



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO, EN EL  
BARRIO LOS ALPES MUNICIPIO DE COROZAL – DEPARTAMENTO DE SUCRE**

**ALBERT FERNEY SAAVEDRA CIFUENTES**

**CODIGO: 20322112696**

**DIRECCIÓN NACIONAL UDCII  
UNIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA, LA INVESTIGACIÓN Y LA  
INNOVACIÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO  
15 DE NOVIEMBRE DEL 2022**



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO, EN EL BARRIO LOS ALPES MUNICIPIO DE COROZAL – DEPARTAMENTO DE SUCRE**

**ALBERT FERNEY SAAVEDRA CIFUENTES**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO, EN EL BARRIO LOS ALPES MUNICIPIO DE COROZAL – DEPARTAMENTO DE SUCRE**

Director:

**NELLY BARRETO CABALLERO**

**DIRECCIÓN NACIONAL UDCII  
UNIDAD PARA EL DESARROLLO DE LA CIENCIA, LA INVESTIGACIÓN Y LA  
INNOVACIÓN  
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS  
UNIVERSIDAD ANTONIO NARIÑO  
15 DE NOVIEMBRE DEL 2022**

## Contenido

1.	<i>RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA</i> .....	5
2.	<i>INTRODUCCIÓN</i> .....	7
3.	<i>JUSTIFICACIÓN</i> .....	9
4.	<i>OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS</i> .....	11
4.1.	Objetivo general. ....	11
4.2.	Objetivos específicos. ....	11
5.	<i>MARCO TEÓRICO</i> .....	12
5.1.	Plan de ventas y marketing .....	12
5.4.	Evaluación Económica .....	16
5.5.	Antecedentes de investigación.....	17
6.	<i>DISEÑO METODOLÓGICO</i> .....	21
7.	<i>DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO</i> .....	23
7.1.	Estructura organizacional .....	24
7.2.	Infraestructura .....	26
8.	<i>ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA</i> .....	28
8.1.	Formulación de la Estrategia de ventas y marketing .....	39
8.2.	Estrategia de Marketing .....	40
9.	<i>PLAN DE OPERACIÓN</i> .....	43
10.	<i>PLAN FINANCIERO</i> .....	45
10.1	Financiación .....	45
10.2.	Estado de resultados.....	46
10.3.	Flujo de caja.....	47



	4
10.4. Balance general .....	48
10.5 Análisis financiero de viabilidad.....	49
11. <i>CONCLUSIONES</i> .....	51
12. <i>BIBLIOGRAFÍA</i> .....	53
13. <i>ANEXOS</i> .....	55
13.1. MODELO DE ENCUESTA .....	55

## 1. RESUMEN EJECUTIVO DE LA PROPUESTA

En el presente documento se realizó un estudio de factibilidad para determinar la viabilidad de la creación de un gimnasio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Departamento de Sucre, para lo cual se elaboró un análisis de mercado que determine el nivel de aceptación del proyecto, las características de la demanda, y la manera cómo se comercializa el negocio, asimismo, se realizó un análisis técnico que comprende los aspectos físicos, administrativos y operativo de la creación del gimnasio. Por otro lado, el ámbito organizacional permite establecer una estructura administrativa respecto al organigrama que requiere el proyecto para su funcionamiento, y en el componente financiero, se presentaron los principales estados financieros, como estado de resultados, estado de situación financiera, flujo de caja que reflejan la estructura de costos, proyección en ventas, ingresos y gastos de la entidad. Finalmente se realiza un análisis financiero por medios de indicadores financieros como el valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación costos-beneficios y el tiempo de recuperación de capital; cuyos resultados permitieron determinar la viabilidad financiera del proyecto, arrojando resultados favorables en términos financieros para su implementación, en el municipio de Corozal-Sucre.

**PALABRAS CLAVES:** Estudio de factibilidad, gimnasio, viabilidad, gastos, costos, indicadores financieros, personas, proyección, financiamiento.

## **ABSTRACT**

In this document, a feasibility study was carried out to determine the feasibility of creating a gym in the Los Alpes, municipality of Corozal, Department of Sucre, for which a market analysis was carried out to determine the level of acceptance of the project. the characteristics of the demand, and the way in which the business is marketed, likewise, a technical analysis was carried out that includes the physical, administrative and operational aspects of the creation of the gym. On the other hand, the organizational scope allows establishing an administrative structure with respect to the organization chart that the project requires for its operation, and in the financial component, the main financial statements were presented, such as income statement, statement of financial position, cash flow that they reflect the entity's cost structure, projection of sales, income and expenses. Finally, a financial analysis is carried out by means of financial indicators such as the net present value, the internal rate of return, the cost-benefit ratio and the capital recovery time; whose results allowed to determine the financial viability of the project, yielding favorable results in financial terms for its implementation, in the municipality of Corozal-Sucre.

**KEY WORDS:** Feasibility study, gym, feasibility, expenses, costs, financial indicators, people, projection, financing.

## 2. INTRODUCCIÓN

El acelerado ritmo de vida en la actualidad ha llevado a que la población en general padezca de estrés, cansancio, desgaste físico, además de otras enfermedades causadas por las rutinas del trabajo y la ausencia de espacios para generar bienestar físico y psíquico; en este sentido, en los últimos años ha cobrado importancia los hábitos de vida saludable. En el municipio de Corozal, Sucre, no se ofrece, ni se cuenta actualmente con un escenario para la práctica deportiva, razón por la cual se ha evidenciado una clara oportunidad para determinar la viabilidad de la creación de un gimnasio.

De esta manera, se ofrecerá más que el espacio para esta actividad servicios innovadores, dentro de este proyecto se trabajará para hacer que el cliente se sienta satisfecho, al recibir una atención de calidad que le permitirá alcanzar sus objetivos, mejorando su apariencia física, reduciendo los niveles de estrés y las probabilidades de sufrir enfermedades vasculares. Este plan de negocios pretende dar a conocer la viabilidad de la creación de un gimnasio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre, argumentando la necesidad del espacio en este sector y la estrecha relación entre la práctica deportiva y el rendimiento laboral y académico. A través del planteamiento del problema, la justificación y los objetivos que constituyen la esencia de este plan de negocios y a partir del cual se derivan los capítulos siguientes que dan origen a los estudios de Mercado, Técnico, Administrativo y Financiero. En el plano referencial se usarán los elementos teóricos, conceptuales en los que se fundamenta el plan de negocio, así como la metodología usada y el mecanismo mediante el cual se adquirió la información y que permitió obtener elementos claves para la realización del estudio de mercado.

En este estudio, se realiza un análisis de la cultura del deporte que presenta la población objeto de estudio, así mismo, se obtiene un perfil del cliente, se lograra determinar la oferta del sector, un estimado de la demanda.

Con el presente trabajo técnico se establece, cuál es el tipo y número de equipos necesarios para iniciar la operación, el tamaño del proyecto, su ubicación y los recursos necesarios para el mismo. Con el estudio de factibilidad se puede determinar la estructura del gimnasio, el personal requerido e idóneo para cada uno de los cargos y su asignación salarial. Por último, se desarrolló el análisis económico y financiero con el cual se logra identificar el monto de la inversión que se requiere para dar inicio a este proyecto, así como la identificación de las posibles fuentes para financiar el gimnasio, el presupuesto, estimación de costos y gastos y demás indicadores que permiten generar claridad sobre la inversión real y la viabilidad de este proyecto.

### 3. JUSTIFICACIÓN

Dentro de los múltiples beneficios de ir al gimnasio, se destacan el aumento de la energía y el bienestar, la prevención de múltiples enfermedades cardiovasculares, mejora la disciplina y la coordinación motriz, aumenta la capacidad de socializar, disminuye el estrés, combate la depresión, entre otras. Por ende, el presente proyecto se crea, teniendo en cuenta que, en la actualidad, no existe un gimnasio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre, siendo los más cercanos, los que se encuentran ubicados a tres kilómetros del centro de este municipio.

En concordancia, se pretende dar a conocer una posible solución a la problemática de escasa cobertura de servicios de primera necesidad y complementarios que satisfagan a los diferentes clientes localizados en la zona urbana y rural del barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre, conformado por los diferentes tipos de estratos sociales, dado que la salud física y mental se consideran pilares fundamentales en el bienestar y el desarrollo de todo ser humano.

De acuerdo con Cuellar (2020), el sector deportivo en Colombia es una industria en crecimiento cuyos principales actores son los gimnasios de cadena como Bodytech, Smart Fit, Spinning Center Gym, entre otros. Es un mercado que mueve cerca de 376 millones de dólares al año y comprende cerca de un millón de usuarios. Figuran otros actores como entrenadores personales y aplicaciones móviles que prestan un servicio más personalizado y exclusivo. A largo plazo, las perspectivas de la industria son de crecimiento y de llegada de nuevas tendencias deportivas. Este crecimiento se puede evidenciar en los procesos de expansión de las principales cadenas. Por otra parte, se establece una tendencia en las

personas por ser cada vez más conscientes de la importancia de hacer ejercicio y mantener un buen estado físico.

Los gimnasios son instalaciones deportivas de referencia para la promoción del deporte y la prevención de enfermedades entre la población. Sumado a esto, se destaca la problemática actual del incremento de problemas psicológicos y emocionales que trajo consigo el encierro ocasionado por la pandemia del Covid-19; pues múltiples estudios afirman que la actividad física es un atenuante de las situaciones de estrés, depresión y violencia.

Analizando la situación actual que presenta el municipio en materia económica y social, se observa la necesidad de realizar el estudio de factibilidad, destacando los múltiples beneficios que trae en materia de salud, bienestar y empleo, la implementación de un gimnasio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre. Siendo estas instalaciones de gran importancia para la salud física en general y más para la salud mental y emocional.

Teniendo en cuenta lo anterior, se pretende evaluar la factibilidad de la creación de un gimnasio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre. Dicho proyecto pertenece a la línea de investigación Gestión de las Organizaciones y su sublínea Gestión del Conocimiento.

## **4. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS**

### **4.1. Objetivo general.**

Evaluar la viabilidad económica, financiera, administrativa, técnica y de mercado para la creación de un gimnasio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre.

### **4.2. Objetivos específicos.**

- Elaborar un estudio de mercado para conocer la demanda y oferta del servicio de gimnasio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre.
- Establecer la estructura administrativa y legal para la creación de un gimnasio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre.
- Realizar un análisis de viabilidad económica y financiera para creación de un gimnasio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre.

## 5. MARCO TEÓRICO

### 5.1. Plan de ventas y marketing

"Busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien o servicio durante cierto período de tiempo". (Centro de investigación de mercados, 2016). Los factores que se deben tener en cuenta dentro del Estudio de Mercado son:

*Análisis del Sector:* consiste en realizar un diagnóstico de la población objetivo a la cual se va a penetrar, basándose en el estado actual, las tendencias económicas, sociales y culturales que lo afectan. (Orjuela & Sandoval, 2015)

*Segmentación del Mercado:* Consiste en dividir el mercado total de un bien o servicio en varios grupos más pequeños e internamente homogéneos. Para segmentar el mercado se deben probar diversas variables, solas y combinadas, con la esperanza de encontrar la manera óptima de concebir la estructura del mercado. Estas variables son: la geografía, la demografía, psicográfica (clase social, estilo de vida o personalidad) y por conducta. (Manene, 2018)

*Determinación y Cuantificación de la Demanda:* Determina y mide cuales son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, así como

determinar la posibilidad de participación del producto y/o servicio del proyecto en la satisfacción de dicha demanda. (Esparza, 2015)

*Determinación y Cuantificación de la Oferta:* Mediante este análisis se determina o mide las cantidades y las condiciones en que una economía quiere y puede poner a disposición del mercado un bien o servicio. (Orjuela & Sandoval, 2015)

*Comercialización:* Determina el conjunto de acciones o actividades a realizar por la empresa para hacer llegar un producto a los consumidores, por lo tanto, se deben establecer los mecanismos e instrumentos que hagan posible la realización de este objetivo. (Orjuela & Sandoval, 2015)

*Precio:* Analiza los mecanismos de formación de precios en el mercado del producto. Estos son: Precio dado por el mercado interno, dado por similares importados, fijados por el gobierno, estimado en función del costo de producción, estimado en función de la demanda y del mercado internacional para productos de exportación. Para llegar a fijar el precio de un bien y/o servicio se debe señalar valores máximos y mínimos probables entre los que oscilará el precio de venta unitario, y sus repercusiones sobre la demanda del bien y/o servicio. (León, 2017)

## 5.2. Plan de operación

"Se diseña la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el servicio o producto deseado". (López & Osobambo, 2016)

Para llevar a cabo la prestación del servicio o la elaboración del producto se deben analizar:

*Tamaño Óptimo:* Es aquel que asegure la más alta rentabilidad desde el punto de vista privado o la mayor diferencia entre beneficios y costos sociales. El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año. (Cespedes, 2017)

*Localización:* Se debe analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia económica y aporte social, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto desde el punto de vista social. (Cespedes, 2017)

*Ingeniería del Proyecto:* Consiste en definir y especificar técnicamente los factores fijos (edificios, equipos, etc.) y los variables (mano de obra, materias primas, etc.) que componen el sistema. (Cespedes, 2017)

### 5.3. Plan financiero

Esta variable "determina el monto de los recursos económicos necesarios para desarrollar el proyecto". Teniendo en cuenta las etapas anteriores para sistematizar y ordenar la información de carácter monetario, además de determinar los costos de operación, costos de administración, costos de comercialización y los costos financieros. (Hernández J. , 2018)

Los elementos que componen esta etapa según lo expuesto en el artículo Elementos Básicos De Un Proyecto De Inversión, son:

- a) Identificar, clasificar y programar las inversiones a realizar en activos fijos, diferidos y capital de trabajo. Las inversiones se consideran los recursos indispensables para la instalación de cualquier tipo de empresa, independientemente de su giro. Estas inversiones constituyen el capital fijo, la inversión diferida o activo diferido y el capital de trabajo de un proyecto.
- b) Formular presupuestos de ventas o ingresos, costos y gastos de producción, gastos de administración y ventas, entre otros.
- c) Relacionar las diferentes inversiones con las deducciones tributarias (depreciación, amortización, entre otros).
- d) Clasificar los costos en variables fijos, totales y costos de inversión inicial para calcular el punto de equilibrio.
- e) Formular los estados financieros de pérdidas y ganancias, balance general y el flujo de caja. (Bautista, 2017)

#### 5.4. Evaluación Económica

La evaluación económica para Gabriel Baca <sup>1</sup>incluye los siguientes aspectos principalmente:

Los métodos de evaluación que toman en cuenta el valor del dinero a través del tiempo, como la Tasa Interna de Rendimiento (TIR) y el Valor Presente Neto (VPN); y los métodos que no toman en cuenta el valor de dinero correspondiente a las razones financieras. (Vivallo, 2018)

El VPN es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial y la TIR es la tasa de descuento que hace que el VPN sea igual a cero, es decir, es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial. (Esparza, 2015)

Las razones financieras son de liquidez, tasas de apalancamiento, tasas de actividad y tasa de rentabilidad en proyectos de inversión, pueden presentarse variables que en algunas ocasiones originan cambios en la Tasa Interna de Retorno; lo que hace necesario realizar el Análisis de Sensibilidad, permitiendo determinar qué tan sensible es la TIR ante estos cambios. (Navan & Marbelis, 2016)

Por otro lado, se realizará el análisis costo-beneficio, identificando todos los beneficios del proyecto (resultados favorables) y sus perjuicios o contra beneficios (resultados no

---

<sup>1</sup> BACA URBINA, Op. Cit., 217-233

favorables) para el usuario. Esta técnica importante dentro del ámbito de la teoría de la decisión. Se pretende determinar la conveniencia de este proyecto mediante la enumeración y valoración posterior en términos monetarios de todos los costos y beneficios derivados directa e indirectamente del proyecto.

### **5.5. Antecedentes de investigación**

La literatura científica data diferentes investigaciones que brindan soporte teórico al presente proyecto, en efecto, la investigación adelantada por Biscaya (2015) “Propuesta de un plan de negocio para la creación de un Gimnasio en la Provincia de Ferreñate, Perú”, se hace referencia a un estudio de tipo descriptivo que determina la viabilidad para la creación de un gimnasio en la Provincia de Ferreñate. Para el desarrollo del proyecto se realizó una investigación de mercado para identificar cuál es el comportamiento de los consumidores que conforman el mercado objetivo para el proyecto, el mismo que demostró la existencia de una demanda insatisfecha, la cual nos ayuda como soporte para la demanda futura que tendrá la empresa; además de determinar la oferta que existe actualmente en el sector.

De igual manera, el proyecto adelantado por Pedraza y Suárez (2018) “Plan de negocio para la creación de un gimnasio en la Ciudadela Jardines del Norte de Lima”, evidencia la implementación de herramientas de recolección de información como la encuesta, la cual permitió conocer la viabilidad y rentabilidad de implementar dicho negocio, que garantizara la infraestructura adecuada y la variedad de equipos; además de este estudio

se realizó un análisis de FODA para conocer las fuerzas, oportunidades, debilidades y amenazas que se podrían presentar en el desarrollo del negocio.

Álvarez (2016) plantea el “Proyecto de factibilidad para la creación de un gimnasio ubicado en Santo Domingo de los Tsáchilas”, el cual, busca determinar la viabilidad a través de establecer, si existe mercado que requieran consumir los servicios que ofrece el establecimiento, por tanto se calculó la capacidad instalada a través de las variables de la demanda y la oferta y posteriormente se establecen los recursos materiales, humanos y financieros necesarios para el desarrollo de las actividades del negocio. Luego de establecer los diferentes costos se determinará los ingresos que son el número de familias a atender por el consumo promedio de cada una, la inversión total es la suma de los activos y costos de operación, la cual será financiada a través de los socios que conforman el gimnasio y la Corporación Financiera Nacional, una vez realizada la evaluación económica se determinó que el VAN es positivo de \$76.321, con una tasa interna de retorno del 39,64%, lo que indica que el proyecto es factible y que puede ser puesto en marcha.

Por otro lado, Monsalve (2014) realiza la investigación titulada: “Plan de Negocio para el establecimiento de un gimnasio en Lima Norte” donde se implementaron entrevistas a expertos del sector, y encuestas que demostraron que existe una intención de consumo latente referente a los servicios que ofrece el gimnasio. El análisis interno a través de la cadena de valor, y luego a través del análisis de los recursos y capacidades, determinaron

como elementos de la ventaja competitiva el poseer una mejor respuesta a las necesidades de los clientes y la investigación permanente de nuevos productos y tendencias.

A su vez, Martínez (2018) presenta el proyecto “estudio de factibilidad para la creación y montaje de un gimnasio en San Gregorio de Polanco, Tacuarembó”, en el que se determinó la viabilidad acuerdo estudios realizados para la implementación de un gimnasio, utilizando una metodología de investigación descriptiva, utilizando un método deductivo, aplicando la técnica de encuesta a la población.

Por su parte, Manríquez (2010) hace referencia a la investigación titulada: “Propuesta de un Plan de Negocios para la creación de un gimnasio en San Juan Bautista de Ambato” en el que se obtiene un estudio basado en recopilación de información mediante encuestas de una parte de su población que refleja la viabilidad del proyecto, obteniendo información durante trabajos de campo que permitieron llegar a la conclusión de factibilidad. Así mismo, concluyó de acuerdo los resultados obtenidos en la investigación, se determinó que el 67% de los encuestados están completamente de acuerdo con la apertura de un gimnasio y que el 33% restante rechazan esta propuesta.

Para concluir, cabe resaltar que, con la actual crisis del Coronavirus, muchos negocios han tenido que cerrar y su recuperación es cada vez más difícil, entre ellos los gimnasios, cuyo nivel de cierre en el país alcanzó el 50% durante la cuarentena por Covid-19. Con ello, el sector deportivo ha mostrado múltiples estudios que visibilicen las grandes ventajas que trae la actividad física para toda la población, especialmente aquellos con enfermedades crónicas y cardíacas. (Portafolio, 2020)

Dada la situación anteriormente mencionada el presente trabajo evalúa la viabilidad de crear un gimnasio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre, donde los usuarios podrán realizar actividades físicas de interés generales y específicas, que permitan mantener su salud física y mental, sin tener que desplazarse hacia el centro del Municipio de Corozal o de la ciudad de Sincelejo – Sucre.

En virtud de lo anterior, se plantea la siguiente pregunta problema de investigación: ¿Es factible crear un gimnasio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, ¿Sucre, con el fin de contribuir a las necesidades físicas y mentales de sus habitantes?

## 6. DISEÑO METODOLÓGICO

La presente investigación se llevó desde el estudio descriptivo, ya que se propone especificar las propiedades importantes de un estudio de factibilidad para la creación de un gimnasio, en el barrio los Alpes municipio de Corozal.

La técnica de recolección de información que se utilizó en el presente proyecto es la recopilación documental y bibliográfica, ya que se Consulta en bibliografías de apoyo para la realización del estudio de factibilidad, además de tener en cuenta fuentes de las investigaciones realizadas sobre del tema. Tales como fuentes primarias representadas en encuestas, la cual se utilizó para valorar la acogida de parte de los habitantes que conforman el municipio y el barrio los Alpes de Corozal Sucre, para la creación de un gimnasio.

Por otro lado, para el desarrollo del proyecto de factibilidad se realizarán los siguientes estudios con el fin de dar soporte claro y conciso a la investigación:

- Plan de marketing, con el fin de promocionar la implementación del presente proyecto hacia la comunidad beneficiada permitiendo que los habitantes obtengan los conocimientos necesarios sobre la implementación de este.
- Estudio técnico, el cual permitirá verificar la posibilidad de que el sistema híbrido funcione de una forma eficiente logrando suplir las necesidades de demanda energética. Para

esto será necesario determinar el tamaño adecuado del sistema híbrido, esto implicaría establecer el número de paneles solares, de aerogeneradores y demás recursos necesarios para la ejecución del sistema. Después de esto, se fijará la localización apropiada del sistema y de esta forma especificar los elementos requeridos que conformarían el sistema y harían posible su adecuada operacionalidad.

- Estudio administrativo, con el cual se investigará los aspectos legales requeridos para la implementación del sistema; además, se consideraría como sería la administración del sistema en lo que correspondería a su mantenimiento y cuidado, también se haría un análisis del impacto ambiental que ocasionaría la implementación del sistema a la comunidad.
- Estudio económico se elaborarán todos los cálculos pertinentes, dentro los cuales se encuentran la estimación de la inversión requerida, todos los costos que se generarían en el proyecto, gastos de operación, y demás aspectos a considerar.

Finalmente se realizarán evaluaciones que permitan determinar el nivel de atracción e inversión del proyecto. Para ello se efectuará la evaluación económica y de costo-beneficio. En conclusión, se elaborará un análisis de riesgo el cual considerará eventos adversos no deseados que podrían presentarse en el transcurso de la implementación del proyecto.

## 7. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

El presente plan de negocios busca la creación de un gimnasio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre, brindando a la población que habita en este sector la oportunidad de acceder a un lugar de acondicionamiento físico y mental cerca de sus residencias, de esta manera traerá como beneficios la reducción en los costos de desplazamiento, lo que representa una oportunidad de ahorro en transporte público y privado y a su vez, aumentará las posibilidades de preferencia para elegir el gimnasio por su cercanía, además de otros valores agregados, como maquinaria cardiovascular de última tecnología, enfoque motivacional, ejercicios no rutinarios, capacitación para un vida saludable por medio de videos, folletos e innovación de nuevos servicios en el centro fitness.

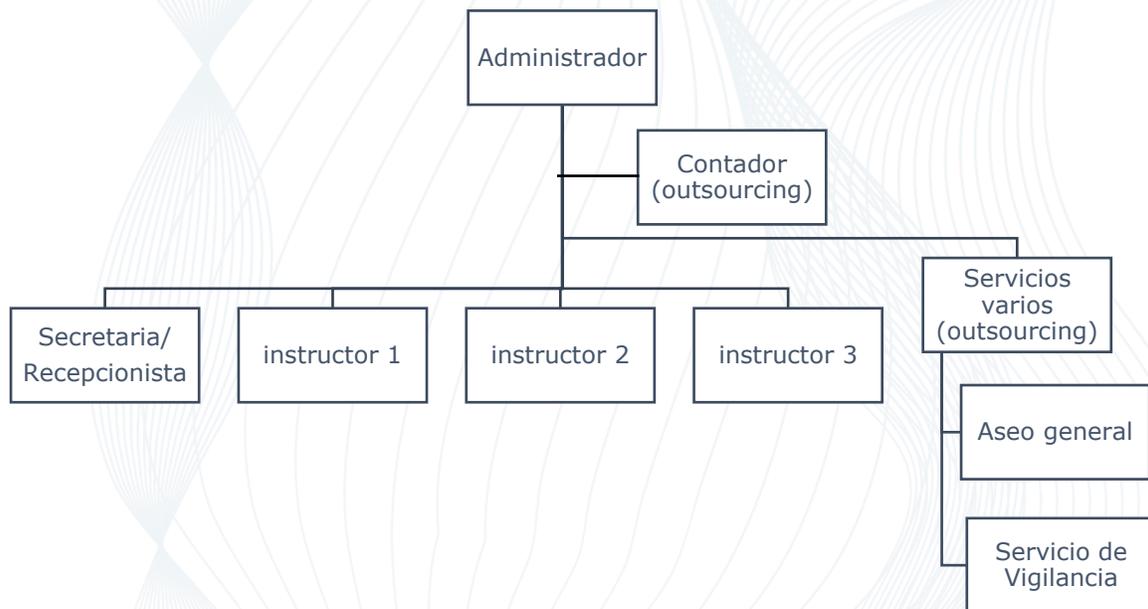
Este gimnasio, contara con un sistema de reglas de comportamiento, así mismo también tendrá una ambientación para estimular a los participantes, tales como música, espejos, carteles y demás características, este gimnasio también ofrecerá servicios personalizados y orientados por un entrenador donde se tendrán en cuenta las condiciones físicas del cliente, su nivel de conocimientos en cuanto a las técnicas de ejercicios, así como los objetivos personales y su disposición de tiempo a la hora de establecer las rutinas diarias de ejercicios; esta metodología integral permitirá que el cliente obtenga resultados físicos en corto tiempo, lo cual aumentará su motivación de seguir asistiendo y ganará disciplina en el entrenamiento, logrando que obtener una mayor seguridad y satisfacción, a su vez, mejore su condición física, mental y psicológica.

### 7.1. Estructura organizacional

A continuación se plantea la estructura organizacional con la que contará el gimnasio, una estructura jerárquica liderada por el administrador quién planea, organiza, dirige y controla la empresa, quién contará con un outsourcing en el área de contabilidad, seguido por la recepcionista que se encarga de realizar funciones requeridas por el administrador y de gestión de la información, a su vez, se contará con el apoyo de tres instructores y un equipo de servicios generales tipo outsourcing (aseo y vigilancia).

#### Ilustración 1

#### Organigrama



Nota: Elaboración propia

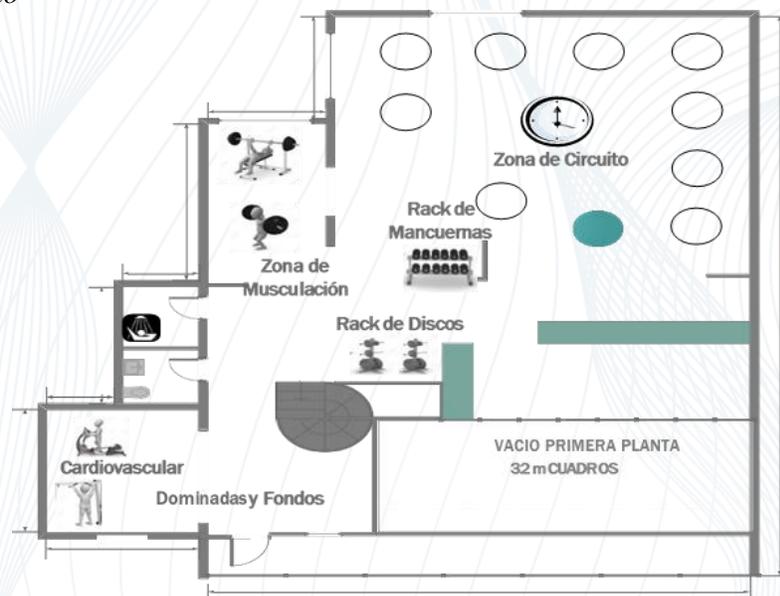
Cargo	Cantidad	Descripción
Administrador	1	Profesional en administración de empresas con mínimo 2 años de experiencia en el sector, y se encargará de llevar a cabo todas las tareas propias de su cargo como son la gestión efectiva y eficiente de los recursos de la compañía, además de la contratación de personal, liderar y supervisar el cumplimiento de las estrategias de ventas y mercadeo, y realizar los informes periódicos con respecto al desempeño empresarial.
Contador (outsourcing)	1	Profesional en contaduría pública con mínimo 1 año de experiencia, y deberá llevar la contabilidad de todos los rubros necesarios para que se cumpla a cabalidad con el calendario del presente proyecto y los comprobantes de estos
Secretaria/recepcionista	1	La recepcionista, será la encargada de la atención al cliente, atención de llamadas y de peticiones, quejas y reclamos, así como de recibir pedidos y entregar informe de estos al administrador. A su vez desempeñara funciones de apoyo a la administración.
Entrenadores	3	Los instructores de gimnasio, deberán estar previamente preparados, al haber estudiado una licenciatura en educación física o carreras relacionadas, con una experiencia de 6 meses y excelente actitud para enseñar. Los instructores deben estar debidamente capacitados para realizar sus funciones y ofrecer un buen servicio al cliente cumpliendo con los valores que ofrece el gimnasio.
Aseo general (outsourcing)	1	La persona que atienda los servicios generales no tendrá necesidad de demostrar experiencia alguna, además de no exigirle ningún título, esta deberá encargarse del aseo general y de la buena ambientación y armonización del lugar
Vigilancia (outsourcing)	1	El personal de vigilancia deberá presentar el documento que lo acredite como tal y no se le exigirá experiencia. Este servicio es tercerizado y brindará seguridad a los clientes e instalaciones.

## 7.2. Infraestructura

En la puesta en marcha de un gimnasio es importante determinar los espacios físicos que hacen parte integral a la hora de realizar la instalación, aspectos como un correcto uso del color, ventilación, iluminación y distribución de los espacios, esto ayuda a crear un ambiente fundamental para mantener a los clientes motivados y fidelizados. Lo ideal es crear distintas áreas, cada una con un claro propósito, de tal manera que facilite la participación de los miembros.

### Ilustración 2

*Plano gimnasio*



*Nota:* Elaboración propia

La infraestructura necesaria para la ubicación del gimnasio que se instalará en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre, será en un área de 180 m<sup>2</sup> que cuenta con zonas adecuadas en cuanto a espacios necesarios para las diferentes rutinas de entrenamiento y la idoneidad en relación a la ubicación estratégica de los equipos, respetando las normas de bioseguridad.

En la parte superior derecha del plano presentado mediante la ilustración N. 2 aparece la zona de circuito, en la que los clientes desarrollarán una serie de ejercicios interconectados, previamente estipulados de manera organizada por el instructor, de acuerdo al nivel físico en que se encuentre cada uno, algunos de estos ejercicios serán, pesas, bandas elásticas, sentadillas y spinning, etc. seguido del rack de mancuernas, el rack de discos y la zona de musculación en general ubicados en la parte izquierda del plano, donde las personas podrán ejercitar, aumentar y tonificar sus músculos, valiéndose de máquinas como poleas, barras y mancuernas, entre otras; en la zona central izquierda del gimnasio quedarán ubicados los baños y las duchas y para finalizar en la esquina inferior izquierda está la zona de ejercicios cardiovasculares y dominadas y fondos.

## 8. ANÁLISIS DEL MERCADO Y LA COMPETENCIA

Para el planteamiento del marco metodológico señala Balestrini (2000) que “es el conjunto de procedimientos lógicos tecno operacionales implícito en todo proceso de investigación con el objeto de ponerlo de manifiesto y sistematizarlo; a propósito de permitir descubrir y analizar los supuestos del estudio y de reconstruir los datos, a partir de los conceptos teóricos convencionalmente operacionalizados” (p.113). Se puede decir que es la forma estructural de como recolectamos y procesamos la información con el fin de elaborar un análisis que nos permitan avanzar en el problema a investigar.

Teniendo en cuenta que el objetivo de la investigación es determinar la factibilidad para la creación de un gimnasio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre, se realizará un análisis bajo un diseño no experimental en forma transversal, ya que el tema a investigar cuenta con sustento teórico, así mismo se desarrollará una investigación de tipo descriptiva con el fin de conocer los efectos que se derivan a razón de no contar con un servicio de gimnasio.

Hernández, Fernández y Baptista (2003) describen que la investigación no experimental “es la que se realiza sin manipular deliberadamente las variables; lo que hace en este tipo de investigación es observar fenómenos tal y como se dan en un contexto para después analizarlos”. Seguidamente definen que los diseños transversales “recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único, su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado”.

Este análisis está dirigido a la población del municipio de Corozal, Sucre, que en la actualidad está conformada por 1.520 habitantes. Para determinar la cantidad de encuestas a realizarse, se desarrollará la fórmula de universos finitos<sup>2</sup> debido a que se conoce la cantidad de personas que residen en el barrio. Utilizando un margen de error del 5% y confiabilidad el 95 % así:

$$n = \frac{K^2 p q N}{E^2 (N-1) + K^2 p q}$$

Donde:

N= Total de la población

K<sup>2</sup>= Margen de confiabilidad (1,96<sup>2</sup> predeterminado para un margen de confiabilidad de 95 %)

p= Proporción esperada (estipulada por el encuestador)

q= 1-p

E<sup>2</sup>= Margen de error

Muestra de la población para encuestar:

Parámetro	Valor
N	1520
K	1,96
p	18%
q	82%
E	5%

**Tamaño de la Muestra**

**n = 200**

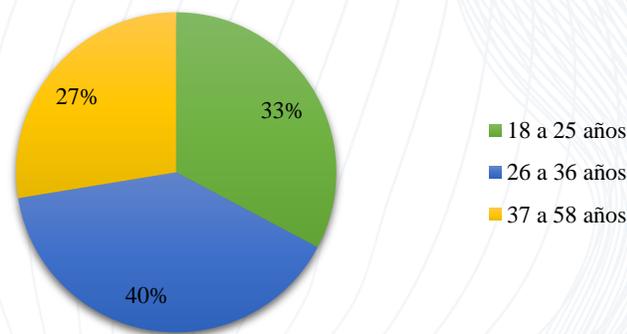
<sup>2</sup> Ver más en <https://www.questionpro.com/es/tama%C3%B1o-de-la-muestra.html>

La muestra de los encuestados es de 200 personas, el tipo de muestreo fue aleatorio estratificado diferenciándolos entre jóvenes y adultos con Núcleo Familiar. Para realizar el porcentaje de la distribución de las sub-muestras se realizará la técnica de afijación proporcional, la cual se hace de acuerdo al tamaño de la población de cada estrato.

En cuanto a las técnicas e instrumentos de recolección de datos se desarrolló por medio de la aplicación de una encuesta al personal que vive y transita por el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre, las cuales fueron utilizadas como fuentes primarias del proyecto. Al mismo modo se recurrirá a fuentes secundarias como lo son libros, internet, revistas, oficina de planeación Armada de Colombia, etc. A continuación, se muestran los resultados obtenidos en el análisis de mercado:

### **Figura 1**

#### ***Edad***



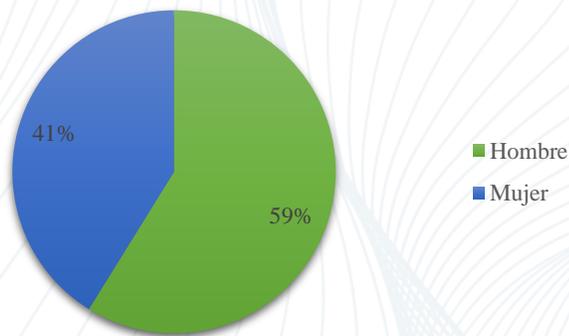
*Nota:* Elaboración propia

Según la encuesta realizada a una muestra de 200 personas, que hacen parte de la población del municipio de corozal Sucre, el rango de edad de 26 a 36 años representa el 40

% de la población, seguida de los más jóvenes de 18 a 25 años de edad con el 33 %, y por ultimo las personas de 37 a 58 años representan el 27 % del total de encuestados. Lo que revela que prevalece la población más joven en la zona en que se implementaría el proyecto.

## Figura 2

### Genero

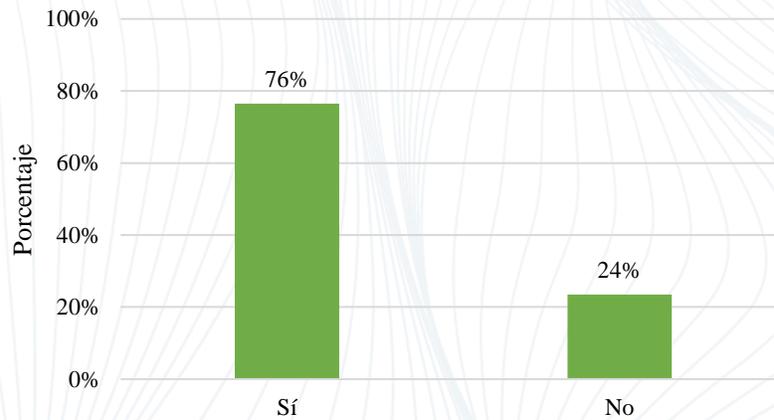


*Nota:* Elaboración propia

Así mismo, se observa que, de las personas encuestadas aleatoriamente, son los hombres quienes predominan en la población, representando el 59 % de la misma, mientras que las mujeres encuestadas corresponden al 41 %.

**Figura 3**

*¿Actualmente, usted realiza algún tipo de actividad física?*

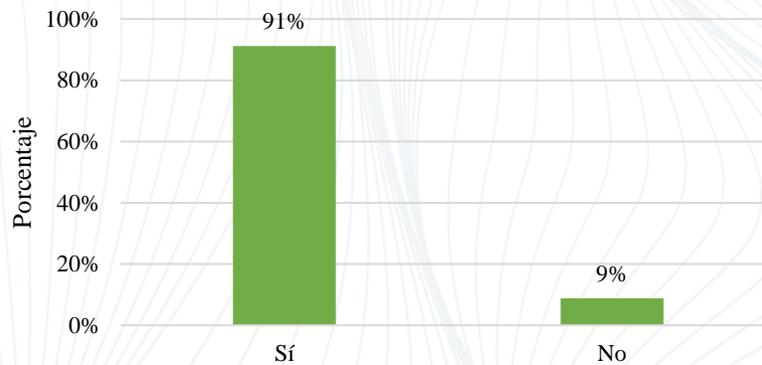


*Nota:* Elaboración propia

La respuesta de las 200 personas encuestadas a la pregunta: ¿actualmente, usted realiza algún tipo de actividad física?, refleja que el 76 % de esta población, o en otras palabras 152 personas, desempeñan algún tipo de actividad física en la actualidad, lo que los convierte en potenciales clientes del Gimnasio; mientras que tan solo el 24 % de estos dijeron que en este momento no realizan ningún tipo de actividad física o ejercicio.

**Figura 4**

*¿Cree usted en la necesidad de que exista un gimnasio completo y amplio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre, con entrenadores especializados y variedad de oferta de disciplinas físicas?*

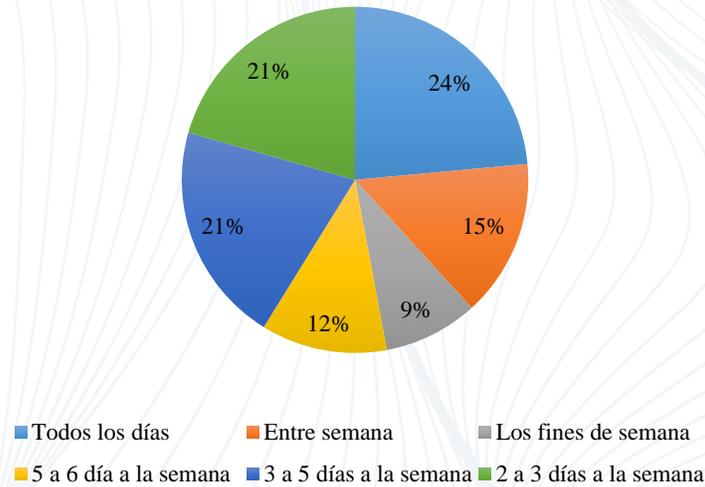


*Nota:* Elaboración propia

La población a la que se le realizaron las encuestas, muestra un amplio interés en que se establezca este proyecto en la zona, ya que el 91 % está de acuerdo con la importancia de la creación gimnasio que le permita a los residentes en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre, practicar deportes y realizar ejercicios, con la debida infraestructura, comodidad y asesoría. Mientras que únicamente el 9 % consideran que no es necesaria la creación de este.

**Figura 5**

*¿Con qué frecuencia asiste usted al gimnasio?*

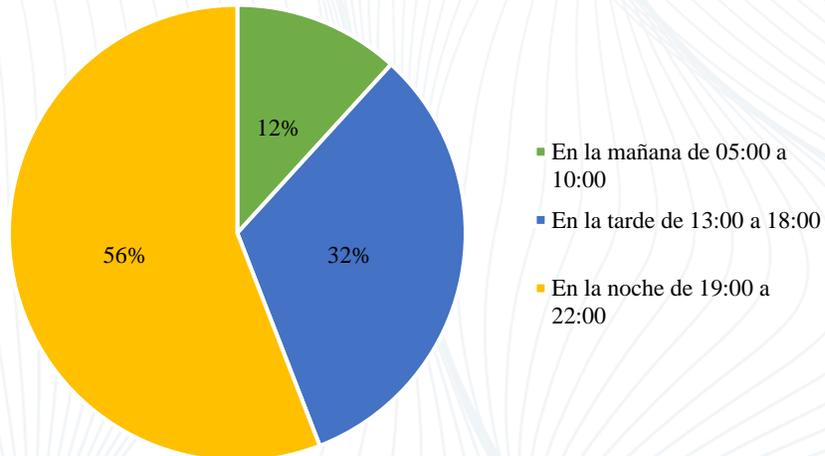


*Nota:* Elaboración propia

A la pregunta ¿con que frecuencia asistiría usted al gimnasio?, los encuestados respondieron, todos los días 24 %, entre semana 15%, los fines de semana 9 %, de 5 a 6 días a la semana 12 %, de 3 a 5 días a la semana 21% y de dos a tres días a la semana 21 %. Teniendo en cuenta que únicamente 18 personas de las 200 encuestadas afirmaron que tomarían los servicios del gimnasio los fines de semana, sería una opción viable no abrir estos días, logrando una disminución de costos y por ende la eficiencia de capital físico y humano.

**Figura 6**

*¿En qué horario le gustaría a usted realizar actividad física?*

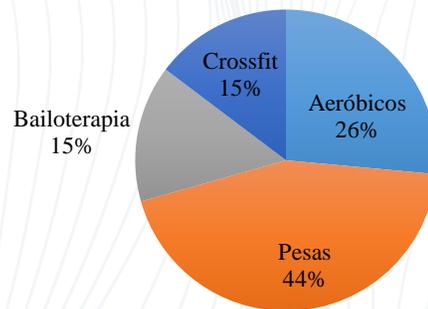


*Nota:* Elaboración propia.

Con respecto al horario en que las personas de la muestra prefieren para asistir al establecimiento, en la figura N. 6 se observa que el 56% d ellos encuestados afirma que elegirían un horario nocturno, de las 19 a las 22 horas, para realizar actividad física; el 32 % dijo que utilizaría el horario de la tarde de las 13:00 a las 18:00 horas y finalmente, en menor medida aparece el horario de la mañana en el que únicamente el 12 % de los encuestados dijeron que asistirían al gimnasio, por lo que la mayor afluencia de clientes estaría a partir del mediodía.

**Figura 7**

*De las siguientes, ¿qué actividad física le gustaría practicar?*

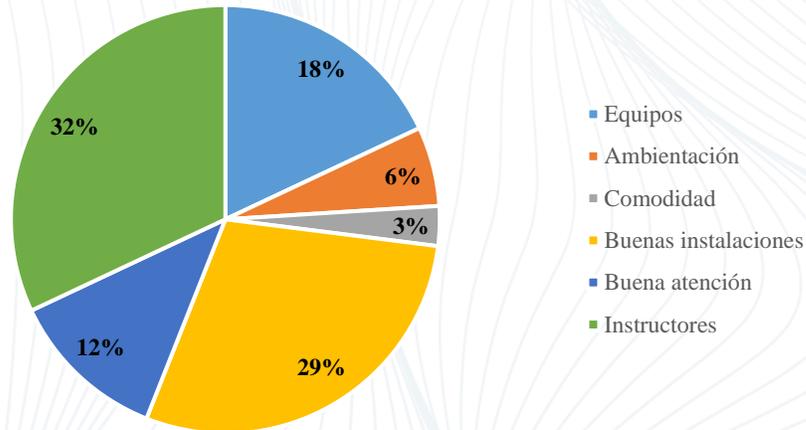


*Nota:* Elaboración propia

La actividad física preferida por los encuestados son las pesas ya que el 44 % de las personas dijeron que les gustaría practicarlas, seguida de aeróbicos con un 26 % y bailoterapia y crossfit con 15 % cada una; dejando de lado los Pilates ya que ninguno de los encuestados se mostró interesado en realizar tal actividad.

**Figura 8**

*¿A la hora de elegir un gimnasio que le gustaría encontrar?*

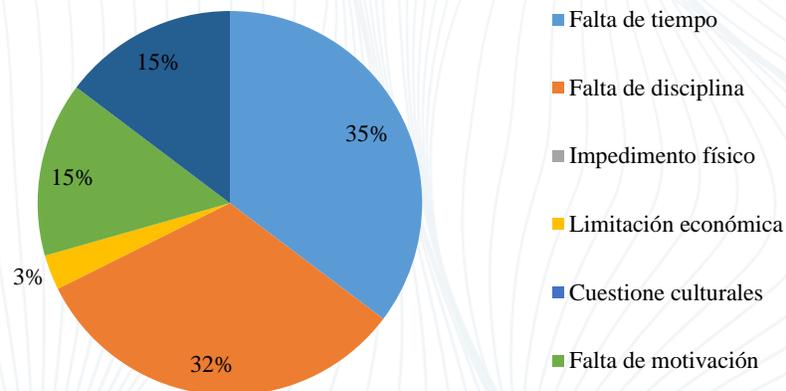


*Nota:* Elaboración propia

De los encuestados el 32 % respondieron que para ellos lo más importante de un gimnasio es el capital humano (instructores), seguido de las instalaciones con un 29 %, los equipos 18 % y por último la calidad de la atención con 12 %, mientras que las características que menos tenidas en cuenta fueron la ambientación y la comodidad con unos porcentajes menores a 6 %.

**Figura 9**

*¿Cuál cree que es la principal razón por la que las personas no hacen ejercicio?*

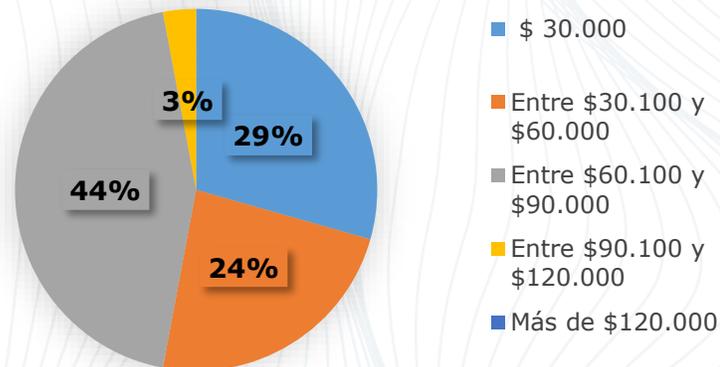


*Nota:* Elaboración propia

Con respecto a la pregunta de ¿cuál cree que es la principal razón por la que las personas no hacen ejercicio?, la mayoría de los encuestados creen que las personas no realizan actividad física, por falta de tiempo 35 %, seguido de la falta de disciplina con el 32 %, la falta de motivación y el desconocimiento de rutinas y ejercicios con el 15 % cada uno, y limitaciones económicas el 3 %; por su parte, motivos como impedimentos físicos y cuestiones culturales no fueron consideradas como determinantes para que un individuo no realice ejercicio según la población de la muestra.

**Figura 10**

*¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por los servicios del gimnasio?*



*Nota:* Elaboración propia

Con respecto a la parte económica, se realizó un sondeo para conocer cuánto dinero estaban dispuestos a pagar por los servicios del gimnasio los habitantes del barrio los Alpes, donde el 44 % de la muestra afirmó estar dispuestos a pagar entre \$60.100 y \$ 90.000 de manera mensual por los servicios de gimnasio, el 29 % de dijeron que pagarían \$ 30.000, el 24 % dijo que entre \$ 30.100 y \$60.000, siendo mínima la posición de las personas que sostuvieron que pagarían una cantidad mayor a 90.000 por mensualidad del servicio de gimnasio. Cifras que deberían coincidir con el estudio de mercado realizado posteriormente.

### 8.1. Formulación de la Estrategia de ventas y marketing

Este plan de negocios busca un alto nivel de competitividad frente a los principales gimnasios ubicados en Corozal y Sincelejo ya que son los que presentan la mayor cuota del mercado, en este sentido, al competir con dos factores importantes en la decisión de compra

de los clientes como es el precio, la ubicación, la atención y la calidad de las instalaciones, se podrá detener una porción del mercado que abarcan estos competidores.

## 8.2. Estrategia de Marketing

- Servicio: El gimnasio ofrecerá rutinas personalizadas planificadas y orientadas por un entrenador que se apoyará en las condiciones físicas del clientes, su nivel de conocimientos en cuanto a las técnicas de ejercicios, así como los objetivos personales y su disposición de tiempo, esta metodología integral permitirá que el cliente obtenga resultados en corto tiempo, lo cual aumentará su motivación para adquirir disciplina en el entrenamiento, logrando que obtengan una mayor seguridad y satisfacción, pero que a su vez mejore también su condición física, mental y psicológica, este es el servicio que se entregará al cliente.
- Precio: De acuerdo al análisis de los precios de la competencia los cuales oscilan entre \$60.000 y \$80.000 pesos, teniendo como referencia tres de las principales empresas que comparten el objeto social del presente proyecto, como lo son SMART FIT, BODY TECH y SPINNING CENTER GYM (véase en la tabla N. 1). Y atendiendo también el nivel adquisitivo y las preferencias de los clientes en cuanto al precio, los cuales se pudieron apreciar en la investigación de mercado, se logró establecer un valor mensual de \$67.000 pesos, precio que obedece a la estrategia planteada de introducción al mercado.

**Tabla 1**

*Precio del servicio de gimnasio por afiliación social*

<b>EMPRESAS</b>	<b>PRECIO</b>
SMART FIT <sup>3</sup>	\$ 59.900
BODY TECH <sup>4</sup>	\$ 72.500
SPINNING CENTER GYM <sup>5</sup>	\$ 69.000
<b>PRECIO PROMEDIO</b>	<b>\$ 67.000</b>

*Nota:* Elaboración propia

- **Plaza:** La estrategia de plaza se realizará por medio de un canal de distribución directo, nivel III (directamente con el consumidor final), con un único punto de venta/servicio dentro dentro del barrio los Alpes. Lo cual permite tener una mayor cercanía con los clientes para así mismo analizar sus necesidades y satisfacciones de ellos respecto al servicio.
- **Promoción:** En primer lugar, se utilizará una estrategia voz a voz y redes sociales, esto con el fin de llegar directamente a los clientes principales que son los que habitan y frecuentan diariamente el barrio los Alpes y a quienes les llegaría la información de primera mano, en cuanto la apertura del gimnasio, servicios, precios, ubicación y demás.

<sup>3</sup> <https://www.smartfit.com.co/>

<sup>4</sup> <https://bodytech.com.co/planes/en-sede>

<sup>5</sup> [https://spinningcentergym.com/planes/?\\_ga=2.114896324.2121951650.1652473577-1965922987.1652473577](https://spinningcentergym.com/planes/?_ga=2.114896324.2121951650.1652473577-1965922987.1652473577)

El plan de publicaciones en redes sociales se realizará segmentado geográficamente la audiencia y de acuerdo a sus gustos y afinidades relacionados con el deporte y estilos de vida saludables, creando contenido multimedia de valor que vaya enfocado a captar la atención de los clientes y generar la necesidad de invertir en su salud y estado físico.

Estas publicaciones se realizarán en horarios picos de audiencia, en donde hay mayor receptividad en las redes sociales: en las mañanas de 6 a 8 a.m.; al medio día de 12 a 2 p.m.; y en las noches de 6 a 8 p.m.

## 9. PLAN DE OPERACIÓN

Para llevar a cabo la operación se tomará en arriendo un local de 180 m2 con un valor mensual de \$2.500.000, el cual se le deben realizar unas adecuaciones por \$ 10.000.000 para dar inicio a la prestación de servicios, lo anterior con la finalidad de lograr un espacio adecuado para la realización de actividad física.

**Tabla 2**

*Arriendo y adecuaciones*

<b>ARRIENDO PUNTO DE VENTA 2023</b>		
<b>CONCEPTO</b>	<b>PRECIO</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
Arriendo	\$2.500.000	\$30.000.000
Adecuaciones	\$ 10.000.000	\$ 10.000.000
<b>TOTAL</b>	<b>\$12.500.000</b>	<b>\$40.000.000</b>

*Nota:* Elaboración propia

El gimnasio requiere una inversión en maquinarias y equipos para su respectivo funcionamiento, dividido en un área administrativa y un área deportiva donde se instalarán los equipos necesarios para llevar a cabo los entrenamientos. A continuación, se describen los equipos necesarios:

**Tabla 3**

*Tabla activos fijos año 0*

<b>ACTIVOS FIJOS (AÑO CERO)</b>			
<b>CONCEPTO</b>	<b>Cantidad</b>	<b>VALOR</b>	<b>TOTAL</b>
Computador	1	\$ 3.800.000	\$ 3.800.000
Escritorio	1	\$ 800.000	\$ 800.000

Celular	1	\$ 4.000.000	\$ 4.000.000
Caja registradora	1	\$ 600.000	\$ 600.000
Cámaras de seguridad	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000
Datafono	1	\$ 360.000	\$ 360.000
Software de facturación	1	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000
Silla	1	\$ 330.000	\$ 330.000
Nevera	1	\$ 3.000.000	\$ 3.000.000
Exhibidores	1	\$ 1.850.000	\$ 1.850.000
Teléfono Administrador	1	\$ 120.000	\$ 120.000
Impresora Administrador	1	\$ 1.000.000	\$ 1.000.000
Aire Acondicionado	1	\$ 2.800.000	\$ 2.800.000
Kit de antenas anti robo	1	\$ 3.200.000	\$ 3.200.000
Televisor 32"	1	\$ 1.300.000	\$ 1.300.000
Mostrador	1	\$ 400.000	\$ 400.000
Banco olímpico multiposición	6	\$ 2.300.000	\$ 13.800.000
Máquina para sentadillas	6	\$ 2.100.000	\$ 12.600.000
Máquina para fondos y dominadas	6	\$ 1.700.000	\$ 10.200.000
Banco de press	6	\$ 1.800.000	\$ 10.800.000
Banco multiposición	6	\$ 1.600.000	\$ 9.600.000
Barra olímpica	10	\$ 850.000	\$ 8.500.000
Barra ligera	10	\$ 670.000	\$ 6.700.000
	20	\$ 65.000	\$ 1.300.000
	20	\$ 150.000	\$ 3.000.000
Discos	30	\$ 189.000	\$ 5.670.000
	30	\$ 230.000	\$ 6.900.000
Trxs	10	\$ 340.000	\$ 3.400.000
	20	\$ 78.000	\$ 1.560.000
Kettlebells (mancuernas rusas)	20	\$ 115.000	\$ 2.300.000
	30	\$ 160.000	\$ 4.800.000
	30	\$ 220.000	\$ 6.600.000
	20	\$ 68.000	\$ 1.360.000
Mancuernas encauchetadas	20	\$ 170.000	\$ 3.400.000
	30	\$ 230.000	\$ 6.900.000
	30	\$ 280.000	\$ 8.400.000
Cuerda de batida	15	\$ 285.000	\$ 4.275.000
Balones de peso en caucho	15	\$ 70.000	\$ 1.050.000
	15	\$ 158.000	\$ 2.370.000

Rack de discos estándar	10	\$ 310.000	\$ 3.100.000
Rack para mancuernas en pirámide	10	\$ 313.000	\$ 3.130.000
Colchoneta	20	\$ 150.000	\$ 3.000.000
Elíptica 9.1SHAXT	6	\$ 1.700.000	\$ 10.200.000
Piso en caucho 50x50x1	100	\$ 80.000	\$ 8.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 190.475.000</b>

*Nota:* Elaboración propia

## 10. PLAN FINANCIERO

### 10.1 Financiación

El proyecto se encuentra financiado por dos fuentes, deuda y capital propio, con un 60 % en deuda con terceros y un 40 % de capital social aportado por el único socio, esto quiere decir que, para llevar a cabo la ejecución del proceso comercial, teniendo en cuenta una inversión inicial total de \$200.475.000, que cubre el valor de los activos fijos como equipo de oficina, muebles y enseres, maquinaria y equipo y activos intangibles como es el caso de un software de facturación, que permitirá llevar un adecuado control de ventas en la entidad, y además las adecuaciones necesarias para iniciar operaciones en tal espacio, esta se considera la inversión inicial del presente proyecto; de esta manera, el capital social equivaldría a \$80.190.000, mientras que la deuda bancaria correspondería a \$120.285.000 (como puede verse en la Tabla 4.), esta se adquirió por medio de un crédito de libre inversión en el banco Caja Social, con una tasa de interés equivalente al 20,41 % EA con una amortización extendida a 36 meses (véase en el anexo N.2).

**Tabla 4***Financiación*

FINANCIACIÓN		
DEUDA	60%	\$ 120.285.000
CAPITAL	40%	\$ 80.190.000
<b>INVERSIÓN TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>\$ 200.475.000</b>

*Nota:* Elaboración propia

**10.2. Estado de resultados****Tabla 5***Estado de resultados*

ESTADO DE RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS	\$ 901.684.472	\$ 951.136.527	\$ 1.001.907.141	\$ 1.053.996.315	\$ 1.107.404.049
COSTOS DE VENTAS	\$ 97.015.778	\$ 100.023.267	\$ 103.123.988	\$ 106.320.832	\$ 109.616.778
<b>UTILIDAD BRUTA EN VENTAS</b>	<b>\$ 804.668.694</b>	<b>\$ 851.113.259</b>	<b>\$ 898.783.152</b>	<b>\$ 947.675.483</b>	<b>\$ 997.787.271</b>
GASTOS OPERACIONALES	\$ 186.905.405	\$ 192.788.420	\$ 198.852.921	\$ 205.104.364	\$ 211.548.376
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>	<b>\$ 617.763.289</b>	<b>\$ 658.324.839</b>	<b>\$ 699.930.231</b>	<b>\$ 742.571.119</b>	<b>\$ 786.238.895</b>
GASTOS FINANCIEROS	\$ 19.637.630	\$ 12.152.029	\$ 4.666.974	\$ 621.437	\$ 640.702
GASTOS POR DEPRECIACION Y AMORTIZACIÓN	\$ 38.095.000	\$ 38.095.000	\$ 38.095.000	\$ 38.095.000	\$ 38.095.000
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>\$ 560.030.660</b>	<b>\$ 608.077.810</b>	<b>\$ 657.168.257</b>	<b>\$ 703.854.681</b>	<b>\$ 747.503.193</b>
IMPUESTO DEL 30%	\$ 168.009.198	\$ 182.423.343	\$ 197.150.477	\$ 211.156.404	\$ 224.250.958
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 392.021.462</b>	<b>\$ 425.654.467</b>	<b>\$ 460.017.780</b>	<b>\$ 492.698.277</b>	<b>\$ 523.252.235</b>

*Nota:* Elaboración propia

El estado de resultados o estado de ganancias y pérdidas, refleja como su nombre lo dice, las condiciones económicas con la que una empresa cierra un periodo, en este caso se realizó la proyección de éste, por medio de la estimación de las potenciales ventas, teniendo en cuenta los clientes potenciales y el precio de venta del servicio que se halló promediando el precio de este servicio en otras empresas de la competencia con características similares como se observa en la tabla 1; registrando una utilidad neta mayor a trescientos millones de pesos en el primer año y sigue

incrementando en los periodos siguientes, por lo que se estima alta rentabilidad y viabilidad del proyecto.

### 10.3. Flujo de caja

**Tabla 1**

*Flujo de caja*

FLUJO DE CAJA						
AÑO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>INGRESOS</b>		\$ 901.684.472	\$ 951.136.527	\$ 1.001.907.141	\$ 1.053.996.315	\$ 1.107.404.049
<b>(-)EGRESOS</b>	\$ -	\$ 303.558.813	\$ 304.963.717	\$ 306.643.883	\$ 312.046.634	\$ 321.805.856
ANALISIS MKDO		\$ 20.104.500	\$ 20.727.740	\$ 21.370.299	\$ 22.032.779	\$ 22.715.795
ANALISIS TECNICO		\$ 76.911.278	\$ 79.295.528	\$ 81.753.689	\$ 84.288.053	\$ 86.900.983
ANALISIS ADMIN		\$ 181.359.544	\$ 186.981.628	\$ 192.777.997	\$ 198.754.053	\$ 204.915.367
ANALISISLEGAL		\$ 5.545.861	\$ 5.806.792	\$ 6.074.924	\$ 6.350.311	\$ 6.633.009
ANALISIS FINAN		\$ 19.637.630	\$ 12.152.029	\$ 4.666.974	\$ 621.437	\$ 640.702
(-) DEPRECIACIONES		\$ 37.535.000	\$ 37.535.000	\$ 37.535.000	\$ 37.535.000	\$ 37.535.000
(-) AMORTIZACIONES		\$ 560.000	\$ 560.000	\$ 560.000	\$ 560.000	\$ 560.000
<b>U A I</b>	\$ -	\$ 560.030.660	\$ 608.077.810	\$ 657.168.257	\$ 703.854.681	\$ 747.503.193
IMPUESTO A LA RENTA (30%)		\$ 168.009.198	\$ 182.423.343	\$ 197.150.477	\$ 211.156.404	\$ 224.250.958
<b>U D I</b>	\$ -	\$ 392.021.462	\$ 425.654.467	\$ 460.017.780	\$ 492.698.277	\$ 523.252.235
(+) DEPRECIACIONES		\$ 37.535.000	\$ 37.535.000	\$ 37.535.000	\$ 37.535.000	\$ 37.535.000
(+) AMORTIZACIONES		\$ 560.000	\$ 560.000	\$ 560.000	\$ 560.000	\$ 560.000
<b>(-)INVERSIONES</b>	\$ 203.547.418	\$ 96.707	\$ 99.690	\$ 102.763	\$ 105.929	\$ -
(-) ACT DEPRECIABLES	\$ 187.675.000					
(-) ACT INTANGIBLES	\$ 2.800.000					
(-)K DE TRABAJO	\$ 3.072.418	\$ 96.707	\$ 99.690	\$ 102.763	\$ 105.929	\$ -
ADECUACIONES	\$ 10.000.000					
(+) RECUPERACIÓN DE KT						\$ 3.477.508
(+) CRÉDITO (60%)	\$ 120.285.000					
(-)TRANFERENCIA POR NOMINA		\$ 309.300	\$ 318.888	\$ 328.774	\$ 338.966	\$ 349.474
(-)CUOTA DE MANEJO		\$ 257.750	\$ 265.740	\$ 273.978	\$ 282.472	\$ 291.228
(-) PAGO A CAPITAL (AMORTIZACIONES FIJO)		\$ 40.095.000	\$ 40.095.000	\$ 40.095.000	\$ -	\$ -
(+) VR DESECHO						\$ 12.342.300
<b>FLUJO DE EFECTIVO</b>	<b>-\$ 83.262.418</b>	<b>\$ 351.262.705</b>	<b>\$ 384.875.148</b>	<b>\$ 419.217.265</b>	<b>\$ 491.970.911</b>	<b>\$ 538.431.341</b>

*Nota:* Elaboración propia

En la tabla 6, se presenta el flujo de caja proyectado desde el año 0 hasta el 5 año de operación, con unos flujos positivos lo que representa unos importantes niveles de liquidez de la empresa, y su real impacto se verá reflejado en los indicadores financieros que se analizarán más adelante.

## 10.4. Balance general

### Tabla 2

*Balance general proyectado a 5 años*

<b>BALANCE GENERAL PROYECTADO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVO</b>					
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
Efectivo	\$ 351.262.705	\$ 384.875.148	\$ 419.217.265	\$ 491.970.911	\$ 538.431.341
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>\$ 351.262.705</b>	<b>\$ 384.875.148</b>	<b>\$ 419.217.265</b>	<b>\$ 491.970.911</b>	<b>\$ 538.431.341</b>
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>					
Muebles y equipos de oficina	\$ 187.675.000	\$187.675.000	\$187.675.000	\$187.675.000	\$187.675.000
Software	\$ 2.800.000	\$2.800.000	\$2.800.000	\$2.800.000	\$2.800.000
(-) Depreciación	\$ 37.535.000	\$ 37.535.000	\$ 37.535.000	\$ 37.535.000	\$ 37.535.000
(-) Amortización	\$ 560.000	\$ 560.000	\$ 560.000	\$ 560.000	\$ 560.000
<b>TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE</b>	<b>\$ 152.380.000</b>				
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 503.642.705</b>	<b>\$ 537.255.148</b>	<b>\$ 571.597.265</b>	<b>\$ 644.350.911</b>	<b>\$ 690.811.341</b>
<b>PASIVO</b>					
Obligación financiera	\$ 59.165.580	\$ 51.662.401	\$ 44.159.222	\$ -	\$ -
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>\$ 59.165.580</b>	<b>\$ 51.662.401</b>	<b>\$ 44.159.222</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital	\$ 80.190.000	\$ 80.190.000	\$ 80.190.000	\$ 80.190.000	\$ 80.190.000
Utilidad del ejercicio	\$ 392.021.462	\$ 425.654.467	\$ 460.017.780	\$ 492.698.277	\$ 523.252.235
<b>SUBTOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 472.211.462</b>	<b>\$ 505.844.467</b>	<b>\$ 540.207.780</b>	<b>\$ 572.888.277</b>	<b>\$ 603.442.235</b>
<b>TOTAL PASIVO + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 531.377.041</b>	<b>\$ 557.506.868</b>	<b>\$ 584.367.002</b>	<b>\$ 572.888.277</b>	<b>\$ 603.442.235</b>

*Nota:* Elaboración propia

En el balance general o estado de situación patrimonial, refleja un incremento de activos y una disminución de pasivos al pasar de los años, esto principalmente porque como se observa en el estado de resultados se proyecta un crecimiento de los ingresos por ventas y disminuyen los pasivos financieros ya que el préstamo al banco se sacó a un plazo de 3 años y la cuota va disminuyendo con el tiempo. De la misma manera se registra la utilidad del ejercicio con un incremento sostenido en los años de estudio.

### 10.5 Análisis financiero de viabilidad

#### I. Valor actual neto

<b>VAN</b>	\$ 1.933.618.854
------------	------------------

Al contar con beneficios, se obtiene un valor actual neto (VAN) positivo, lo que indica que el valor de la inversión supera los costos y por tanto genera un valor agregado, es decir que se está operando con un nivel de capital idóneo el proyecto.

#### II. Tasa interna de retorno

<b>TIR</b>	431%
------------	------

La TIR con beneficios y con valor comercial es mayor a la TIO hallada (2,75%) por ende se acepta el proyecto. Debido a que los beneficios obtenidos por medio de la prestación del servicio de gimnasio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre, son positivos y elevados, se hace totalmente viable poner en operación el proyecto planteado.

#### III. Relación costo Beneficio

#### **Tabla 3**

*Calculo de la relación costo-beneficio (RBC)*

		<b>RBC</b>					
	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>	
<b>BENEFICIOS</b>	\$ 120.285.000	\$ 939.779.472	\$ 989.231.527	\$ 1.040.002.141	\$ 1.092.091.315	\$ 1.145.499.049	
<b>COSTOS</b>	\$ 203.547.418	\$ 381.845.520	\$ 383.253.407	\$ 384.936.647	\$ 350.247.563	\$ 359.900.856	
		<b>VAN BENEFICIOS</b>	<b>\$ 4.910.598.039,07</b>				
		<b>VAN COSTOS</b>	<b>\$ 1.921.514.513,49</b>				
		<b>RBC</b>	<b>2,56</b>				

*Nota:* Elaboración propia

En el análisis de este indicador, para que el proyecto sea viable se debe obtener una Relación Costo Beneficio (RBC) mayor a 1, es decir que los beneficios estén superando los costos. Situación que se refleja en este estudio, donde el RBC es de 2,56, por lo que, según este indicador, en definitiva, el proyecto es viable.

#### IV. PAYBACK

**Tabla 4**

*Periodo de recuperación de la inversión (Pay-Back)*

		<b>PAY BACK</b>				
<b>FLUJOS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>VALORES</b>	-\$83.262.418	\$351.262.705	\$384.875.148	\$419.217.265	\$491.970.911	\$538.431.341
<b>PAY BACK</b>	-\$83.262.418	\$268.000.287				

*Nota:* Elaboración propia

En el análisis del Pay-back se puede observar en qué periodo se logra recuperar la inversión inicial del proyecto, en este caso se contempla que en el primer año de ejercicio de la compañía se recuperaría la inversión e incluso se registran beneficios positivos, con un saldo a favor de \$ 268.000.287.

#### I. Punto de equilibrio

el punto de equilibrio del proyecto se halló mediante la fórmula:

$$PE = \frac{GASTOS FIJOS TOTALES}{1 - \frac{COSTOS VARIABLES TOTALES}{VENTAS TOTALES}}$$

**Tabla 5**

*Punto de equilibrio*

GASTOS FIJOS TOTALES	\$	254.386.480
COSTOS VARIABLES TOTALES	\$	196.613.901
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>\$</b>	<b>901.684.472</b>
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>	<b>\$</b>	<b>325.323.944</b>

*Nota:* Elaboración propia

Al ejecutar la fórmula para encontrar el punto de equilibrio se tiene una cifra de \$325.323.944, que representa las ventas mínimas que debe tener la empresa para que no registre ni pérdidas ni ganancias. Esto se hace con base a los datos obtenidos para el primer año de operación de la entidad.

## 11. CONCLUSIONES

Por medio de una impetuosa estrategia de marketing digital, se buscará incrementar la población que acuda por nuestros servicios, logrando el aumento de ventas y localizando las nuevas necesidades surgidas en la población, haciendo que los servicios prestados por el gimnasio se acoplen a las necesidades cambiantes de los clientes.

Basados en el estudio organizacional del proyecto, se tiene que es posible emplear a 6 personas de la zona con previa capacitación como profesionales, esto es administrador, contador e instructores de gimnasio, además de una persona no capacitada para llevar a cabo labores de oficios varios, contribuyendo a la economía de la zona.

Mediante la realización del estudio de mercado, por medio de la aplicación de 200 encuestas en el barrio los Alpes municipio de Corozal, Sucre, se obtienen resultados positivos para la

implementación del proyecto, ya que más del 90 % de las personas de la muestra afirmaron que estaban de acuerdo con la implementación de un gimnasio en el complejo, obteniendo un grado de aceptación ajustada (GAA) de 69,43 %, por lo que se genera una buena oportunidad de inversión. Adicional a esto, debido a que el municipio de Corozal, se encuentra apartado de las grandes zonas urbanas, es improbable que ingrese un competidor al mercado, por lo que corresponde a este proyecto cubrir las necesidades del mercado existente en el barrio los Alpes.

Para cubrir con la inversión inicial del proyecto, a partir de los diferentes estudios, se necesita una inversión de \$200.475.000, de los cuales el 60 % serán cubiertos con deuda externa, en este caso con un préstamo en el banco con el Banco Caja Social, a una tasa del 29,15 % efectivo anual, y el restante 40 % de la inversión será aportada por el socio de la compañía. Este préstamo será pagado en un periodo de 36 meses, por lo que a partir del 4 año de operación, la empresa no registrará obligaciones de con los bancos.

Así mismo, después de analizar algunos indicadores financieros, como se muestra en la tabla 11, se obtienen resultados alentadores desde el punto de vista financiero, para la implementación del proyecto, ya que según el Pay-Back, la inversión inicial total se recuperaría en el primer año de operación, incluso percibiendo beneficios. Por su parte, la relación costos – beneficios de la empresa arroja un resultado de 2,56 lo que refleja la capacidad de la empresa de cubrir sus costos con los beneficios percibidos.

**Tabla 6**

*Resumen de los indicadores financieros de viabilidad aplicados al proyecto*

VAN	\$ 1.933.618.854
TIR	431%
RBC	2,56
PAY BACK	AÑO 1

*Nota:* Elaboración propia

## 12. BIBLIOGRAFÍA

- Ato, D., & Ulises, D. (2017). *Factibilidad para la Implementación de un Gimnasio en el Cantón Pindal, Provincia de Loja*. Loja- Ecuador: Universidad Nacional de Loja. Obtenido de <https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/19687/1/Daniel%20Ulises%20Duarte%20Ato.pdf>
- Balestrini, M. (2000). *Como se elabora el proyecto de investigación*. Caracas: BL Consultores Asociados.
- D. Lambert, M. C. (1998). Supply Chain; Implementation Issues and Research Opportunities. *International Journal of Logistics*.
- Consejo General de la Educación Física y Deportiva. (2020). *Se aprueba en el Congreso que la actividad física y el deporte se declaren esenciales*. España: Comisión de Cultura y Deporte del Congreso de los Diputados. Obtenido de <https://www.consejo-colef.es/post/pnl-actividad-esencial-aprobada>
- Egiaudio. (s.f.). *Plano de un supermercado*. Obtenido de <https://www.egiaudio.com/es/audio-supermercados>
- Findeter. (2019). *Plan de acción sabana de Sincelejo y Corozal, territorio sostenible*. Obtenido de <https://repositorio.findeter.gov.co/handle/123456789/9607>
- González Bell, José . (2021). *Las restricciones pueden afectar hasta 50% de los ingresos de gimnasios en enero*. Bogotá D.C: La República. Obtenido de <https://www.larepublica.co/empresas/las-restricciones-pueden-afectar-hasta-50-de-los-ingresos-de-gimnasios-en-enero-3111879>

Hernández, F. y. (2014). *Metologia de la investigación*. México DF: McGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.

Jervis, T. M. (2018). *¿ Cuales son los productos de la Canasta Familiar?* Obtenido de Lifer.com : <https://www.lifer.com/productos-canasta-familiar/#:~:text=Los%20productos%20de%20la%20canasta%20familiar%20son%20aquellos%20bienes%20y,funci%C3%B3n%20de%20sus%20ingresos%20econ%C3%B3micos.&text=La%20canasta%20familiar%20se%20centra%20en%20el%20consumido>

Porter, M. (1985). *Offline Marketing vs. Online Marketing, the need to update our knowledge.*

Rivertt. (2017). *Offline Marketing vs. Online Marketing, the need to update our knowledge.*

Scholl, I. B. (2016). *¿ Cuales son las funciones del Jefe de compras?* Obtenido de <https://blogs.imf-formacion.com/blog/logistica/compras/funciones-jefe-compras/#:~:text=El%20jefe%20de%20compras%20tiene,cantidad%20y%20sobre%20todo%2C%20precio.>

Trabajo, M. d. (2015). *Perfil productivo municipio de Corozal-Sucre.*

## 13. ANEXOS

### 13.1. MODELO DE ENCUESTA

1. Edad \_\_\_\_\_
2. Sexo \_\_\_\_\_
3. ¿Actualmente, usted realiza algún tipo de actividad física?  
\_\_\_ Sí cual \_\_\_\_\_  
\_\_\_ No
4. ¿Le gustaría a usted que existiría un gimnasio completo y amplio en el barrio los Alpes municipio de Corozal, ¿Sucre, con entrenadores especializados y variedad de oferta de disciplinas físicas?  
\_\_\_ Sí  
\_\_\_ No
5. ¿Con qué frecuencia asistiría usted al gimnasio?  
\_\_\_ Todos los días  
\_\_\_ Entre semana  
\_\_\_ Los fines de semana  
\_\_\_ 5 a 6 días a la semana  
\_\_\_ 3 a 5 días a la semana  
\_\_\_ 2 a 3 días a la semana

6. ¿En qué horario le gustaría realizar actividad física?
- En la mañana de 05:00 a 10:00
  - En la tarde 03:00 a 17:00
  - En la noche
7. ¿De las siguientes actividades físicas cuales le gustaría practicar?
- Aeróbicos
  - pesas
  - Bailoterapia
  - Pilates
  - Crossfit
  -
8. ¿A la hora de elegir un gimnasio que le gustaría encontrar?
- Equipos
  - Ambientación
  - Comodidad
  - Buenas instalaciones
  - Buena atención
  - Instructores
9. ¿Cuál cree que es la principal razón por la que las personas no hacen ejercicio?
- Falta de tiempo
  - Falta de disciplina
  - Impedimento físico
  - Limitación económica
  - Cuestiones culturales
  - Falta de motivación
  - Desconocimiento de ejercicios y rutinas

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por los servicios del gimnasio?

- \$80.000
- Entre \$80.000 y \$90.000
- Entre \$90.000 y \$120.000
- Entre \$150.000 y \$200.000
- Más de \$200.000

Gracias por su colaboración.

Anexo 2.

AMORTIZACIÓN FIJA					
PERIODO	INICIAL	INTERESES	AMORTIZACIÓN	CUOTA	FINAL
0					\$ 120.285.000
1	\$ 120.285.000	\$ 1.875.795	\$ 3.341.250	\$ 5.217.045	\$ 116.943.750
2	\$ 116.943.750	\$ 1.823.689	\$ 3.341.250	\$ 5.164.939	\$ 113.602.500
3	\$ 113.602.500	\$ 1.771.584	\$ 3.341.250	\$ 5.112.834	\$ 110.261.250
4	\$ 110.261.250	\$ 1.719.478	\$ 3.341.250	\$ 5.060.728	\$ 106.920.000
5	\$ 106.920.000	\$ 1.667.373	\$ 3.341.250	\$ 5.008.623	\$ 103.578.750
6	\$ 103.578.750	\$ 1.615.268	\$ 3.341.250	\$ 4.956.518	\$ 100.237.500
7	\$ 100.237.500	\$ 1.563.162	\$ 3.341.250	\$ 4.904.412	\$ 96.896.250
8	\$ 96.896.250	\$ 1.511.057	\$ 3.341.250	\$ 4.852.307	\$ 93.555.000
9	\$ 93.555.000	\$ 1.458.951	\$ 3.341.250	\$ 4.800.201	\$ 90.213.750
10	\$ 90.213.750	\$ 1.406.846	\$ 3.341.250	\$ 4.748.096	\$ 86.872.500
11	\$ 86.872.500	\$ 1.354.741	\$ 3.341.250	\$ 4.695.991	\$ 83.531.250
12	\$ 83.531.250	\$ 1.302.635	\$ 3.341.250	\$ 4.643.885	\$ 80.190.000
13	\$ 80.190.000	\$ 1.250.530	\$ 3.341.250	\$ 4.591.780	\$ 76.848.750
14	\$ 76.848.750	\$ 1.198.424	\$ 3.341.250	\$ 4.539.674	\$ 73.507.500
15	\$ 73.507.500	\$ 1.146.319	\$ 3.341.250	\$ 4.487.569	\$ 70.166.250
16	\$ 70.166.250	\$ 1.094.214	\$ 3.341.250	\$ 4.435.464	\$ 66.825.000
17	\$ 66.825.000	\$ 1.042.108	\$ 3.341.250	\$ 4.383.358	\$ 63.483.750
18	\$ 63.483.750	\$ 990.003	\$ 3.341.250	\$ 4.331.253	\$ 60.142.500
19	\$ 60.142.500	\$ 937.897	\$ 3.341.250	\$ 4.279.147	\$ 56.801.250
20	\$ 56.801.250	\$ 885.792	\$ 3.341.250	\$ 4.227.042	\$ 53.460.000
21	\$ 53.460.000	\$ 833.687	\$ 3.341.250	\$ 4.174.937	\$ 50.118.750
22	\$ 50.118.750	\$ 781.581	\$ 3.341.250	\$ 4.122.831	\$ 46.777.500

23	\$	46.777.500	\$	729.476	\$	3.341.250	\$	4.070.726	\$	43.436.250
24	\$	43.436.250	\$	677.370	\$	3.341.250	\$	4.018.620	\$	40.095.000
25	\$	40.095.000	\$	625.265	\$	3.341.250	\$	3.966.515	\$	36.753.750
26	\$	36.753.750	\$	573.159	\$	3.341.250	\$	3.914.409	\$	33.412.500
27	\$	33.412.500	\$	521.054	\$	3.341.250	\$	3.862.304	\$	30.071.250
28	\$	30.071.250	\$	468.949	\$	3.341.250	\$	3.810.199	\$	26.730.000
29	\$	26.730.000	\$	416.843	\$	3.341.250	\$	3.758.093	\$	23.388.750
30	\$	23.388.750	\$	364.738	\$	3.341.250	\$	3.705.988	\$	20.047.500
31	\$	20.047.500	\$	312.632	\$	3.341.250	\$	3.653.882	\$	16.706.250
32	\$	16.706.250	\$	260.527	\$	3.341.250	\$	3.601.777	\$	13.365.000
33	\$	13.365.000	\$	208.422	\$	3.341.250	\$	3.549.672	\$	10.023.750
34	\$	10.023.750	\$	156.316	\$	3.341.250	\$	3.497.566	\$	6.682.500
35	\$	6.682.500	\$	104.211	\$	3.341.250	\$	3.445.461	\$	3.341.250
36	\$	3.341.250	\$	52.105	\$	3.341.250	\$	3.393.355	\$	-