiente de la localidad de Teusaquillo. Fue diseñado por Néstor C. Gutiérrez y Esguerra Sáenz, Urdaneta, Suárez y Cía. Se inauguró en 1952. Está compuesto por 14 edificios de apartamentos, ocho de 13 pisos y seis de cuatro pisos. El conjunto alberga 960 apartamentos y tiene capacidad para 6.400 personas. Cuenta así mismo con escuela primaria, colegio de bachillerato, iglesia, teatro y supermercado.

Con relación a las vías de acceso son varias, las que permiten el ingreso, se encuentran la Av. de las Américas, la Calle 26 y la Avenida de la Esperanza, todas estas contribuyen y facilitan la accesibilidad al lugar. Así mismo y al interior del CUAN, se cuenta con zona de parqueadero, vigilancia y espacios de esparcimiento que facilitan la asistencia de acompañantes de los adultos mayores en caso de ser usuarios del servicio, de los barrios el Recuerdo, Quinta Paredes y La Gran América.

Proyecciones de ventas

A continuación, se presenta el cálculo de la demanda y las proyecciones de ventas mensuales por usuario. La tabla 14 referente a la capacidad instalada, muestra la población objetivo, el número de usuarios promedio mensual, el porcentaje de captura esperado, basado en la investigación de mercado realizada la cual mostro un alto de interés de la población de la unidad habitacional y de los barrios aledaños de participar en la propuesta y finalmente analizados los aspectos anteriores, plasmar la demanda potencial.

Tabla 14. capacidad instalada

Población objetivo	125
Consumo promedio (mensual o anual)	100
Porcentaje de captura (% de mercado al que desean llegar)	80%
Total demanda potencial	200

Fuente: construcción propia

Basados en la tabla anterior, se realizan las proyecciones de ventas mensuales y anuales. Dichas ventas incluyen la inscripción, cuota de mantenimiento y el alquiler de servicios especiales relacionados principalmente con toallas y lockers, la tabla 15 muestra los resultados numéricos de esta.

Tabla 15. Proyecciones de ventas

Mes	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Enero	23.300.000	24.301.900	25.152.467
febrero	23.675.000	24.693.025	25.557.281
Marzo	26.800.000	27.952.400	28.930.734
Abril	29.925.000	31.211.775	32.304.187
Mayo	33.050.000	34.471.150	35.677.640
Junio	36.175.000	37.730.525	39.051.093
Julio	39.300.000	40.989.900	42.424.547
Agosto	42.425.000	44.249.275	45.798.000
Septiembre	44.925.000	46.856.775	48.496.762
Octubre	48.050.000	50.116.150	51.870.215
Noviembre	50.550.000	52.723.650	54.568.978
Diciembre	51.800.000	54.027.400	55.918.359
Total	449.975.000,00	469.323.925,00	485.750.262,38

Fuente: construcción propia

Una vez considerada la proyección de ingresos y los gastos mensuales y anuales previstos, se pudo definir el punto de equilibrio, el cual quedo definido con 175 usuarios. Los cálculos establecidos y proyectados muestran un margen de utilidad del 31% tal y como lo muestra la tabla 16.

Precio de venta

Tabla 16. punto de equilibrio

ASPECTOS	AÑO 1
Total costos fijos	184.569.047
Total, costos variables	67.417.070
Número de unidades	100
Costo total promedio unitario	2.519.861
Costo promedio unitario	1.845.690
Costo variable unitario	674.171
Precio de venta sin IVA	81.000
Precio de venta con IVA	100.000
Margen de utilidad promedio	31%
Punto de equilibrio en unidades	175

Fuente: construcción propia

Proyecciones ingresos por ventas

Tabla 17. Proyecciones de ingresos por ventas

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Total ventas	449.975.000	469.323.925	485.750.262
Descuentos por ventas	-	-	-
Ventas netas	449.975.000	469.323.925	485.750.262
% de ventas a contado	100%	100%	100%
% de ventas a crédito	0%	0%	0%

Fuente: construcción propia

Las proyecciones de ingresos anuales muestran un resultado del orden de \$449.975.000 con un crecimiento del 4.3% anual. Esta se fundamenta en contar con cartera nula de los afiliados, garantizando la estabilidad financiera que se requiera. Tabla 17 y 18.

Tabla 18. Proyecciones de ingresos por ventas (mensual)

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total ventas	23.300.000	26.675.000	26.800.000	29.925.000	33.050.000	36.175.000	39.300.000	42.425.000	44.925.000	48.050.000	50.550.000	51.800.000
Descuentos por ventas												
Ventas netas	23.300.000	26.675.000	26.800.000	29.925.000	33.050.000	36.175.000	39.300.000	42.425.000	44.925.000	48.050.000	50.550.000	51.800.000
% de ventas a contado	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
% de ventas a crédito	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Fuente: construcción propia

Capital de trabajo

A continuación, la tabla 19, presenta el flujo de caja mensual para el primer año del negocio:

Tabla 19. Flujo de caja mensual

RESULTADO ECONÓMICO GOLDEN AGE GYMCLUB																
PRE-OP	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
INGRESOS																
Ingresos	15.500.000	15.875.000	19.000.000	22.125.000	25.250.000	28.375.000	31.500.000	34.625.000	37.750.000	40.875.000	42.750.000	44.000.000	312.375.000	325.807.125	339.816.831	977.998.956
Otros	250.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000	7.800.000	85.800.000	89.489.400	93.337.444	268.626.844
TOTAL	250.000	23.300.000	26.800.000	29.925.000	33.050.000	36.175.000	39.300.000	42.425.000	44.925.000	48.050.000	50.550.000	51.800.000	398.175.000	415.296.525	433.154.276	1.246.625.801
INGRESOS	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000
GASTOS																
Personal Administrativo	5.365.539	5.365.539	5.365.539	5.365.539	5.365.539	5.365.539	5.365.539	5.365.539	5.365.539	5.365.539	5.365.539	5.365.539	59.020.931	53.655.302	64.205.861	176.882.184
Honorarios	18.531.078	18.531.078	18.531.078	18.531.078	18.531.078	18.531.078	18.531.078	18.531.078	18.531.078	18.531.078	18.531.078	18.531.078	95.700.000	99.815.100	104.107.349	299.622.249
MerCADEO Y Marketing	2.800.000	-	-	-	-	2.800.000	00	-	-	-	-	-	13.600.000	5.840.800	6.091.954	25.532.754
Capacitación	-	-	-	-	2.500.000	-	2.500.000	-	-	-	-	-	5.000.000	5.215.000	5.439.245	15.654.245
Reuniones Internas	-	-	170.000	85.000	-	170.000	-	85.000	170.000	-	-	-	170.000	680.000	709.240	739.737
TOTAL	2.865.542	219.550	219.550	303.440	587.902	466.650	256.540	244.450	453.950	292.992	219.550	219.550	6.048.116	6.308.185	6.579.437	18.935.738
Insumos	150.000	100.000	100.000	100.000	100.000	150.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	100.000	1.300.000	1.355.900	1.414.204	4.070.104
Servicios técnicos	2.500.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.500.000	-	-	2.500.000
Dotaciones	240.000	-	-	-	240.000	-	-	-	240.000	-	-	-	720.000	750.960	783.251	2.254.211
TOTAL	2.500.000	29.953.160	24.216.168	24.386.058	24.824.520	27.183.268	27.055.158	26.826.068	24.860.568	24.289.610	24.216.168	24.386.168	184.569.047	173.650.577	189.360.839	547.580.463
GASTOS	00	160	168	168	058	520	268	158	068	610	168	168	047	577	839	463

Fuente: construcción propia

La tabla 20 muestra los saldos acumulados.

Tabla 20. Saldos acumulados

RESULTADO ECONÓMICO GOLDEN AGE GYMCLUB																	
	PRE-OP	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Agos	Sept	Oct	Nov	Dic	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	TOTAL
INGRESOS																	
TOTAL	250.00	23.300,	23.675,	26.800,	29.925,	33.050,	36.175,	39.300,	42.425,	44.925,	48.050,	50.550,	51.800,	398.17	415.296	433.154	1.246.62
INGRESOS	0.000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	5.000	.525	.276	5.801
GASTOS																	
TOTAL GASTOS	00	160	168	168	058	520	268	158	068	568	610	168	168	9.047	.577	.839	463
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	247.50	6.653.1	-	2.413.8	5.539.9	8.225.4	8.991.7	12.244,	15.598,	20.064,	23.760,	26.333,	27.413,	213.60	241.645	243.793	699.045,
OPERACIONAL	0.000	60	541.168	32	42	80	32	842	932	432	390	832	832	5.953	.948	.437	337
FLUJO DE CAJA ACUMULADO	240.846	234.193	233.652	236.066	241.606	249.831	258.82	271.068	286.667	306.731	330.492	356.825					
ACUMULADO	.840	.681	.513	.346	.288	.768	3.501	.343	.276	.708	.098	.931					
MARGEN OPERACIONAL		-29%	-2%	9%	19%	25%	25%	31%	37%	45%	49%	52%	53%				
INVERSIONES																	
TOTAL	163.14							6.741.7						169.88			169.888.
INVERSIONES ACUMULADAS	6.572	-	-	-	-	-	07	-	-	-	-	-	-	8.279	-	-	279
INVERSIONES ACUMULADAS	163.146	163.146	163.146	163.146	163.146	163.146	163.146	169.888	169.888	169.888	169.888	169.888	169.888	169.888	169.888	169.888	169.888
ACUMULADAS	.572	.572	.572	.572	.572	.572	.572	8.279	.279	.279	.279	.279	.279	.279	.279	.279	.279

Fuente: construcción propia

A partir de la información anterior el monto de capital de trabajo que se requiere es del orden de \$356.825.931.00

Inversiones

Inversión inicial,

A continuación, la tabla 21, describe los conceptos que incluyen este rubro y se establece el costo de cada uno de ellos, tal y como se presenta en la simulación del resultado económico.

Tabla 21. Inversión total

Rubro	Concepto	Valor
Activos fijos	Maquinaria y equipo	99.678.386,50
	Equipo de oficina	45.380.185,90
TOTAL		145.058.572,40
	Sueldos	26.088.000,00
TOTAL		26.088.000,00
Capital de trabajo		356.825.931,00
TOTAL		527.972.503,40
Instalaciones y puesta en marcha	Adecuación del local o espacio de producción	18.088.000,00
	Gastos legales de constitución	
	Marketing	8.000.000,00
	Arriendo	0
TOTAL		26.088.000,00
CONSOLIDADO TOTAL		554.060.503,40

Fuente: construcción propia

Fuentes de inversión

Para este caso las fuentes de inversión iniciales partirán de la donación de Corferias por el orden de los \$250.000.000, oo, de igual forma la administración del CUAN, por decisión de la junta de socios determino un aporte de apalancamiento del orden de \$ 20.000.000, oo

Los soportes de las diferentes tablas se encuentran en el ejercicio de resultados económicos trabajado en Excel. A continuación, el enlace respectivo.

<https://drive.google.com/file/d/1y5WGB4Ez5jdIioqQk2FGq0kYowqqxPk2/view?usp=sharing>

Conclusiones

El proyecto de emprendimiento social se plantea como una alternativa de solución a varios de los problemas que presenta la población adulta y adulta mayor del Centro Nariño en aspectos relacionados con la promoción y prevención de la salud, la condición física y los hábitos de vida saludables.

El proyecto de emprendimiento Social formulado se presenta como una propuesta innovadora centrada en el cliente y sus necesidades, estableciendo la posibilidad de ver el problema, como una oportunidad que satisfaga las necesidades de una población en particular, en esta el cliente y/o usuario es el centro de todo el proceso de evaluación que se requiere, permite trabajar en equipo de forma integrada y sistemática, se disminuyen los riesgos.

Bibliografía

- Bejarano, S., & Bejarano Zuluaga, S. D. (31 de 03 de 2021). Sergio bejarano. *Obtenido de Goconqr: <https://www.goconqr.com/mindmap/30029532/gimnasio-cuan-?locale=es-ES>*
- (Bogotá), A. N. (24 de 01 de 2020). *Antonio Nariño (Bogotá) - Wikipedia, la enciclopedia libre*. Obtenido de Antonio Nariño (Bogotá) - Wikipedia, la enciclopedia libre: [https://es.wikipedia.org/wiki/Antonio_Nari%C3%B1o_\(Bogot%C3%A1\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Antonio_Nari%C3%B1o_(Bogot%C3%A1))
- calidad, A. (27 de marzo de 2017). *<https://aprendiendocalidadyadr.com>*. Obtenido de <https://aprendiendocalidadyadr.com/el-diagrama-causa-efecto/>
- CUAN, J. D. (2021). *Informe de Gestión 2020*. Bogotá.
- Cuideo. (20 de Febrero de 2019). *Cuideo*. Obtenido de Enfermedades y patologías en la tercera edad: <https://cuideo.com/blog-cuideo/enfermedades-y-patologias-en-la-tercera-edad/>
- Datosmacro. (2020). *<https://datosmacro.expansion.com>*. Obtenido de <https://datosmacro.expansion.com/demografia/poblacion/colombia>
- estadística, D.-D. a. (2019). *<https://www.dane.gov.co>*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/60-espanol/demograficas/censos>
- Lamas, V. (Agosto de 2010). *Ciencia y enfermería*. Recuperado el 23 de 02 de 2021, de https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?pid=S0717-95532010000200009&script=sci_arttext&tlng=p

Ministerio de Salud. (31 de 05 de 2019). *Ministerio de Salud*. Recuperado el 22 de 02 de 2021, de

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/PS/sala-situacional-poblacion-adulta-mayor.pdf>

RUIZ, C. (s.f.). *antonio nariño - Secretaria de cultura, Recreacion y Deporte*.

Obtenido de antonio nariño - Secretaria de cultura, Recreacion y Deporte:

https://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/sites/default/files/agenda_publica_local_de_antonio_narino_1.pdf

smdguia. (29 de 03 de 21). Obtenido de <http://smdguia.es/instalaciones/sala-de-fitness-y-musculacion/>

Vianorte-Laguna, F. (2021). *LAGUNA*. Obtenido de

<https://www.lagunacuida.org/content/rehabilitaci%C3%B3n-y-fisioterapia>

https://www.canva.com/design/DAEaG2sAUtY/i9HCh81VT81_r3Gk5_2tDg/view?utm_campaign=designshare&utm_source=homepage_design_menu

<https://designthinking.es/inicio/herramienta.php?id=76&fase=idea>

https://www.canva.com/es_co/crear/posters/