



MACROPROCESO DE APOYO

CÓDIGO: AAAR113

PROCESO GESTIÓN APOYO ACADÉMICO

VERSIÓN: 5

DESCRIPCIÓN, AUTORIZACIÓN Y LICENCIA DEL
REPOSITORIO INSTITUCIONAL

VIGENCIA: 2021-04-19

PÁGINA: 1 de 1

16

FECH 07-jul-21

Señores

UNIVERSIDAD DE CUNDINAMARCA

BIBLIOTECA

Ciudad

UNIDAD REGIONAL	Seccional Girardot
TIPO DE DOCUMENTO	Trabajo de Grado
FACULTAD	Ciencias Administrativas, Economicas y Contables
NIVEL ACADÉMICO DE FORMACIÓN O PROCESO	Pregrado
PROGRAMA ACADÉMICO	Administración De Empresas

El Autor(Es):

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS	No. DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN
LEYTON GONZALEZ	KATHERINE	1070600725

Director(Es) y/o Asesor(Es) del documento:

APELLIDOS COMPLETOS	NOMBRES COMPLETOS
GODOY RAMIREZ	JUAN ANDRES

TÍTULO DEL DOCUMENTO

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DEL GIMNASIO "CARDIO MAX FUNCIONAL" EN LA CIUDAD DE GIRARDOT.

SUBTÍTULO

(Aplica solo para Tesis, Artículos Científicos, Disertaciones, Objetos Virtuales de Aprendizaje)

TRABAJO PARA OPTAR AL TÍTULO DE:

Aplica para Tesis/Trabajo de Grado/Pasantía

ADMINISTRADOR DE EMPRESAS

AÑO DE EDICION DEL DOCUMENTO	NÚMERO DE PÁGINAS
2021	101

DESCRPTORES O PALABRAS CLAVES EN ESPAÑOL E INGLÉS (Usar 6 descriptores o palabras claves)	
ESPAÑOL	INGLÉS
1 ACTIVIDAD FISICA	PHYSICAL ACTIVITY
2 DEPORTE	SPORTS
3 GIMNASIO	GYM
4 EMPRENDIMIENTO	ENTREPRENEURSHIP
5 BIENESTAR	WELLNESS
6 SALUD	HEALTH

RESUMEN DEL CONTENIDO EN ESPAÑOL E INGLÉS
(Máximo 250 palabras – 1530 caracteres, aplica para resumen en español):

Este proyecto fue elaborado con el objetivo de estudiar la viabilidad para la creación y promoción de un gimnasio en la ciudad de Girardot, el cual motive la práctica deportiva en el municipio, Girardot actualmente no cuenta con un espacio de acondicionamiento físico que ofrezca todo un servicio integrado con las características de poder trabajar en un sitio cerrado y a la vez al aire libre. Para llevarlo a cabo se realizó una investigación que permitiera conocer la necesidad del mercado objetivo, la disposición a la práctica deportiva y las razones o los motivos más importantes por los que irían al gimnasio. Para poder llevar a cabo la investigación se siguieron los pasos de todo proyecto; contextualización del problema de investigación, estudio de mercado, estudio técnico, estudio organizacional y legal, estudio financiero. Por medio de los cuales se describe el proceso, se establecen los equipos, tecnología y espacio necesario para el funcionamiento, se determinó el modelo organizacional a seguir y los requisitos legales necesarios para la constitución de la empresa y por último se demuestra su viabilidad financiera. Gracias a toda esta investigación se logra establecer que, la creación de un gimnasio en la ciudad de Girardot es un proyecto con un alto porcentaje de aceptación y rentabilidad, logrando así el éxito de la empresa.

This project was developed with the aim of studying the feasibility for the creation and promotion of a gym in the city of Girardot, which encourages sports practice in the municipality, Girardot currently does not have a physical conditioning space that offers a whole service integrated with the characteristics of being able to work both indoors and outdoors. To carry it out, an investigation was carried out that allowed to know the need of the target market, the willingness to practice sports and the reasons or the most important reasons why they would go to the gym. In order to carry out the research, the steps of every project were followed; contextualization of the research problem, market study, technical study, organizational and legal study, financial study. Through which the process is described, the equipment, technology and space necessary for operation are established, the organizational model to follow and the legal requirements necessary for the constitution of the company are determined and finally its financial viability is demonstrated. Thanks to all this research

FUENTES (Todas las fuentes de su trabajo, en orden alfabético)

- Álvarez, R. R. (2005). Formulación y Evaluación de Proyectos. Costa Rica.
- Babin, W. G. (2006). Investigación de mercados, 9a. ed. Mexico D.F.: Cengage Learning.
- Ballesteros, R. H. (2013). Plan de marketing: Diseño, Implementación y Control. Bogotá: ECOE Ediciones.
- COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 181 de 1995 (18, enero, 1995). Por la 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. [en línea]. Bogotá, D. C.: Diario Oficial. 1995 nro. 41.679. Consultado: [17 de septiembre de 2020]. Disponible en: <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=3424>
- COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPÚBLICA. Ley 232 de 1995 (26, diciembre, 1995). Por medio de la cual se dictan normas para

AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN

Por medio del presente escrito autorizo (Autorizamos) a la Universidad de Cundinamarca para que, en desarrollo de la presente licencia de uso parcial, pueda ejercer sobre mí (nuestra) obra las atribuciones que se indican a continuación, teniendo en cuenta que, en cualquier caso, la finalidad perseguida será facilitar, difundir y promover el aprendizaje, la enseñanza y la investigación.

En consecuencia, las atribuciones de usos temporales y parciales que por virtud de la presente licencia se autoriza a la Universidad de Cundinamarca, a los usuarios de la Biblioteca de la Universidad; así como a los usuarios de las redes, bases de datos y demás sitios web con los que la Universidad tenga perfeccionado una alianza, son: Marque con una "X":

AUTORIZO (AUTORIZAMOS)	SI	NO
1. La reproducción por cualquier formato conocido o por conocer.	x	

2. La comunicación pública, masiva por cualquier procedimiento, medio físico, electrónico y digital	x	
3. La inclusión en bases de datos y en sitios web sean éstos onerosos o gratuitos, existiendo con ellos previa alianza perfeccionada con la Universidad de Cundinamarca para efectos de satisfacer los fines previstos. En este evento, tales sitios y sus usuarios tendrán las mismas facultades que las aquí concedidas con las mismas limitaciones y condiciones.	x	
4. La inclusión en el Repositorio Institucional con motivos de publicación, en pro de su consulta, vicivilización académica y de investigación.	x	

De acuerdo con la naturaleza del uso concedido, la presente licencia parcial se otorga a título gratuito por el máximo tiempo legal colombiano, con el propósito de que en dicho lapso mi (nuestra) obra sea explotada en las condiciones aquí estipuladas y para los fines indicados, respetando siempre la titularidad de los derechos patrimoniales y morales correspondientes, de acuerdo con los usos honrados, de manera proporcional y justificada a la finalidad perseguida, sin ánimo de lucro ni de comercialización. Para el caso de las Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, de manera complementaria, garantizo(garantizamos) en mi(nuestra) calidad de estudiante(s) y por ende autor(es) exclusivo(s), que la Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi(nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro (aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos de la Tesis o Trabajo de Grado es de mí (nuestra) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos. Sin perjuicio de los usos y atribuciones otorgadas en virtud de este documento, continuaré (continuaremos) conservando los correspondientes derechos patrimoniales sin modificación o restricción alguna, puesto que, de acuerdo con la legislación colombiana aplicable, el presente es un acuerdo jurídico que en ningún caso conlleva la enajenación de los derechos patrimoniales derivados del régimen del Derecho de Autor. De conformidad con lo establecido en el artículo 30 de la Ley 23 de 1982 y el artículo 11 de la Decisión Andina 351 de 1993, "Los derechos morales sobre el trabajo son propiedad de los autores", los cuales son irrenunciables, imprescriptibles, inembargables e inalienables. En consecuencia, la Universidad de Cundinamarca está en la obligación de RESPETARLOS Y HACERLOS RESPETAR, para lo cual tomará las medidas correspondientes para garantizar su observancia.

NOTA: (Para Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía):

Información Confidencial:

Esta Tesis, Trabajo de Grado o Pasantía, contiene información privilegiada, estratégica, secreta, confidencial y demás similar, o hace parte de la investigación que se adelanta y cuyos resultados finales no se han publicado. Si _____ NO x . En caso afirmativo expresamente indicaré (indicaremos), en carta adjunta tal situación con el fin de que se mantenga la restricción de acceso.

LICENCIA DE PUBLICACIÓN

Como titular(es) del derecho de autor, confiero(erimos) a la Universidad de Cundinamarca una licencia no exclusiva, limitada y gratuita sobre la obra que se integrará en el Repositorio Institucional, que se ajusta a las siguientes características:

a) Estará vigente a partir de la fecha de inclusión en el repositorio, por un plazo de 5 años, que serán prorrogables indefinidamente por el tiempo que dure el derecho patrimonial del autor. El autor podrá dar por terminada la licencia solicitándolo a la Universidad por escrito. (Para el caso de los Recursos Educativos Digitales, la Licencia de Publicación será permanente).

b) Autoriza a la Universidad de Cundinamarca a publicar la obra en formato y/o soporte digital, conociendo que, dado que se publica en Internet, por este hecho circula con un alcance mundial.

c) Los titulares aceptan que la autorización se hace a título gratuito, por lo tanto, renuncian a recibir beneficio alguno por la publicación, distribución, comunicación pública y cualquier otro uso que se haga en los términos de la presente licencia y de la licencia de uso con que se publica.

d) El(Los) Autor(es), garantizo(amos) que el documento en cuestión, es producto de mi(nuestra) plena autoría, de mi(nuestro) esfuerzo personal intelectual, como consecuencia de mi (nuestra) creación original particular y, por tanto, soy(somos) el(los) único(s) titular(es) de la misma. Además, aseguro(aseguramos) que no contiene citas, ni transcripciones de otras obras protegidas, por fuera de los límites autorizados por la ley, según los usos honrados, y en proporción a los fines previstos; ni tampoco contempla declaraciones difamatorias contra terceros; respetando el derecho a la imagen, intimidad, buen nombre y demás derechos constitucionales. Adicionalmente, manifiesto (manifestamos) que no se incluyeron expresiones contrarias al orden público ni a las buenas costumbres. En consecuencia, la responsabilidad directa en la elaboración, presentación, investigación y, en general, contenidos es de mí (nuestro) competencia exclusiva, eximiendo de toda responsabilidad a la Universidad de Cundinamarca por tales aspectos.

- e) En todo caso la Universidad de Cundinamarca se compromete a indicar siempre la autoría incluyendo el nombre del autor y la fecha de publicación.
- f) Los titulares autorizan a la Universidad para incluir la obra en los índices y buscadores que estimen necesarios para promover su difusión.
- g) Los titulares aceptan que la Universidad de Cundinamarca pueda convertir el documento a cualquier medio o formato para propósitos de preservación digital.
- h) Los titulares autorizan que la obra sea puesta a disposición del público en los términos autorizados en los literales anteriores bajo los límites definidos por la universidad en el "Manual del Repositorio Institucional AAAM003"
- i) Para el caso de los Recursos Educativos Digitales producidos por la Oficina de Educación Virtual, sus contenidos de publicación se rigen bajo la Licencia Creative Commons: Atribución- No comercial- Compartir Igual.



- j) Para el caso de los Artículos Científicos y Revistas, sus contenidos se rigen bajo la Licencia Creative Commons Atribución- No comercial- Sin derivar.



Nota:

Si el documento se basa en un trabajo que ha sido patrocinado o apoyado por una entidad, con excepción de Universidad de Cundinamarca, los autores garantizan que se ha cumplido con los derechos y obligaciones requeridos por el respectivo contrato o acuerdo

La obra que se integrará en el Repositorio Institucional, está en el(los) siguiente(s) archivo(s).

Nombre completo del Archivo Incluida su Extensión (Ej. Nombre completo del trabajo.pdf)	Tipo de documento (ej. Texto, imagen, video, etc.)
1 PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DE GIMNASIO "CARDIO MAX FUNCIONAL" EN LA CIUDAD DE GIRARDOT. Pdf	Texto, imágenes.
2,	
3,	
4,	

En constancia de lo anterior, Firmo (amos) el presente documento:

APELLIDOS Y NOMBRES COMPLETOS	FIRMA (autógrafo)
LEYTON GONZALEZ KATHERINE	Katherine Leyton G.



PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN Y PROMOCIÓN DEL GIMNASIO “CARDIO MAX FUNCIONAL” EN LA CIUDAD DE GIRARDOT.



Trabajo de grado para optar el Título de:
Administrador de Empresas

Presentado por:
Katherine Leyton González



SG-GER-001/07

Vigilada MinEducación

www.ucundinamarca.edu.co



INTRODUCCIÓN



A través de este estudio, se realizó un análisis de la cultura que se tiene por parte de la población de la ciudad de Girardot hacia la realización de actividad física y sus beneficios; así mismo se obtuvo un perfil del cliente, se logró determinar la oferta del sector, una proyección de la demanda, precios dispuestos a pagar y además la competencia directa, por lo que se analiza si representa o no una oportunidad para el proyecto.



FORMULACIÓN DEL PROBLEMA



Con el paso del tiempo los habitantes de la ciudad de Girardot han ido adquiriendo buenos hábitos y estilos de vida saludables. Sin embargo, muchas de estas personas desfallecen en el intento y abandonan la actividad física aparentemente por desmotivación, falta de disciplina o porque no cuentan con una asesoría y monitoreo permanente en su entrenamiento.



¿Qué tan factible es la creación de un gimnasio con variedad de servicios y cuál es la mejor forma de promocionarlo?



OBJETIVO GENERAL



Realizar el estudio de factibilidad para la creación del gimnasio “Cardio Max Funcional” en la ciudad de Girardot.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado.
- Diseñar un plan de marketing.
- Desarrollar el estudio técnico.
- Elaborar el análisis financiero.





UDEC
UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA

JUSTIFICACIÓN



Últimamente la actividad física se ha convertido en parte fundamental en el estilo de vida de las personas, independientemente del objetivo buscado ya sea adelgazar, aumentar de peso o simplemente mantenerse saludables y para esto es indispensable contar con una orientación adecuada.



LOCALIZACIÓN



Santa Rita
Girardot, Cundinamarca

El lugar escogido para la localización del escenario deportivo es la ciudad de Girardot – Barrio Santa Rita.



UDEC
UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA

CARACTERIZACIÓN DE LA POBLACIÓN



La población objeto de estudio para este proyecto son los habitantes de la ciudad de Girardot, hombres y mujeres en un rango de edad de 20 a 54 años.

MUESTRA

El método de muestreo que se utilizó para el presente estudio fue el probabilístico.

Margen de error: 5%

Nivel de confianza: 95%

Población total de Girardot 105.896 habitantes

Población objeto muestra hombres y mujeres entre los 20 y 54 años total = 52.196

n = 382



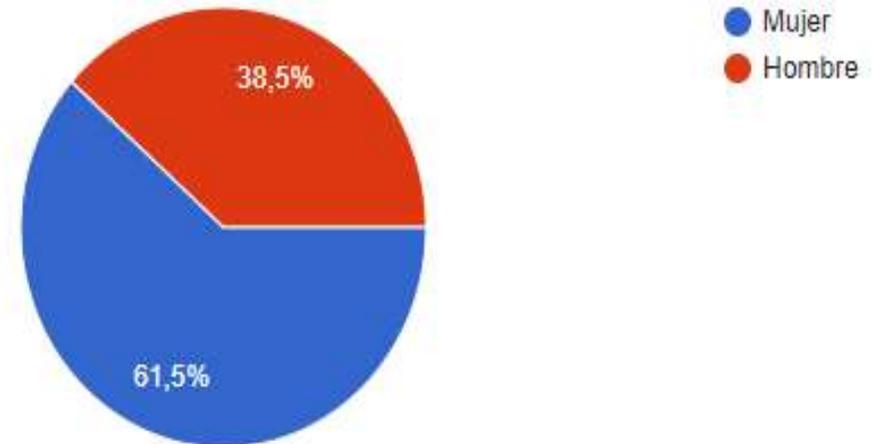


ENCUESTA



Se realiza una encuesta a distintas personas de la ciudad de Girardot, la cual sirve para realizar un análisis de la demanda del servicio ofrecido por el gimnasio Cardio Max Funcional.

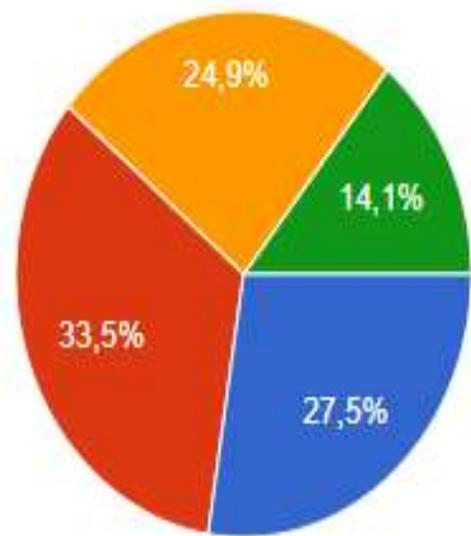
Género	Cantidad	Porcentaje
Masculino	147	38,5%
Femenino	235	61,5%
Total	382	100%



SG-05R26/017

Rango	Número de personas	Porcentaje
18 – 25 años	105	27,5%
26 – 35 años	128	33,5%
36 – 45 años	95	24,9%
Más de 46 años	54	14,1%
Total	382	100%

EDAD



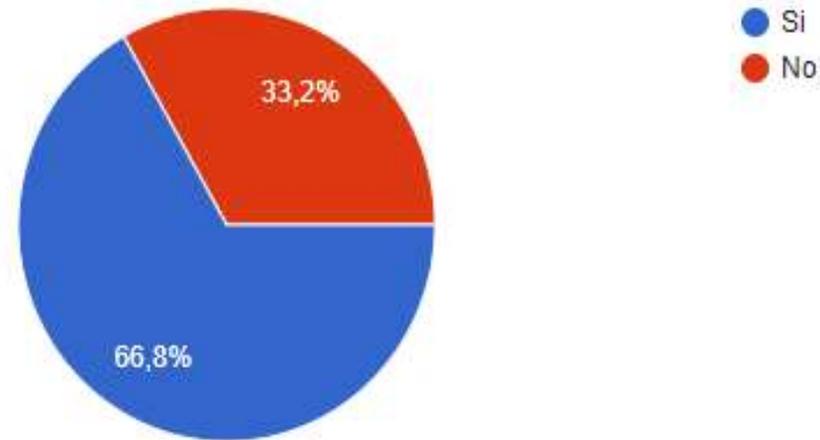
- 18 - 25
- 26 - 35
- 36 - 45
- Más de 46



1. ¿REALIZA ALGÚN TIPO DE ACTIVIDAD FÍSICA?



		%
SI	255	66,8 %
NO	127	33,2%
Total	382	100%



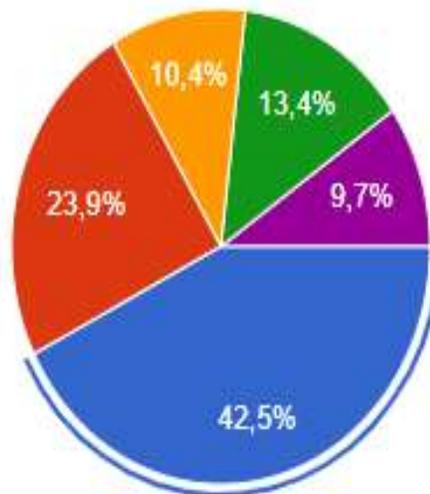


UDEC
UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA

2. ¿POR QUÉ NO REALIZA ACTIVIDAD FÍSICA?



Falta de tiempo	57	42,5 %
Falta de motivación	32	23,9%
Lesiones Musculares	14	10,4
No se siente cómodo (a) en un gimnasio	18	13,4%
No hay gimnasios cerca a la casa	13	9,7%
Total	382	100%

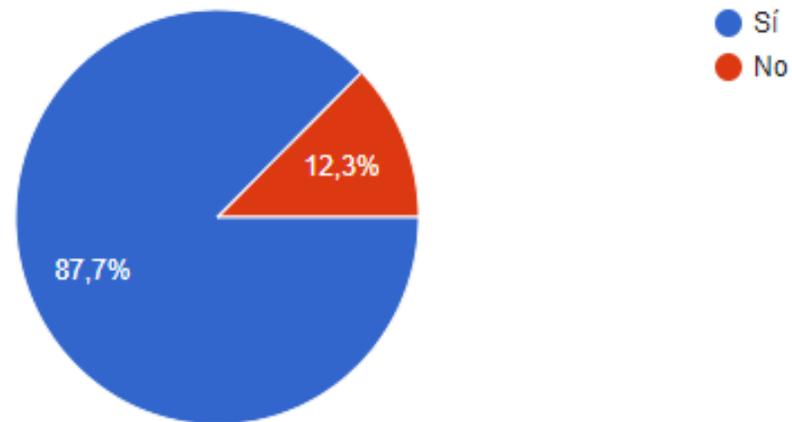


- Falta de tiempo
- Falta de motivación
- Lesiones Musculares
- No se siente cómodo (a) en un gimnasio
- No hay gimnasios cerca a la casa

3. ¿LE GUSTARÍA REALIZAR ACTIVIDAD FÍSICA AL AIRE LIBRE?

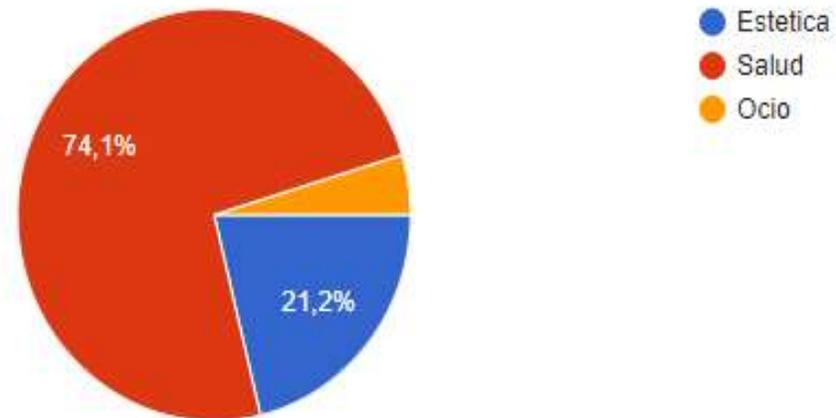


SI	335	87,7%
NO	47	12,3%
Total	382	100%



4. ¿PORQUE RAZÓN IRÍA A UN GIMNASIO?

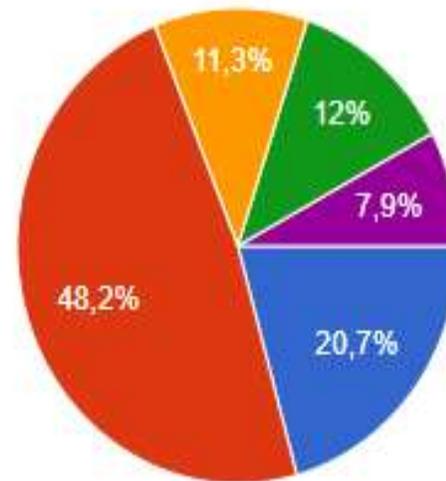
Estética	81	21,2%
Salud	283	74,1%
Ocio	18	4,7%
Total	382	100%



5. ¿DE LAS SIGUIENTES CARACTERÍSTICAS, A CUÁL LE PRESTA MAYOR IMPORTANCIA?



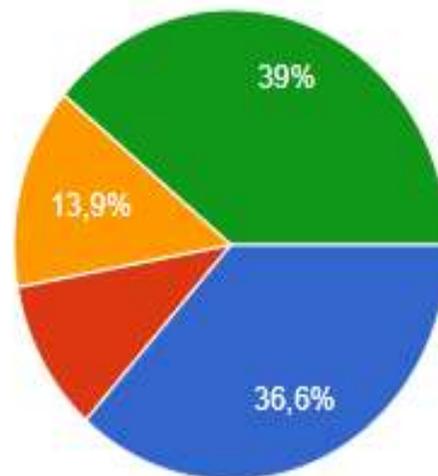
Instalaciones	79	20,7%
Servicio	184	48,2%
Equipos	43	11,3%
Ubicación	46	12%
Precio	30	7,9%
Total	382	100%



- Instalaciones
- Servicio
- Equipos
- Ubicación
- Precio

6. ¿QUÉ DISCIPLINAS LE GUSTARÍA QUE SE BRINDARA EN UN GIMNASIO?

Cardio – Pesas	140	36,6%
Zumba	40	10,5%
Solo Ejercicios con peso	53	13,9%
Ejercicios Funcionales	149	39%
Total	382	100%



- Cardio - Pesas
- Zumba
- Solo ejercicios con peso.
- Ejercicios funcionales (saltar lazo, correr, sentadillas, burpees, etc)

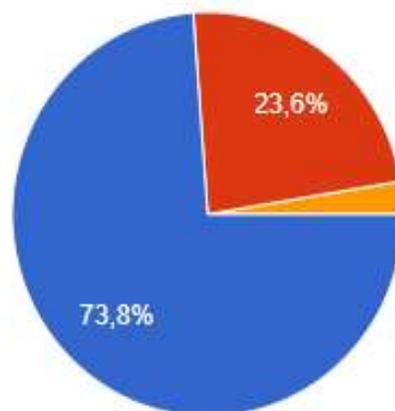


UDEC
UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA

7. ¿CUÁNTO ESTARÍA DISPUESTO A PAGAR EN EL MES, INCLUYENDO EQUIPOS Y ATENCIÓN DIRECTA DEL INSTRUCTOR?



Menos de 100 Mil	282	73,8%
Entre 100 Mil y 150 Mil	90	23,6%
Mayor a 150 Mil	10	2,6%
Total	382	100%

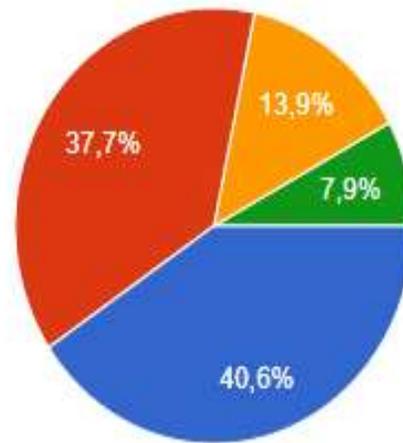


- Menos de 100 mil
- Entre 100 mil a 150 mil
- Mayor a 150 mil

8. SI VA A ALGÚN GIMNASIO. ¿POR QUÉ RAZÓN SE CAMBIARÍA A OTRO?



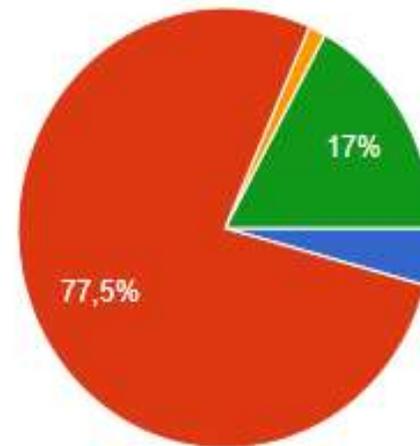
Variedad y efectividad de los ejercicios	155	40,6%
Atención Personalizada	144	37,7%
Instalaciones adecuadas	53	13,9%
Buen precio	30	7,9%
Total		100%



- Variedad y efectividad de los ejercicios.
- Atención personalizada
- Instalaciones adecuadas
- Buen precio

9. ¿POR CUÁL DE LOS SIGUIENTES MEDIOS DE COMUNICACIÓN, TIENE MÁS CONOCIMIENTO DE GIMNASIOS EN LA CIUDAD DE GIRARDOT?

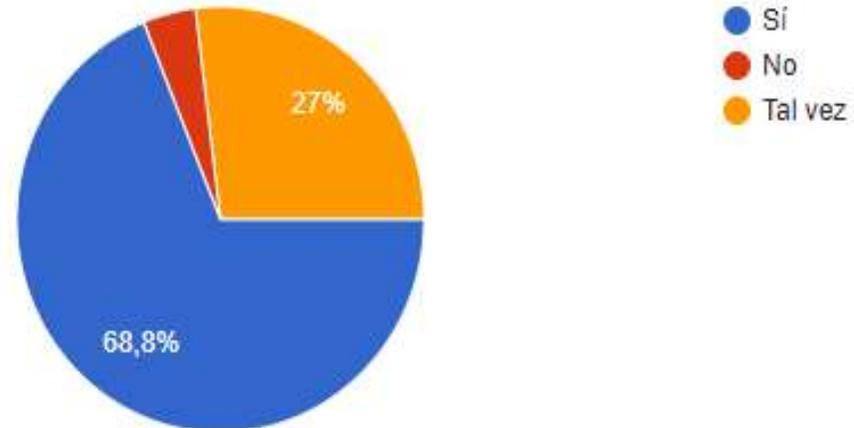
Emisoras radiales	16	4,2%
Facebook	296	77,5%
Televisión	5	1,3%
Instagram	65	17%
Total	382	100%



- Emisoras radiales
- Facebook
- Televisión
- Instagram

10. ¿LE GUSTARÍA QUE LA EMPRESA DONDE LABORA O LA INSTITUCIÓN DONDE ESTUDIA, TENGA CONVENIO CON EL GIMNASIO?

SI	263	68,8%
NO	16	4,2%
Talvez	103	27%
Total	382	100%





UDEC
UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA

MODELO CANVAS

<p>SOCIOS CLAVES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores • Universidades • Colegios • Empresas • Alcaldía apoyo a emprendimiento • SENA Fondo de emprender 	<p>ACTIVIDADES CLAVES</p> <p>Dirigir acorde a la necesidad de cada persona rutinas diferentes de ejercicios.</p> <p>Orientación guía alimentación Saludable.</p> <p>Brindar atención personalizada, con empatía y apoyo.</p> 	<p>PROPUESTA DE VALOR</p> <p>brinda un acompañamiento constante a sus clientes en todo el proceso de adaptación, aceptación y empoderamiento de todo lo relacionado con la actividad física, mejorando la calidad de vida de la población objetivo, motivándolos a involucrarse en hábitos de vida saludables, con ayuda de una guía de alimentación sana y adecuada para cada tipo de cuerpo.</p> <p>Valor Agregado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • un ambiente exclusivo y cómodo. • eficiencia, calidad y rapidez en la atención para los clientes. • Realizaremos un seguimiento personalizado para verificar la evolución de nuestros clientes. (ficha antropométrica). <ul style="list-style-type: none"> • Servicio personalizado. • Servicio 100% de calidad 	<p>RELACION CON CLIENTES</p> <p>Se diseñará una base de datos donde estará insertada toda la información de nuestros clientes, como nombre, dirección, teléfono, correo electrónico; y así brindar una atención personalizada, rápida y oportuna.</p> <p>CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Voz A Voz • Redes Sociales • Visitas presenciales (Colegios, Universidades, Empresas) • Participación Eventos. 	<p>SEGMENTO DE CLIENTES</p> <p>La población objeto de estudio para este proyecto son los habitantes de la ciudad de Girardot, hombres y mujeres en un rango de edad de 20 a 54 años, con deseos de iniciar un cambio saludable en sus vidas.</p> 
<p>ESTRUCTURA DE COSTOS</p> <p>Pago de alquiler de local Pago de servicios (agua, luz teléfono, internet) Compra de maquinaria y equipo Gastos en publicidad Pago a empleados.</p>		<p>FUENTE DE INGRESOS</p> <ul style="list-style-type: none"> • Pago mensual, quincenal o diario que realizan nuestros clientes por la rutina de ejercicios. 		



PROMOCIÓN



La promoción va dirigida a aquellas personas (hombres y mujeres) que deseen tener un cambio físico, para obtener una adecuada imagen estética en sus cuerpos, también a personas (hombres y mujeres) que padezcan de problemas de sobre peso y quieran mejorar su salud.

- Redes sociales.
- Afiches.
- Convenios.
- Participación en eventos.
- Concursos.



CANAL	METODOLOGIA
<p>Voz a voz</p> 	<p>Se efectuará con la colaboración de familiares y amigos para transmitir oralmente a sus conocidos una buena opinión y recomendación del gimnasio, de esta manera se divulgará todos los servicios y ventajas que ofrece.</p>
<p>Redes sociales (Facebook, Instagram)</p> 	<p>Mediante estas herramientas se harán publicaciones las cuales incentiven a las personas a hacer ejercicio y que conozcan las actividades que ejecuta el gimnasio para su beneficio. De esta manera se tendrá una interacción constante con los clientes y futuros clientes.</p> 



<p>WhatsApp</p> 	<p>Esta herramienta de comunicación permite tener un contacto directo con los clientes, haciendo seguimiento a su trabajo y resultados, con una atención más personalizada pretendiendo lograr la fidelización del cliente.</p>
<p>E-mail</p> 	<p>Permitirá la difusión de contenido personalizado que se enviará a un cliente específico, permitirá también llegar a nuevos clientes. Esto hará sentir que el cliente se sienta priorizado y así llegar a tener la fidelidad de este.</p>



Embajador de marca: se pretende trabajar con clientes que sean fieles al gimnasio y que cuenten con un gran número de seguidores en sus redes sociales.

Networking: la implementación de esta herramienta permitirá lograr establecer una red de contactos los cuales serán aliados.

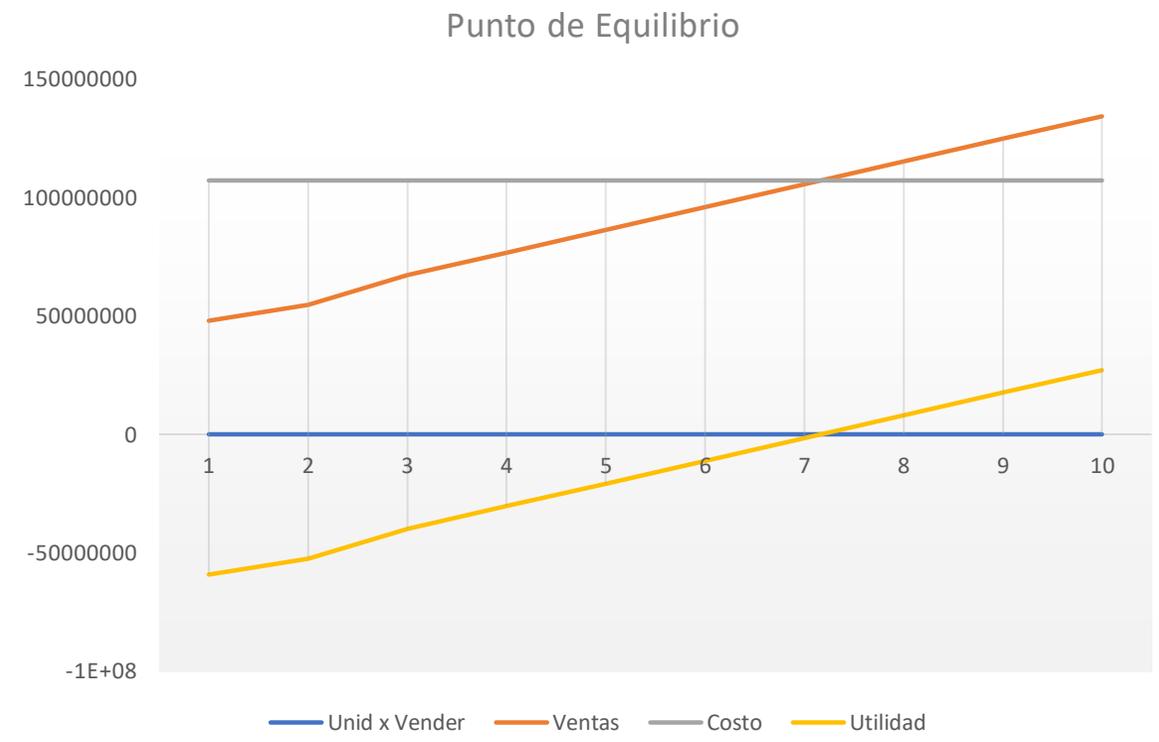


PUNTO DE EQUILIBRIO



	Anual	Mensual
Precio de venta U.	\$ 960.000	\$ 80.000
Costo fijo	\$ 107.184.000	\$ 8.932.000
Costo variable	\$ -	\$ -

Punto de equilibrio	112	al año
---------------------	-----	--------





UDEC
UNIVERSIDAD DE
CUNDINAMARCA

CARDIO MAXFUNCIONAL

FLUJO DE CAJA

A 31 DE DICIEMBRE DE 2020

PERIODO	0	1	2	3	4	5
Inversion Inicial	30.000.000					
Saldo Anterior		0	11.062.800	21.279.284	37.011.996	59.040.498
RECIBOS DE CAJA						
Ingresos por emision de acciones		30.000.000				
Recaudo Ventas		123.500.000	142.350.000	156.585.000	172.243.500	189.467.850
Total Recaudo		\$ 153.500.000	\$ 153.412.800	\$ 177.864.284	\$ 209.255.496	\$ 248.508.348
EGRESOS						
Pago Gastos Operacionales		\$ 122.377.200	\$ 131.202.060	\$ 137.762.163	\$ 144.650.271	\$ 151.882.785
Compra de activos fijos		\$ 20.060.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Amortizacion						
Total Egresos		\$ 142.437.200	\$ 131.202.060	\$ 137.762.163	\$ 144.650.271	\$ 151.882.785
Utilidad Operacional antes de Imp		\$ 11.062.800	\$ 22.210.740	\$ 40.102.121	\$ 64.605.225	\$ 96.625.563
Imporrenata 32%		\$ 0	\$ 931.456	\$ 3.090.125	\$ 5.564.727	\$ 8.391.859
Utilidad Neta		\$ 11.062.800	\$ 21.279.284	\$ 37.011.996	\$ 59.040.498	\$ 88.233.704
Utilidad Ebitda		\$ 11.062.800	\$ 22.210.740	\$ 40.102.121	\$ 64.605.225	\$ 96.625.563
Flujo de Caja Operativo	-\$ 30.000.000	\$ 11.062.800	\$ 22.210.740	\$ 40.102.121	\$ 64.605.225	\$ 96.625.563
TIO (Recusos Propios)	15%					
VA BENEFICIOS	\$ 127.670.351	\$ 9.619.826	\$ 16.090.196	\$ 24.335.988	\$ 33.756.596	\$ 43.867.745
Va Costos (Inversion inicial)	\$ 30.000.000					
VPN	\$ 97.670.351	\$ 107.760.361	El proyecto se ACEPTA, debido a que el vpn fue mayor a cero. El proyecto tuvo la capacidad de generar beneficios \$127.670.351 de los cuales se desconto la inversion inicial de \$30.000.000, quedando beneficios netos de \$97.670.351, la TIR del proyecto fue de 82%, superior a la TIO que era del 15%, La relacion B/C fue de de 4,3, y el PRI a VP se recupera en 2 Años y 13 días, y el PRI a VF se recupera a 2 Años y 1 día.			
TIR	82%					
B/C	4,3					
PRI VF	2 AÑOS+ 1 MESES	\$ 18.937.200	-\$ 2.342.084	-1	0	
PRI VP	2 AÑOS+ 1 MESES	-\$ 9.619.826	-\$ 25.710.022	-13	0	





CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES...

