

**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL
SERVICIO DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO ON-LINE PARA MUJERES EN
EL MUNICIPIO DE CERETÉ, CÓRDOBA**

PRESENTADO POR:

**ELIZABETH GALEANO DURANTE
MARÍA DEL ROSARIO BELTRÁN PATERNINA**

ASESOR:

LUÍS FERNANDO ALFONSO GARZÓN

**UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS, JURÍDICAS Y
ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA DE ADMINISTRACIÓN EN FINANZAS Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES
BERASTEGUI-CÓRDOBA
NOVIEMBRE DE 2020**

Agradecimientos

Primero que todo gracias a Dios por darme vida y salud a mí y a los míos, gracias por demostrarme tu amor incondicional durante todo este proceso ya que sin ti nada de esto podría ser posible hoy , gracias a todos mis familiares , amigos que creyeron en mí y que de alguna u otra manera aportaron una granito de arena para poder llevar a cabo este trabajo de grado, gracias a la Universidad de Córdoba y a todos esos docentes que aportaron en mi grandes conocimientos durante este camino de mi carrera .

Aunque no fue nada sencillo concluir esta etapa, pero gracias a Dios y a todos ustedes por brindarme su ayuda, apoyo incondicional y sin juzgarme cada decisión que tomaba pude hacer posible mi sueño y puedo decir que cada momento vivido hasta aquí lo pude disfrutar enormemente y será inolvidable.

ELIZABETH GALEANO DURANTE

Dios, tu infinita gracia y tu bondad estuvieron conmigo en cada momento de este proceso, agradezco por permitirme vivir cada una de las experiencias durante esta etapa que hicieron de mí, una mejor persona.

A mi familia porque nunca me faltó su apoyo y siempre confiaron en mí, les agradezco infinitamente por motivarme día a día, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Quiero expresar también mis más sinceros agradecimientos a la Universidad de Córdoba por permitirme formar como profesional, a mis docentes que estuvieron acompañándome en esta etapa y a todas esas personas que ayudaron a que este sueño fuera posible.

En este camino encontré obstáculos y circunstancias que me hicieron una persona más fuerte y agradezco a DIOS porque haya sido así, aprendí y disfruté al máximo cada momento.

MARÍA DEL ROSARIO BELTRÁN PATERNINA

Tabla de Contenido

	Pág.
Introducción	1
Resumen ejecutivo	4
1 Referente teórico y conceptual	5
1.1 Marco teórico	5
1.2 Marco conceptual	9
2 Módulo de mercado	12
2.1 Servicio	12
2.1.1 Características del servicio	12
2.1.2 Usos del servicio	12
2.1.3 Beneficios	13
2.1.4 Productos y/o servicios Sustitutos	14
2.1.5 Productos y/o servicios complementarios	14
2.2 Consumidor final	14
2.2.1 Segmentación del mercado	15
2.2.1 Características socioculturales	16
2.3 Delimitación del área geográfica	16
2.4 Análisis de la demanda	17
2.4.1 Diseño Muestral	17

2.4.1 Instrumento para recolectar la información	19
2.4.2 Análisis de los resultados	20
2.4.3 Cálculo de la demanda actual	37
2.4.4 Proyección de la demanda	39
2.5 Análisis de la oferta	40
2.5.1 Cálculo de la oferta actual	40
2.5.2 Proyección de la oferta	41
2.6 Determinación del tipo de demanda	42
2.6.1 Proyección de la demanda insatisfecha	42
2.7 Análisis de precios	43
2.8 Canales de comercialización	43
2.9 Imagen del servicio	44
2.10 Estrategia de Publicidad	45
3 Módulo técnico	47
3.1 Tamaño del proyecto	47
3.2 Localización	48
3.2.1 Macrolocalización	49
3.2.2 Microlocalización	50
3.3 Distribución en planta	51
3.4 Ficha técnica	52

3.5 Proceso de prestación del servicio	54
3.5.1 Descripción del proceso de prestación del servicio	55
3.6 Cotización	57
4 Módulo organizacional	61
4.1 Naturaleza jurídica	61
4.2 Direccionamiento Estratégico	62
4.2.1 Misión	62
4.2.2 Visión	63
4.2.3 Valores y principios	63
4.3 Organigrama	63
4.4 Manual de funciones	65
5 Módulo de Impacto social, económico y ambiental	73
5.1 Impacto Social	73
5.2 Impacto Económico	74
5.3 Impacto Ambiental	75
6 Módulo financiero	76
6.1 Inversiones fijas	76
6.2 Inversiones diferidas	78
6.3 Distribución de costos	78
6.4 Punto de equilibrio	83

6.5 Capital de trabajo	85
6.6 Flujo neto de inversión	86
6.7 Proyecciones financieras	87
6.8 Flujo neto de operación	90
6.9 Flujo neto del plan de negocios	91
6.10 Evaluación financiera: VPN, TIR, RB/C	91
7 Fuentes de financiación	93
8 Conclusiones	94
9 Recomendaciones	96
10 Bibliografía	97
11 Anexos	103

Lista de tablas

	Pág.
Tabla 1 Segmentación del mercado	15
Tabla 2 Estrato socioeconómico	17
Tabla 3 Estrato	20
Tabla 4 Edad	21
Tabla 5 ¿Reconoce usted la importancia de la actividad física para su salud?	22
Tabla 6 ¿Realiza usted algún tipo de actividad física?	23
Tabla 7 ¿Asiste usted a un lugar dónde pueda practicar actividad física en el municipio de Cereté?	24
Tabla 8 ¿Con qué frecuencia asiste a ese lugar?	25
Tabla 9 ¿A Qué tipo de lugar asiste?	26
Tabla 10 ¿Cuánto paga usualmente por hora?	27
Tabla 11 ¿Recibe usted servicios de atención médica y nutricional en ese lugar?	28
Tabla 12 ¿Cuenta usted con servicio de conexión a internet?	29
Tabla 13 Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿realiza usted actividad física con ayuda de las herramientas que proporciona el internet?	30
Tabla 14 Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿cuenta con atención personalizada?	31
Tabla 15 ¿Considera usted apropiada la apertura de una empresa que ofrezca un servicio de acondicionamiento físico (médico, ejercicio y nutricional) personalizado a través de una plataforma digital?	32
Tabla 16 ¿Estaría usted dispuesta a adquirir este servicio?	33
Tabla 17 ¿Con qué frecuencia recibiría las clases dirigidas?	34

Tabla 18 ¿Qué valor mensual estaría dispuesto a pagar por el servicio de acondicionamiento físico?	35
Tabla 19 ¿Por cuál medio desearía ser informado acerca de la apertura del centro de acondicionamiento físico?	36
Tabla 20 Potenciales clientes	38
Tabla 21 Demanda actual	38
Tabla 22 Proyección de la demanda	39
Tabla 23 Oferta Actual	40
Tabla 24 Proyección de la oferta	42
Tabla 25 Demanda insatisfecha	42
Tabla 26 Proyección de la demanda insatisfecha	42
Tabla 27 Análisis de Precios	43
Tabla 28 Macrolocalización	49
Tabla 29 Microlocalización	50
Tabla 30 Ficha técnica acondicionamiento físico online	52
Tabla 31 Cotización	57
Tabla 32 Manual de funciones gerente general	65
Tabla 33 Manual de funciones auxiliar administrativo	66
Tabla 34 Manual de funciones Médico	67
Tabla 35 Manual de funciones nutricionista	68
Tabla 36 Manual de funciones administrador de Plataforma	69
Tabla 37 Manual de funciones jefe de instructores	70
Tabla 38 Manual de funciones instructor	71
Tabla 39 Manual de funciones servicios generales	72

Tabla 40 Inversión en obras físicas	76
Tabla 41 Inversión en maquinaria y equipo	76
Tabla 42 Inversión en muebles y enseres	77
Tabla 43 Inversión en activos intangibles	78
Tabla 44 Costo de mano de obra	78
Tabla 45 Costo de servicios primer año de operación	79
Tabla 46 Gasto por depreciación	79
Tabla 47 Remuneración al personal administrativo	80
Tabla 48 Otros gastos administrativos	81
Tabla 49 Gastos de venta	81
Tabla 50 Amortización de gastos diferidos	81
Tabla 51 Distribución de costos	82
Tabla 52 Punto de equilibrio	85
Tabla 53 Cálculo del capital de trabajo	85
Tabla 54 Inversión en capital de trabajo	85
Tabla 55 Programa de inversión fija del proyecto	86
Tabla 56 Programa de inversión	86
Tabla 57 Valor residual de activos	87
Tabla 58 Flujo neto de inversiones	87
Tabla 59 Presupuesto de ingresos	87
Tabla 60 Presupuesto de costo de producción	88
Tabla 61 Presupuesto de gastos de administración	88
Tabla 62 Presupuestos de gastos de venta	89
Tabla 63 Presupuesto de costos operacionales	89

Tabla 64 Presupuesto de gastos financieros	89
Tabla 65 Flujo neto de operaciones	90
Tabla 66 Flujo neto del proyecto	91
Tabla 67 Evaluación financiera	91
Tabla 69 Amortización de la deuda	93

Lista de gráficas

	Pág.
Gráfica 1 Estrato	21
Gráfica 2 Edad	22
Gráfica 3 ¿Reconoce usted la importancia de la actividad física para su salud?	23
Gráfica 4 ¿Realiza usted algún tipo de actividad física?	24
Gráfica 5 ¿Asiste usted a un lugar dónde pueda practicar actividad física en el municipio de Cereté?	25
Gráfica 6 ¿Con qué frecuencia asiste a ese lugar?	26
Gráfica 7 ¿A Qué tipo de lugar asiste?	27
Gráfica 8 ¿Cuánto paga usualmente por hora?	28
Gráfica 9 ¿Recibe usted servicios de atención médica y nutricional en ese lugar?	29
Gráfica 10 ¿Cuenta usted con servicio de conexión a internet?	30
Gráfica 11 Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿realiza usted actividad física con ayuda de las herramientas que proporciona el internet?	31
Gráfica 12 Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿cuenta con atención personalizada?	32
Gráfica 13 ¿Considera usted apropiada la apertura de una empresa que ofrezca un servicio de acondicionamiento físico (médico, ejercicio y nutricional) personalizado a través de una plataforma digital?	33
Gráfica 14 ¿Estaría usted dispuesta a adquirir este servicio?	34
Gráfica 15 ¿Con qué frecuencia recibiría las clases dirigidas?	35
Gráfica 16 ¿Qué valor mensual estaría dispuesto a pagar por el servicio de acondicionamiento físico?	36

Gráfica 17 ¿Por cuál medio desearía ser informado acerca de la apertura del centro de acondicionamiento físico?

Lista de ilustraciones

	Pág.
Ilustración 1 Canal de comercialización	44
Ilustración 2 Imagen del servicio	44
Ilustración 3 Distribución en planta	51
Ilustración 4 Flujo del proceso de prestación del servicio	54
Ilustración 5 Organigrama	64

Lista de anexos

	Pág.
Anexo 1 Cuestionario de Investigación de Mercado	103
Anexo 2 Validación del instrumento	106
Anexo 3 Reglamento interno de trabajo	109

Introducción

La obesidad y el sobrepeso son problemas de salud mundial que han incrementado durante los últimos años, porque aumentan el riesgo de tener dolencias letales y ponen en riesgo la vida de quien las padece. La (OMS, 2017) dio a conocer que estos padecimientos han alcanzado proporciones epidémicas a nivel mundial, y cada año mueren, como mínimo, 2,8 millones de personas a causa de obesidad y sobrepeso. Así mismo, el informe de la organización señala que el 39% de los adultos mayores de 18 años muestran sobrepeso, de los cuales un 39% son hombres y un 40% mujeres.

En Colombia el panorama es el mismo: las cifras de obesidad y sobrepeso han tenido un enorme crecimiento durante los últimos años. Citando a (El Tiempo, 2019), más de la mitad de los adultos entre 18 y 64 años, esto es el 56 %, están en condición de sobrepeso u obesidad. La prevalencia de estas enfermedades en el país durante los últimos años ha sido predominante en el género femenino.

Ahora bien, un Índice de Masa Corporal (IMC) elevado es un importante factor de riesgo de enfermedades no transmisibles. En términos de (Fernández, 2017), puede generar enfermedades degenerativas, como las cardiovasculares, la diabetes, los trastornos del aparato locomotor y los cánceres de esófago, colon, recto, hígado, vesícula, páncreas, mama, entre otros. De manera que la obesidad se ha convertido en una enfermedad crónica que, si no se trata con premura, puede ocasionar enormes consecuencias al bienestar del individuo.

Según diversos autores el uso de las tecnologías de la Información y la Comunicación en la vida cotidiana han sido un enorme detonante para dicho problema. Si

bien es cierto las TICS facilitan aspectos tan importantes como la transferencia de información, la comunicación, acceso al conocimiento, etc; también han generado una cultura de sedentarismo en la sociedad actual, como la denominada obesidad digital. (Díaz & Aladro, 2016) se refiere a este término como una conectividad a la red a todas horas, que puede llegar a generar dependencia y sobrepeso, afectando a la vida privada, disminuyendo así las relaciones sociales, familiares y rendimiento laboral, con aparición de aislamiento, ansiedad, insomnio, entre otras alteraciones.

Sin lugar a dudas, el sedentarismo propiciado en muchos casos, por permanecer horas de exposición frente a televisión, ordenador, celular, tableta, videojuegos, etc; está directamente relacionado con las patologías señaladas en los párrafos anteriores. No obstante, las tendencias actuales de los consumidores inclinadas hacia lo digital, pueden ser vistas como una oportunidad para crear productos y servicios que aprovechen la creciente adopción de la tecnología, pero que se orienten a solucionar problemas actuales de la población y propendan a mejorar su calidad de vida.

A partir de lo anterior y aprovechando que la disrupción de la tecnología ha permitido el surgimiento de nuevas y mejores formas de llevar a cabo las actividades cotidianas, desde las relacionadas con el trabajo y el estudio, hasta las concernientes al cuidado de la salud; se considera oportuno ofrecer un servicio de acondicionamiento físico para las mujeres del municipio de Cereté, Córdoba; a través de la creación de un entorno digital, donde los instructores, médicos y nutricionistas puedan interactuar de manera personalizada con cada una de las usuarias y crear planes y rutinas acordes a sus necesidades y capacidades; utilizando elementos básicos para realizar rutinas prácticas y eficientes que les permitan a las usuarias mejorar su bienestar físico.

Durante el desarrollo de la actual investigación se compilaron los aspectos relacionados con la factibilidad de la creación de empresa dedicada a la prestación del servicio de acondicionamiento físico on-line para mujeres en el municipio de Cereté y sus propuestas de valor dentro del entorno de los servicios relacionados con la salud.

Para cumplir con lo propuesto, se elaboró un estudio de mercado, a través del cual se identificó el comportamiento de la demanda y oferta del servicio; se desarrolló un estudio que condensó las características y recursos de carácter técnico que se requieren para la puesta en marcha de la empresa, se determinó la estructura organizacional y legal pertinente para la constitución y operación, se llevó a cabo un análisis del impacto que generaría su puesta en marcha en el municipio, desde los ámbitos económico, social, cultural y ambiental y se evaluó la factibilidad de la empresa en términos financieros, mediante la estimación de las inversiones, costos, gastos, ingresos, y demás aspectos de esta índole.

Para dar cumplimiento a los objetivos señalados, la investigación se orientó hacia un enfoque de investigación cuantitativo, en el cual se recopilaron y analizaron datos de carácter numérico para establecer con exactitud la una demanda insatisfecha del servicio de acondicionamiento físico en el municipio de Cereté, Córdoba; así como para determinar los patrones de comportamiento de esta población.

Resumen ejecutivo

Empresa: Gymline Ltda.

Ubicación: Cereté-Córdoba.

Servicio: Acondicionamiento físico online.

Oportunidad de negocio: Se identifica como oportunidad de negocio las tendencias de comportamiento de la sociedad actual, orientada hacia el uso de la tecnología en su vida cotidiana, la creciente adopción de la telemedicina como herramienta para la adquisición de servicios relacionados con la salud. Sumada a la necesidad de la sociedad actual de llevar una vida sana, disminuir el sedentarismo y disminuir los índices de sobrepeso y obesidad que aquejan a gran parte de la población mundial.

Competidores: No existe en el municipio una empresa que ofrezca un servicio de acondicionamiento físico, que incluya acompañamiento en elaboración y ejecución de rutinas de ejercicio, planes nutricionales y evaluación médica y cuya adquisición no requiera el traslado físico a un establecimiento. Por lo tanto, se puede afirmar que no existen actualmente competidores directos del servicio.

Inversión fija: \$164.130.271

Capital de trabajo: \$33.833.416

TIR: 33,27%

VPN: \$ 55.405.045,29

RB/C: 2,34

1 Referente teórico y conceptual

1.1 Marco teórico

Para el desarrollo de la investigación se toma como principal fuente teórica los enunciados que se presentan a continuación, relacionados con la relevancia de un plan de negocios, su papel dentro del desarrollo de un proyecto, así como las etapas que deben llevarse a cabo para culminarlo con éxito.

El plan de negocios es un documento que se elabora de manera previa a la puesta en marcha de un proyecto o empresa, surge ante la necesidad de planificar la realización de un negocio y evaluar el comportamiento del mismo en un horizonte de tiempo futuro.

(Weinberger, 2009), lo postula como una guía para las operaciones de la empresa y como un punto de referencia para la evaluación de su viabilidad. Ya que, permite identificar los puntos fuertes y débiles que tendría la empresa, proyectar y evaluar su marcha y se convierte en una base de información para realizar los presupuestos e informes necesarios.

Por su parte (González, 2011) lo define como un instrumento de gran ayuda para el empresario a la hora de analizar el mercado y planificar la estrategia de un negocio. Pero que también puede ser utilizado a lo largo de la operación de la empresas porque detalla los aspectos esenciales que pueden estar relacionados con el lanzamiento de nuevos productos, mejorar los productos existentes, cambiar o ampliar locales para aumentar la capacidad de producción, respaldar un pedido de crédito o interesar a un socio potencial; es por ello, que al reunir información de esta magnitud, no solo establece los parámetros necesarios para poner en marcha la empresa, sino que determina las acciones que se deben implementar en el mediano y largo plazo para alcanzar las metas propuestas.

Ahora bien, para la elaboración de un plan de negocios, se debe llevar a cabo una investigación objetiva y meticulosa, que permita garantizar confiabilidad en los resultados y hallazgos; (Weinberger, 2009), manifiesta que el plan de negocios debe contener de manera clara, precisa y sencilla la idea de negocio, sus características y componentes. Ya que este plan se utilizará para guiar al negocio, porque muestra desde los objetivos que se quieren lograr, hasta las actividades cotidianas que se deben desarrollar para alcanzarlos.

Desde la perspectiva de (Longenercher, 2007) un plan de negocio posee los siguientes objetivos:

1. Identificar la naturaleza y contexto que representa una oportunidad de negocios.
¿Por qué existe tal oportunidad?
2. Presentar el enfoque que se pretende tomar para desarrollar la oportunidad de negocio.
3. Identificar los factores que más probabilidades tengan para determinar si se tendrá éxito.
4. Servir como herramienta para captar recursos para el financiamiento.

Ahora bien, para dar inicio a la elaboración de un plan de negocios, es necesario reconocer las fases que interfieren durante dicho proceso, para llevar a cabo de manera estructurada su diseño y redacción. El primer apartado, está constituido por un estudio de mercado, a través del cual se deben reconocer el mercado en términos de estructura, tendencias, comportamiento y potencial de ventas del producto o servicio, esta etapa es indispensable para identificar la demanda y la oferta actual del producto o servicio en el mercado; este último es “el entorno donde se encuentran el producto o servicio y el

consumidor, el conjunto de individuos y organizaciones de todo tipo que tienen, o pueden tener, una influencia en el consumo o utilización del producto en un determinado territorio geográfico” (Quintana, 2012).

(Urbina, 2010) plantea que el estudio de mercado se basa en la determinación y cuantificación de la oferta y demanda del producto o servicio, el análisis de los precios y el estudio de la comercialización; ya que su objetivo es verificar la posibilidad real de penetración del producto en un mercado determinado; lo que es lo mismo, es una herramienta que permite al investigador, inversionista o empresario, obtener datos del mercado seleccionado, que posteriormente deben ser cuantificados y analizados mediante instrumentos estadísticos, para obtener como resultado la aceptación o rechazo del producto o servicio por parte de los consumidores.

En esa misma línea, la importancia de la investigación de mercados radica en que permite diseñar estrategias y tomar decisiones conforme a los resultados obtenidos, para aumentar la probabilidad de éxito del negocio. (Malhotra, 2008), sostiene que para la elaboración del estudio de mercado es necesario observar y estudiar detenidamente al consumidor, ya que este es el que muestra a las empresas que tipo de productos o servicios son los que desea adquirir o necesita; así como su capacidad de pago, que contribuirá a la empresa en su decisión de a qué precios vender; sus preferencias para reconocer dónde y cómo hacerle publicidad al producto y qué canales de distribución emplear.

La segunda etapa del plan de negocios está conformada por un estudio técnico, que engloba los elementos de carácter técnico, que son necesarios para el eficiente funcionamiento de la operación de la empresa, estos van desde la determinación de la

capacidad instalada y los recursos necesarios, hasta la descripción de los métodos y procesos necesarios para la producción del bien o servicio; como describe (Rosales, 2008) este estudio permite identificar y evaluar las posibles opciones tecnológicas que podría utilizar la empresa para su operación, a la par que permite determinar la factibilidad técnica de cada una de estas opciones. El autor agrega que debe contener los equipos, la maquinaria, las materias primas y las instalaciones necesarias para el proyecto, así como la ubicación que se considere más beneficiosa para la puesta en marcha de las operaciones. Lo anterior se debe a que, si la empresa no distingue cada una de las variables mencionadas, no podrá reconocer la cantidad de productos o servicios que puede ofrecer al mercado, la calidad de los procesos y los requerimientos en materia de inversión.

Una vez terminado el estudio técnico se procede a la elaboración del estudio organizacional, que se fundamenta en el direccionamiento estratégico de la empresa, estipulando las relaciones entre sus miembros y las funciones que deben desempeñar día a día para alcanzar las metas propuestas para la organización. (Cámara de Comercio de Medellín, 2019) plantea que el módulo no solo hace referencia a la estructura que va a adoptar la compañía para hacer frente a las distintas responsabilidades que se derivan de su operación; sino también a los principales elementos de los procedimientos y funciones administrativas y operativas. Lo anterior se debe a que, para conseguir una estructura organizacional fuerte y sólida, es necesario reconocer quién será el responsable de cada actividad y cómo debe desempeñarla, para que el recurso humano pueda estar alineado al cumplimiento de los objetivos empresariales. Adicionalmente, en este apartado se incluyen los aspectos legales que determinan la viabilidad de la empresa, en función de las normas

que la rigen y se selecciona la estructura legal que más se acomode a las necesidades y requerimientos de los socios.

Finalmente, se desarrolla un estudio financiero, (Horne, 2012) manifiesta que en esta etapa se pretende cuantificar el desempeño de la empresa desde el punto de vista financiero, tomando todos los recursos identificados en los estudios precedentes y estimándolos en valores numéricos; su objetivo es conocer las fortalezas y debilidades con las que cuenta la empresa y el comportamiento de la inversión en un horizonte de tiempo determinado, para implementar estrategias financieras conformes a sus necesidades.

(González & López, 2016), manifiestan que el estudio financiero está integrado por elementos informativo cuantitativo que permiten decidir y observar la viabilidad del plan de negocios; en ellos se estudia el comportamiento de las operaciones necesarias para que una empresa marche y se proyecta el crecimiento de la misma en el tiempo. Por lo que, sin lugar a dudas, cualquier idea de negocio o proyecto debe contemplar las variables que intervienen en el desarrollo e implementación, para finalmente considerar el costo que implica poner a operar el proyecto en términos financieros. Agregando a lo anterior, en este estudio se deben calcular los costos, gastos e inversiones en activos fijos y preoperativos; así como el costo de capital de trabajo y demás variables financieras, hasta obtener los indicadores que puedan evaluar el proyecto en términos financieros.

1.2 Marco conceptual

Sedentarismo: se define como la realización de actividad física durante menos de 15 minutos y menos de tres (3) veces por semana durante el último trimestre (Alvarez, 2010). Al ser este uno de los problemas de gran parte de la población a nivel mundial, se

espera mediante la prestación del servicio disminuir el sedentarismo en la población cereteana.

Sobrepeso: se define como una acumulación anormal o excesiva de grasa que puede ser perjudicial para la salud (OMS, 2020); como se ha mencionado con anterioridad el sobrepeso se ha convertido en un problema de salud pública mundial, que puede causar enormes afectaciones a la salud de las personas, por lo que el servicio de acondicionamiento también se dirige a aquellas mujeres que posean grasa excesiva en su cuerpo.

IMC: El Índice de Masa Corporal es un indicador simple de la relación entre el peso y la talla que se utiliza frecuentemente para identificar el sobrepeso y la obesidad en los adultos (OMS, 2020). Este índice es determinante para determinar si una persona posee sobrepeso u obesidad, por lo que es necesario conocer este concepto, que se estará utilizando a lo largo del proyecto.

Enfermedades cardiovasculares: son un conjunto de enfermedades que afectan al corazón y a los vasos sanguíneos (Fernández, 2017), esta es una de las principales consecuencias de llevar una vida sedentaria y de poca actividad física, razón por la cual se consideró pertinente, promover el cuidado y bienestar del cuerpo.

Actividad física: cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos y que produce un gasto energético por encima de la tasa de metabolismo basal. Incluye actividades de rutina diaria, como las tareas del hogar y del trabajo (Claros, 2011). Este término es de vital importancia porque el acondicionamiento físico que se espera ofrecer se orienta en la práctica de actividad física para el cuidado del cuerpo y la mente.

Nutrición: conjunto de procesos fisiológicos por los cuales el organismo recibe, transforma y utiliza las sustancias químicas contenidas en los alimentos (Muprespa, 2017). Se destaca este término, porque uno de los diferenciadores del servicio que se pretende ofrecer es el acompañamiento nutricional, por parte de un profesional altamente calificado.

Internet: es una red integrada por miles de redes y computadoras interconectadas en todo el mundo mediante cables y señales de telecomunicaciones, que utilizan una tecnología común para la transferencia de datos (Lucio, 2014), este es uno de los elementos indispensables para la prestación del servicio, ya que será de manera online; es necesario que se identifique su importancia durante el desarrollo del proyecto.

TIC: Las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TIC), son el conjunto de recursos, herramientas, equipos, programas informáticos, aplicaciones, redes y medios; que permiten la compilación, procesamiento, almacenamiento, transmisión de información como: voz, datos, texto, video e imágenes (MINTIC, 2019). Estas herramientas han permitido que la sociedad haya dado un vuelco a la manera de hacer sus actividades cotidianas, desde las relacionadas con la formación, el trabajo y el ocio, hasta las que se refieren al cuidado de la salud, y permitirán que el servicio pueda ser aceptado.

Consumidor: Los consumidores constituyen el centro de toda organización, y las empresas deben orientar todas sus actividades de forma tal que puedan satisfacerles a largo plazo (Quintana, 2012), en el caso específico del servicio de acondicionamiento los consumidores son mujeres del municipio de Cereté que deseen cuidar su salud, mantener una atractiva imagen corporal; así como quienes se encuentren padeciendo trastornos como el sobrepeso y la obesidad

2 Módulo de mercado

2.1 Servicio

2.1.1 Características del servicio

Aprovechando que la disrupción de la tecnología ha permitido el surgimiento de nuevas y mejores formas de llevar a cabo las actividades cotidianas, desde las relacionadas con el trabajo y el estudio, hasta las concernientes al cuidado de la salud; se considera oportuno ofrecer un servicio de acondicionamiento físico para las mujeres del municipio de Cereté, Córdoba. A través de la creación de un entorno digital, donde los instructores puedan interactuar de manera personalizada con cada una de las usuarias y crear rutinas acordes a sus necesidades y capacidades, utilizando elementos básicos, para realizar rutinas prácticas y eficientes que les permitan a las usuarias mejorar su bienestar físico.

Se crearán salas de reuniones virtuales, en donde la audiencia podrá interactuar en tiempo real con voz, datos y video, facilitando realizar las rutinas de ejercicio bajo la supervisión de los instructores.

2.1.2 Usos del servicio

El servicio de acondicionamiento físico online podrá ser utilizado por las mujeres que quieran mejorar su apariencia física, cuidar su cuerpo, adquirir hábitos de comportamiento saludables y recibir una evaluación constante de su estado de salud física, sin la necesidad de trasladarse hasta un gimnasio o centro de atención médica. El servicio está dirigido principalmente a amas de casa que no cuenten con el tiempo suficiente para trasladarse a un gimnasio físico; madres que no pueden salir de su hogar, porque no cuentan con un adulto responsable que se encargue del cuidado de sus hijos; y todas estas mujeres

desde la comodidad de su hogar quieran ejercitarse eficientemente y recibir acompañamiento médico para obtener resultados óptimos.

2.1.3 Beneficios

El servicio de acondicionamiento físico que se pretende ofrecer en el mercado cereteana, podrá ofrecer a sus usuarias los siguientes beneficios:

Evaluación de la condición física, para planificar correctamente los objetivos perseguidos con el acondicionamiento físico.

Elaboración de planes nutricionales, acordes con las necesidades de cada usuaria, con el fin de brindar estrategias y pautas de alimentación apropiadas a sus antecedentes y posibles patologías.

Revisión periódica por parte de los médicos, nutricionistas y especialistas en entrenamiento, para reconocer el comportamiento de los planes de alimentación y entretenimiento propuestos inicialmente y crear nuevos planes acordes a la evolución de la usuaria.

Disminución del estrés, ansiedad y depresión, mediante la ejercitación constante.

Prevención del desarrollo de enfermedades relacionadas con las articulaciones.

Mejora del bienestar y autoestima.

Disminución de la tendencia al sobrepeso y obesidad.

Acceso al servicio desde la comodidad del hogar.

Reducción del riesgo de padecimiento de enfermedades cardiovasculares, cáncer de colon y diabetes.

2.1.4 Productos y/o servicios Sustitutos

Los servicios sustitutos para el proyecto en cuestión son aquellos que puedan satisfacer la necesidad de mantener un cuerpo saludable; dentro de estos es posible identificar los gimnasios, centros, academias, instituciones y demás espacios donde las personas puedan realizar actividad física. No obstante, el servicio ofrecido se podrá realizar desde la comodidad del hogar, en los periodos seleccionados por las usuarias. Así mismo, dentro de los servicios sustitutos se encuentran los videos de YouTube, pero estos no se adaptan a las necesidades de cada persona, ni ofrecen servicios médicos como los propuestos por la empresa.

2.1.5 Productos y/o servicios complementarios

Los servicios complementarios serán aquellos que puedan utilizarse de forma conjunta con la prestación del servicio de acondicionamiento físico online, esto es, servicios que puedan unirse y complementarse para satisfacer las necesidades de las consumidoras. Dentro de estos es posible identificar los servicios relacionados con el acompañamiento médico y nutricional; y productos como proteínas, alimentos y bebidas que propendan a mejorar el bienestar de las usuarias.

2.2 Consumidor final

Los consumidores finales del servicio de acondicionamiento físico online serán las mujeres del municipio de Cereté que deseen cuidar su salud, mantener una atractiva imagen corporal, así como quienes se encuentren padeciendo trastornos como el sobrepeso y la

obesidad, aquellas mujeres amas de casa que deseen mejorar sus hábitos y practicar una actividad saludable, que otorgue bienestar a su cuerpo y mente; madres que no puedan dejar a sus hijos solos en casa. Se seleccionó el género femenino como consumidor final, teniendo en cuenta que el equipo que están van a utilizar para su actividad física serán elementos básicos, con el propósito de disminuir los costos que podría acarrearles la compra de equipos. Igualmente se hace énfasis en las amas de casa y las madres, ya que muchas de estas por sus ocupaciones y responsabilidades carecen del tiempo necesario para trasladarse a un espacio de acondicionamiento físico y a través del servicio ofrecido podrán hacerlo desde la comodidad de su hogar.

2.2.1 Segmentación del mercado

Para la segmentación, el mercado se divide en grupos homogéneos basándose en aspectos como: ubicación geográfica, condiciones demográficas, características socioeconómicas y particularidades de los consumidores. Es por ello que para la presente investigación se utilizarán la siguiente segmentación:

Tabla 1 Segmentación del mercado

Segmentación del mercado		
Geográfica		
País		Colombia
Departamento		Córdoba
Municipio		Cereté
Ubicación específica		Cabecera municipal
Demográfica		
Sexo		Femenino
Edad		15 y 44 años de edad
Socioeconómica		
Ocupación		Sin restricción
Estratos		3, 4 y 5
Características		
Comportamiento del consumidor		Tendencia hacia el cuidado de la salud corporal
Beneficios esperados		Bienestar físico

Fuente: Elaboración propia

2.2.1 Características socioculturales

La sociedad cereteana, destaca por su diversidad de expresiones culturales, sus dichos populares, la informalidad en el trato, su peculiar manera de expresarse y su espontaneidad. Dentro de sus principales características socioculturales se evidencia el sentido de pertenencia por su tierra, su identidad sinuana, el amor por sus raíces y respeto de su idiosincrasia. El municipio acumula muchas expresiones estéticas, aptitudes y formas de vida que testimonian el imaginario creativo de generaciones pasadas y presentes; sus mitos, leyendas, costumbres, producción artística y artesanal hacen de este municipio un potencial creador importante dentro de las distintas expresiones del arte. El municipio es conocido como “La Capital del Oro Blanco” y anualmente celebra diversos festivales, dentro de los más representativos se encuentra el Festival de la Cumbiamba, corralejas, fiesta patronales y fandangos (Alcaldía Municipal de Cereté, 2020).

2.3 Delimitación del área geográfica

Cereté es un municipio colombiano ubicado en el departamento de Córdoba. Es conocido como La capital del Oro Blanco, se ubica en cuenca hidrográfica del Río Sinú, en la zona denominada Medio Sinú, por su ubicación se constituye como epicentro de intercomunicaciones y centro de interconexión vial de la Troncal de Occidente a escasos 18 kilómetros de la capital del Departamento de Córdoba, la ciudad de Montería. El Municipio limita por el norte con el Municipio de San Pelayo, por el este con el Municipio de Ciénaga de Oro, por el oeste con el Municipio de Montería y por el sur con los Municipios de San Carlos y Montería. Su extensión total es equivalente a 629,3 km², con una temperatura promedio de 29,7°C. El sector primario es el más importante dentro la actividad económica del Municipio en el cual predomina la agricultura siguiéndole en importancia la ganadería;

tiene aproximadamente una extensión de 27.880 ha, de las cuales están dedicadas a actividades del sector primario 26.736 ha (agricultura 16.010 ha y Ganadería 10.753 ha) que corresponden al 96% del total del área de Municipio (Alcaldía Municipal de Cereté, 2020).

2.4 Análisis de la demanda

2.4.1 Diseño Muestral

Se conoce como población objetivo al grupo de individuos u objetos que tienen participación dentro de un fenómeno de investigación; desde la posición de (Arias, 2016), “La población objetivo, es un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación. Ésta queda delimitada por el problema y por los objetivos del estudio” (p.81). Siendo así, la población objeto de estudio de la presente investigación está conformada por los habitantes de la cabecera del municipio de Cereté de género femenino, que se encuentren entre los 15 y 44 años de edad, y de los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5.

Tabla 2 Estrato socioeconómico

Estrato socioeconómico	Número de personas
Bajos (1 y 2)	75%
Medio (3)	19%
Medio alto (4 y 5)	6%

Fuente: (UPME, 2015).

En la anterior tabla se muestra el porcentaje de los estratos socioeconómicos del municipio, basados en información encontrada en la Unidad de Planeación Minero

Energética. Es necesario mencionar que las cifras están actualizadas hasta el año 2015, porque la fuente primaria de esta información (Alcaldía Municipal) manifestó no contar con registros que contengan los valores señalados.

Con base en lo anterior y los datos suministrados por el (DANE, 2019), en la actualidad el municipio de Cereté está conformado por 108.409 habitantes, de los cuales 60.220 pertenecen a la cabecera municipal, el 51,1% son de género femenino, el 22,72% de estas se encuentra entre los 15 y 44 años de edad, y ya que el 25% pertenecen a los estratos señalados, la población objetivo es equivalente a 1.747.

En ese mismo orden, la muestra es una parte de la población que puede ser investigada para hacer extensivos los resultados que esta arroje al resto de la población; como argumenta (Arias, 2016) “la muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible” (p.83). Ahora bien, teniendo en cuenta que se conoce la cantidad de unidades que integran la población y existe un registro documental de dichas unidades, se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2 \cdot (N - 1) + (Z^2) \cdot p \cdot q}$$

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Desviación de la muestra (confianza)

P = Probabilidad a favor

Q = Probabilidad de fracaso

e = Error o margen de muestreo

N = Población

Reemplazamos Valores:

Tamaño de la muestra =?

Desviación de la muestra (confianza) = 95% (1,96)

Probabilidad a favor = 0,5

Probabilidad de fracaso = 0,5

Error o margen de muestreo = 0,05

Población = 1.747

$$n = \frac{(1.747) \times (1,96)^2 \times (0,5) \times (0,5)}{(0,05)^2 \times (1.747 - 1) + ((1,96)^2) \times (0,5) \times (0,5)}$$

$$n = \frac{(1.747) \times 0,9604}{(0,0025 \times 1.746) + 0,9604}$$

$$n = \frac{1.677}{5.32}$$

n= 315

2.4.1 Instrumento para recolectar la información

La técnica que se considera más adecuada para la recopilación de la información es la encuesta, una de las técnicas de investigación científica más reconocida, la cual permitirá formular preguntas abiertas y cerradas a la población objetivo y conocer información

específica y concreta que no se encuentra contenida en ninguna otra fuente. La encuesta es, desde el punto de vista de (Chiner, 2011):

Una investigación realizada sobre una muestra de sujetos representativa de un colectivo más amplio, que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación, con el fin de obtener mediciones cuantitativas de las características de la población (p.2).

Lo que es lo mismo, con la utilización de esta técnica, es posible conocer opiniones, actitudes, particularidades, intenciones, hábitos, preferencias, entre otros aspectos del grupo de individuos que se pretende estudiar.

Es válido destacar que para determinar la viabilidad del instrumento se utilizó el método de validación denominado juicio de experto. Para ello, se seleccionaron profesionales con conocimientos en materia de mercadeo e investigación, quienes hicieron la respectiva evaluación del instrumento y sugirieron los cambios que deberían efectuarse para que la información recolectada pudiera ser fiable y de gran utilidad (ver anexo 2).

2.4.2 Análisis de los resultados

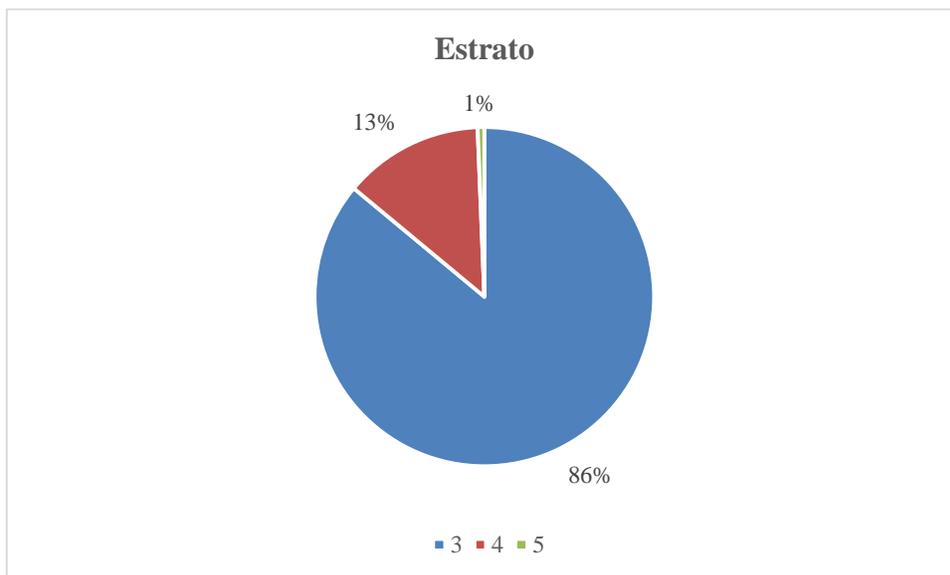
A continuación, se presentan los resultados obtenidos, en la encuesta aplicada a una muestra de 315 mujeres del municipio de Cereté, en edades de 15 a 44 años.

Tabla 3 Estrato

Respuestas	Nº de Personas	Porcentajes
3	271	86%
4	42	13%
5	2	1%
TOTAL	315	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 1 Estrato



Fuente: Elaboración propia

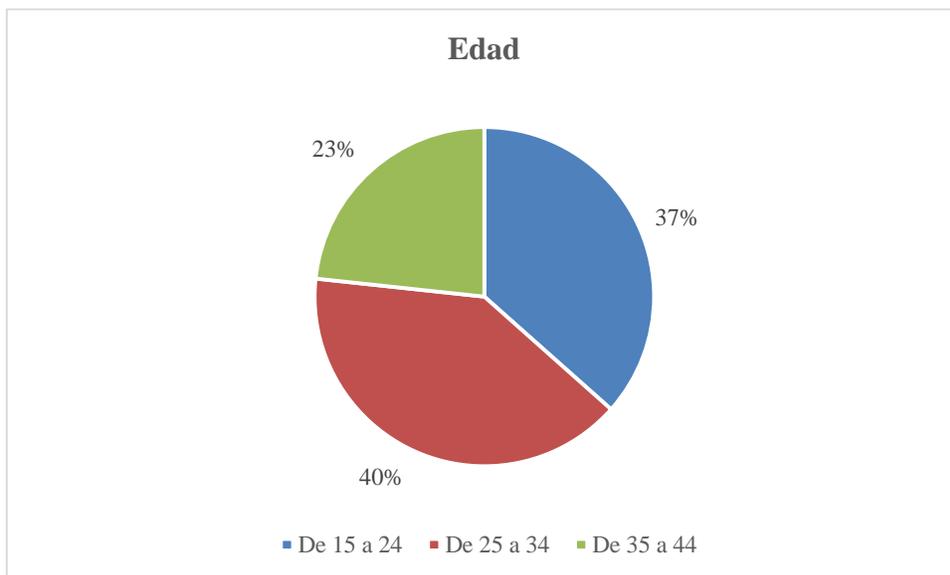
La gráfica anterior muestra los resultados obtenidos en la variable denominada estrato socioeconómico; teniendo en cuenta la segmentación del mercado, la encuesta sólo fue aplicada a mujeres pertenecientes a los estratos 3, 4 y 5 del municipio, cómo se puede evidenciar el porcentaje de participación de cada uno de ellos, fue del 86% para el estrato 3, 13% estrato 4 y 1% estrato 5. Esta información nos permitirá hacernos una idea de cómo son las condiciones de vida de las mujeres estudiadas, su capacidad de pago y el poder adquisitivo que poseen.

Tabla 4 Edad

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
De 15 a 24	113	37%
De 25 a 34	124	40%
De 35 a 44	72	23%
TOTAL	309	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 2 Edad



Fuente: Elaboración propia

Como se puede evidenciar en la tabla anterior el 37% de las mujeres se encuentran entre los 15 y 24 años de edad, el 40% de 25 a 34 y el 23% de 35 a 44 años; lo anterior nos permite determinar la fiabilidad de los datos recopilados, teniendo en cuenta que una de las características claves del mercado objetivo, es la edad, y las personas encuestadas, pertenecen en su totalidad al rango estipulado.

Tabla 5 ¿Reconoce usted la importancia de la actividad física para su salud?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	311	99%
No	4	1%
TOTAL	315	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 3 ¿Reconoce usted la importancia de la actividad física para su salud?



Fuente: Elaboración propia

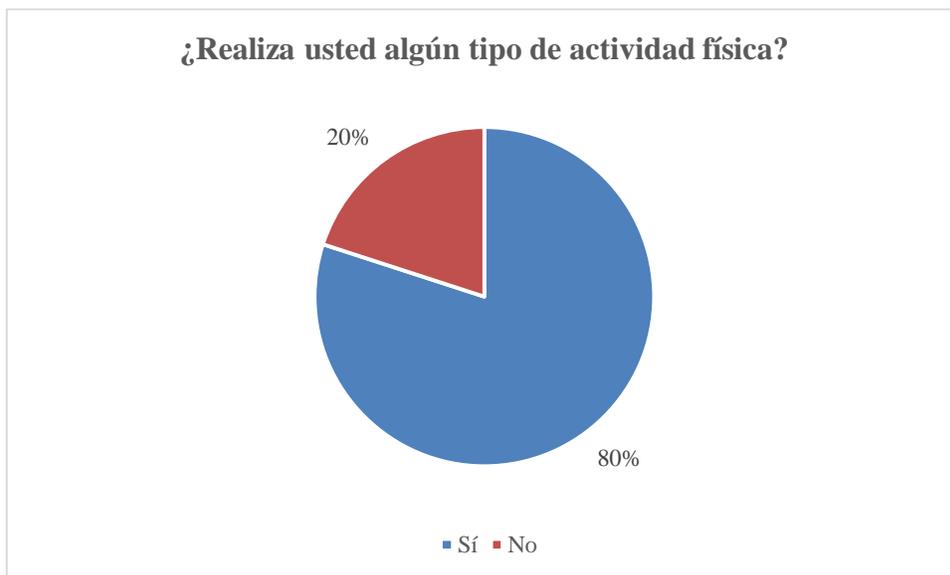
El 99% de la población estudiada reconoce la importancia de la actividad física para su salud y bienestar, lo que significa que hay un alto nivel de conocimiento, por parte de la población cereteana, de las necesidades de su cuerpo en materia de ejercitación y actividad física; las afirmaciones anteriores sugieren que existe una gran oportunidad de comercializar productos o servicios que se orienten al cuidado de la salud y promuevan la actividad física.

Tabla 6 ¿Realiza usted algún tipo de actividad física?

Respuestas	Nº de Personas	Porcentajes
Sí	252	80%
No	63	20%
TOTAL	315	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 4 ¿Realiza usted algún tipo de actividad física?



Fuente: Elaboración propia

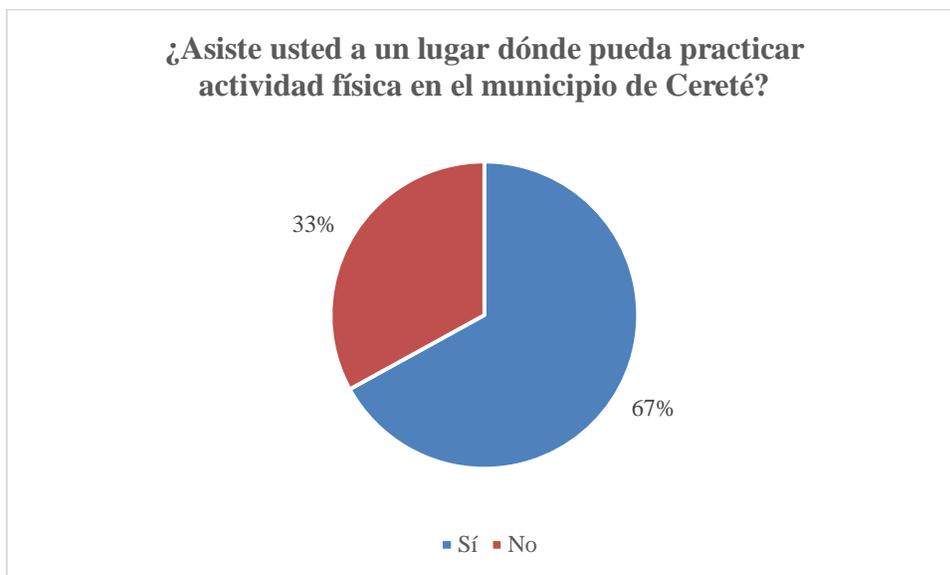
Con respecto al interrogante que determina el número de personas que realizan actividad física, el 80% afirman hacerlo, mientras que el 20% muestra poca preocupación por proteger su salud a través de esta práctica. De esto se desprende, la necesidad de reconocer que tan eficientes son las prácticas realizadas por la mayor parte de la población para cuidar su salud física y mental, y si cuentan con un servicio de apoyo, que les permita alcanzar los niveles de bienestar deseados.

Tabla 7 ¿Asiste usted a un lugar dónde pueda practicar actividad física en el municipio de Cereté?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	211	67%
No	104	33%
TOTAL	315	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 5 ¿Asiste usted a un lugar dónde pueda practicar actividad física en el municipio de Cereté?



Fuente: Elaboración propia

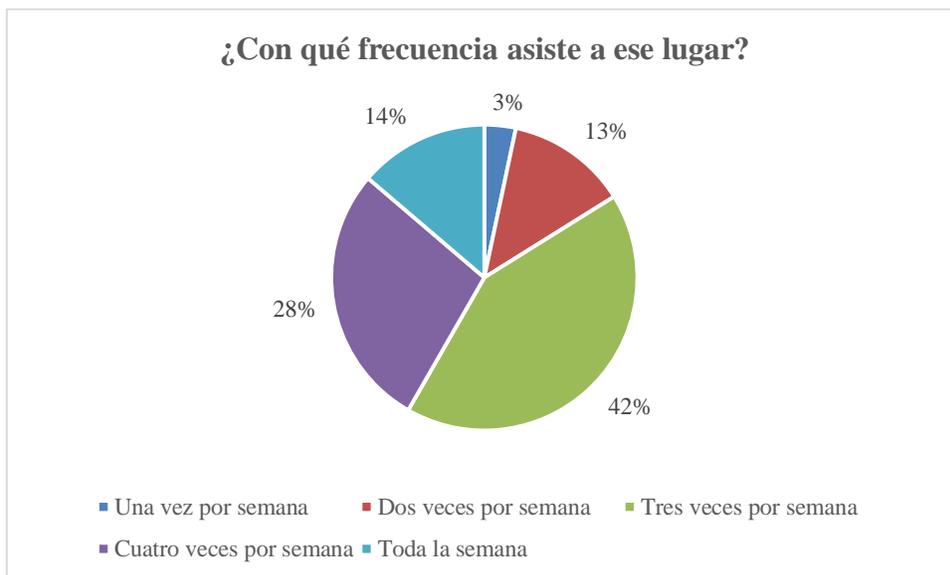
Como se puede evidenciar en la tabla anterior, del número de mujeres que manifiestan realizar actividad física, el 33% afirma que no asiste a ningún lugar en el municipio de Cereté donde pueda hacerlo. Lo anterior se debe principalmente a que hay un considerable número de mujeres que no cuentan con el tiempo disponible para trasladarse a un establecimiento físico y prefieren realizar actividad física desde la comodidad de su hogar.

Tabla 8 ¿Con qué frecuencia asiste a ese lugar?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Una vez por semana	7	3%
Dos veces por semana	27	13%
Tres veces por semana	89	42%
Cuatro veces por semana	59	28%
Toda la semana	29	14%
TOTAL	211	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 6 ¿Con qué frecuencia asiste a ese lugar?



Fuente: Elaboración propia

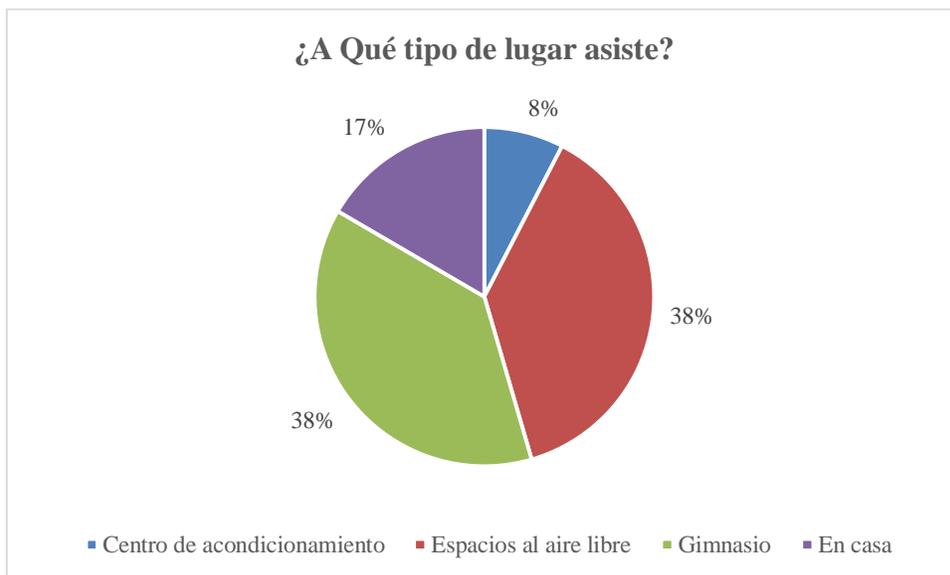
El 3% de las mujeres que asisten a un lugar de acondicionamiento físico, lo hacen una vez por semana, el 13% dos veces por semana, el 42% tres veces, el 28% cuatro veces y tan solo el 14% asisten toda la semana. En relación con estos resultados, es posible que exista alguna insatisfacción por parte de las mujeres del municipio o cierto grado de sedentarismo, porque muchas de ellas visitan estos lugares de manera esporádica.

Tabla 9 ¿A Qué tipo de lugar asiste?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Centro de acondicionamiento	16	8%
Espacios al aire libre	80	38%
Gimnasio	80	38%
En casa	35	17%
TOTAL	211	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 7 ¿A Qué tipo de lugar asiste?



Fuente: Elaboración propia

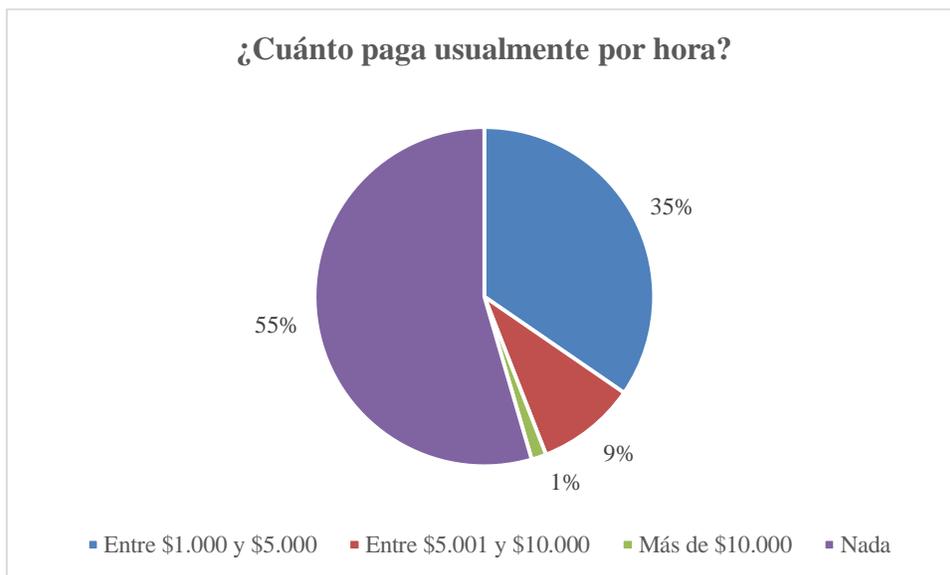
En la tabla anterior se muestran los lugares a donde asisten las mujeres del municipio a practicar actividad física; es necesario destacar en este apartado, que un 17% manifestó que no asisten a ningún centro o lugar de acondicionamiento, sino que practican su rutina de ejercicio en su hogar. este pequeño grupo, sumado al porcentaje que en la gráfica 5 afirma no asistir a ningún lugar de acondicionamiento en el municipio, porque prefiere realizar actividad física en casa; valida la hipótesis de que existe un mercado de mujeres que están interesadas en mejorar su salud, pero no cuentan con el tiempo o la disposición para dirigirse a establecimientos físicos.

Tabla 10 ¿Cuánto paga usualmente por hora?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Entre \$1.000 y \$5.000	73	35%
Entre \$5.001 y \$10.000	20	9%
Más de \$10.000	3	1%
Nada	115	55%
TOTAL	211	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 8 ¿Cuánto paga usualmente por hora?



Fuente: Elaboración propia

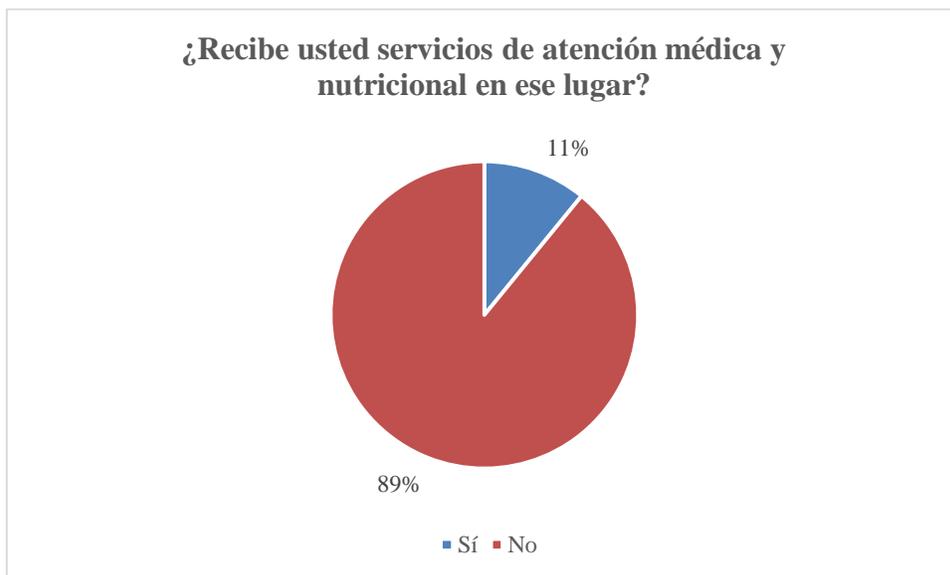
Los resultados obtenidos al interrogante relacionado con el precio que las mujeres del municipio pagan actualmente por servicios de acondicionamiento físico, muestran que el 35% pagan entre \$1.000 y \$5.000 pesos por hora, el 9% entre \$5.001 y \$10.000, el 1% más de \$10.000 y el 55% no pagan nada. Este último grupo de mujeres, son las que manifiestan practicar actividad física en casa o en lugares al aire libre.

Tabla 11 ¿Recibe usted servicios de atención médica y nutricional en ese lugar?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	23	11%
No	188	89%
TOTAL	211	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 9 ¿Recibe usted servicios de atención médica y nutricional en ese lugar?



Fuente: Elaboración propia

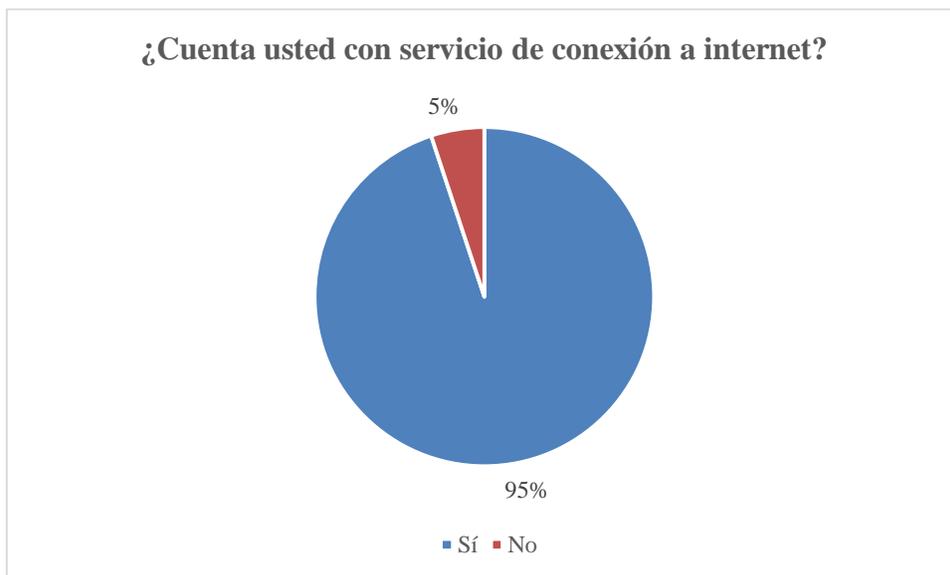
De acuerdo con la información obtenida, tan solo el 11% de las mujeres encuestadas reciben un acompañamiento médico y nutricional durante la práctica de su actividad física; lo que evidencia la falta de servicios personalizados, orientados en las necesidades de cada usuario y enfocados en ofrecer servicios especializados que puedan contribuirles a alcanzar mejores resultados y un grado de bienestar completo.

Tabla 12 ¿Cuenta usted con servicio de conexión a internet?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	299	95%
No	16	5%
TOTAL	315	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 10 ¿Cuenta usted con servicio de conexión a internet?



Fuente: Elaboración propia

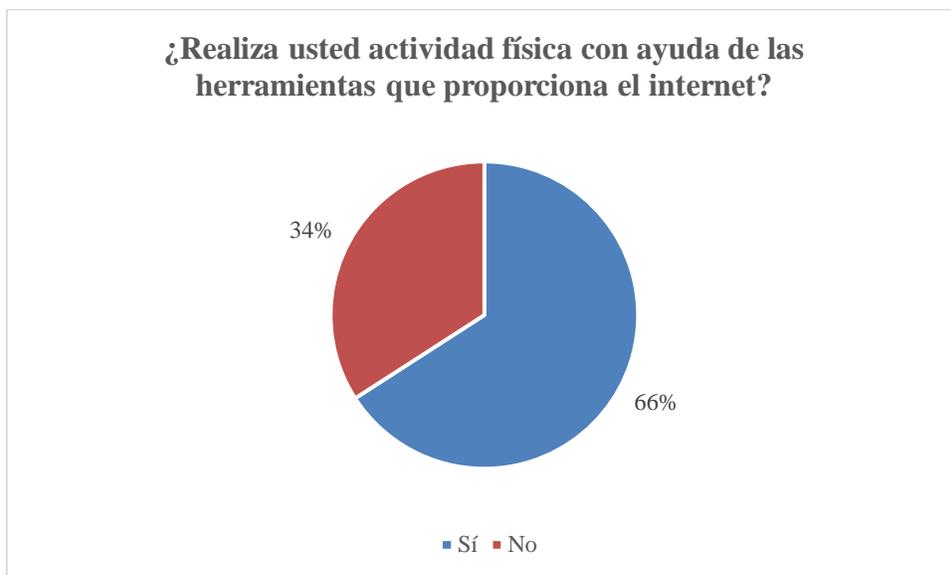
Partiendo de la premisa, que el servicio que se pretende ofrecer en el mercado cereteano se orienta hacia la metodología virtual, fue necesario identificar si la población objetivo contaba con el servicio de conexión a internet, como se puede notar en la tabla, los resultados fueron favorables, ya que el 95% de la población tiene acceso a internet y podrá por tanto recibir el servicio de acondicionamiento físico online sin restricción alguna.

Tabla 13 Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿realiza usted actividad física con ayuda de las herramientas que proporciona el internet?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	197	66%
No	102	34%
TOTAL	299	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 11 Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿realiza usted actividad física con ayuda de las herramientas que proporciona el internet?



Fuente: Elaboración propia

Como se ha mencionado a lo largo de la investigación, existe una tendencia de comportamiento en la sociedad actual que se orienta hacia el uso de la tecnología y los medios digitales para realizar desde actividades laborales, de ocio y formación, hasta las relacionadas con el cuidado de la salud; así lo ratifica el 66% de la población estudiada que afirma utilizar en la actualidad las herramientas que proporciona el internet para realizar actividad física.

Tabla 14 Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿cuenta con atención personalizada?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	20	10%
No	177	90%
TOTAL	197	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 12 Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿cuenta con atención personalizada?



Fuente: Elaboración propia

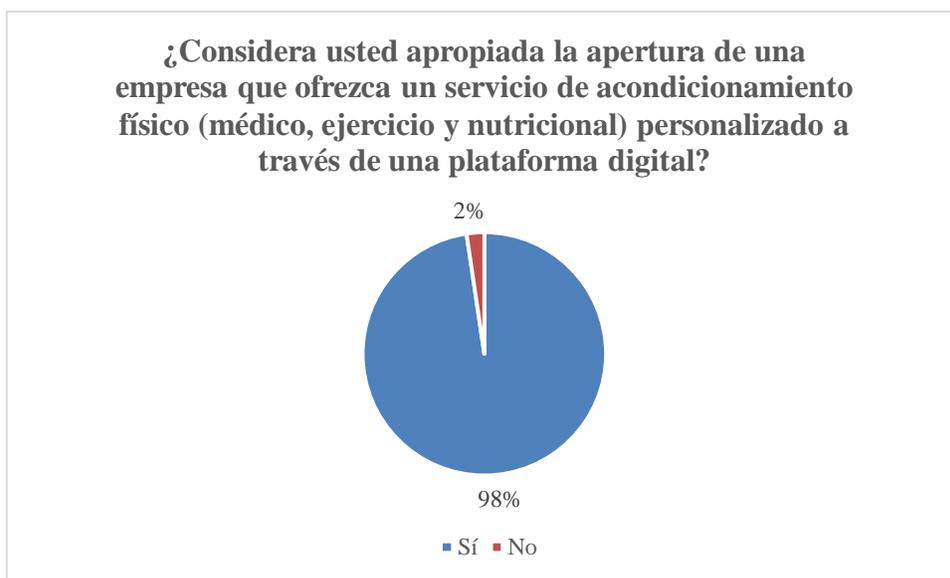
Sin embargo, la mayoría de las herramientas y canales que proporciona el internet, no ofrecen un servicio personalizado, que pueda atender las necesidades particulares de cada persona; de manera que el 90% de las personas que utilizan este medio para realizar actividad física no cuentan con un acompañamiento personalizado, simplemente utilizan videos estandarizados que se encuentran en las redes sociales, para realizar sus rutinas.

Tabla 15 ¿Considera usted apropiada la apertura de una empresa que ofrezca un servicio de acondicionamiento físico (médico, ejercicio y nutricional) personalizado a través de una plataforma digital?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	292	98%
No	7	2%
TOTAL	299	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 13 ¿Considera usted apropiada la apertura de una empresa que ofrezca un servicio de acondicionamiento físico (médico, ejercicio y nutricional) personalizado a través de una plataforma digital?



Fuente: Elaboración propia

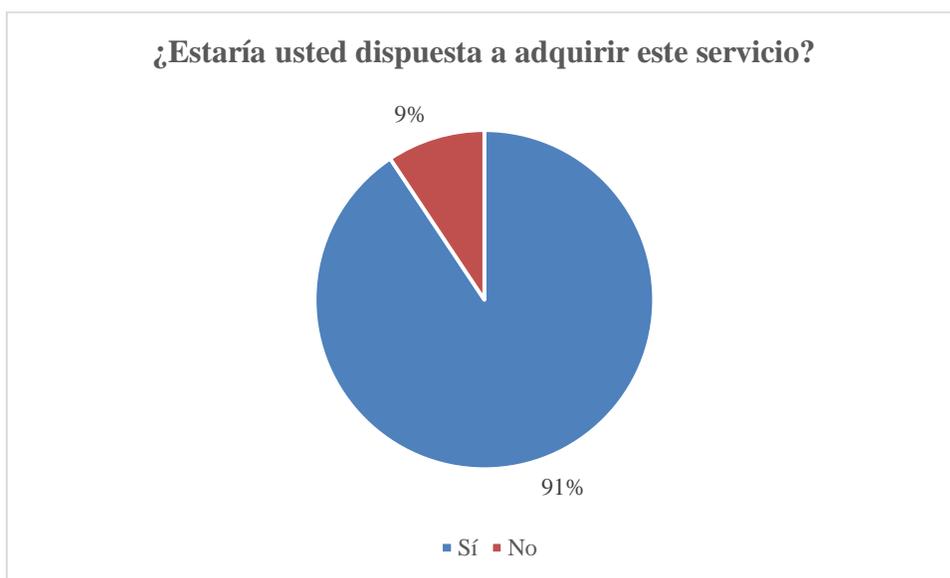
La gráfica anterior permite reconocer la pertinencia de la empresa, desde el punto de vista de la población objetivo; cómo se puede evidenciar el 98% considera que es de gran relevancia y utilidad una empresa con las características mencionadas, mientras que el 2% señala que es de poca pertinencia.

Tabla 16 ¿Estaría usted dispuesta a adquirir este servicio?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Sí	271	91%
No	28	9%
TOTAL	299	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 14 ¿Estaría usted dispuesta a adquirir este servicio?



Fuente: Elaboración propia

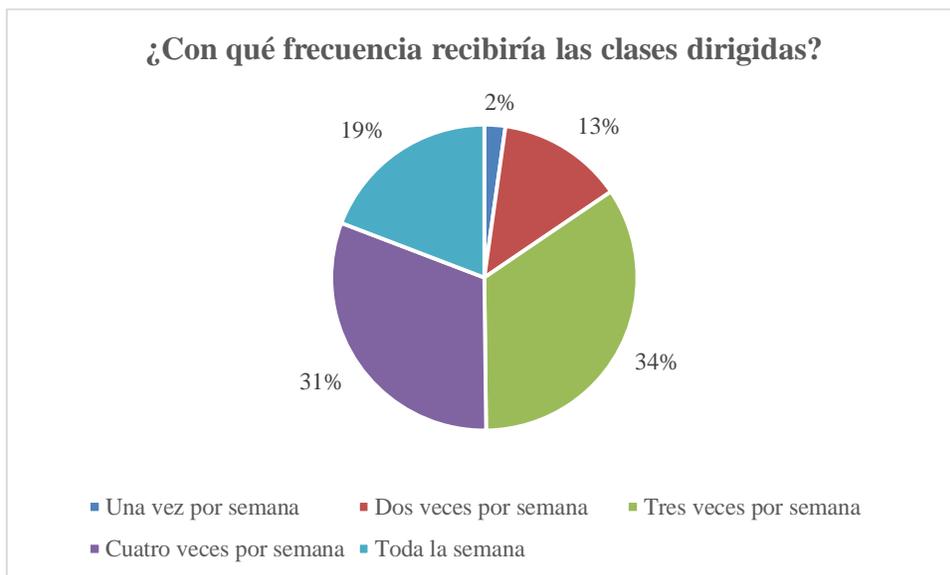
La gráfica anterior muestra la aceptación del servicio por parte de la población entrevistada, que cuenta con servicio de conexión a internet; los resultados muestran un grado de aceptación del 91%, y un porcentaje del 9% muestra poco o nulo interés hacia el servicio de acondicionamiento.

Tabla 17 ¿Con qué frecuencia recibiría las clases dirigidas?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Una vez por semana	6	2%
Dos veces por semana	36	13%
Tres veces por semana	93	34%
Cuatro veces por semana	84	31%
Toda la semana	52	19%
TOTAL	271	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 15 ¿Con qué frecuencia recibiría las clases dirigidas?



Fuente: Elaboración propia

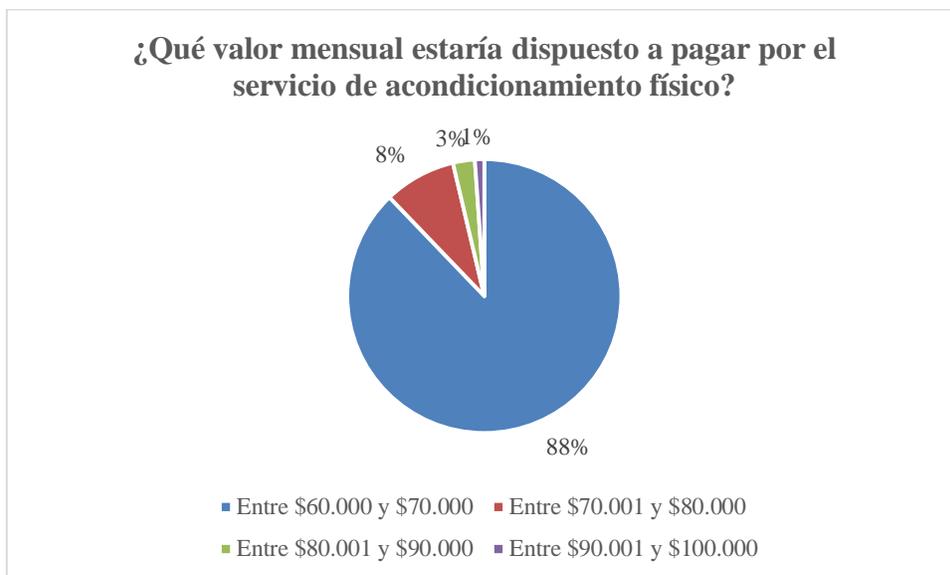
En la gráfica anterior se muestra la frecuencia con que las mujeres del municipio, que están dispuestas a adquirir el servicio, manifiestan que lo harían; estas cifras serán utilizadas para determinar la demanda actual del servicio.

Tabla 18 ¿Qué valor mensual estaría dispuesto a pagar por el servicio de acondicionamiento físico?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Entre \$60.000 y \$70.000	238	88%
Entre \$70.001 y \$80.000	23	8%
Entre \$80.001 y \$90.000	7	3%
Entre \$90.001 y \$100.000	3	1%
TOTAL	271	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 16 ¿Qué valor mensual estaría dispuesto a pagar por el servicio de acondicionamiento físico?



Fuente: Elaboración propia

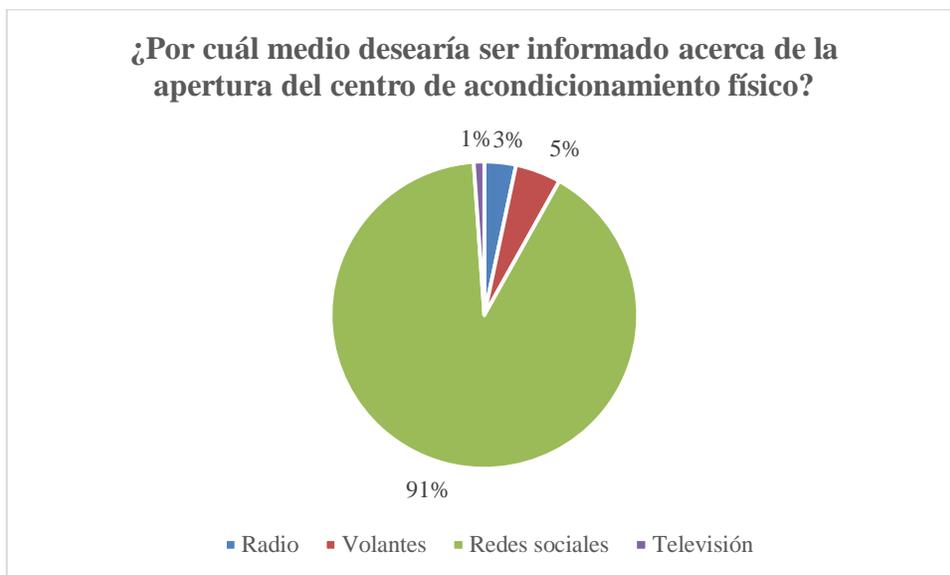
Los valores mensuales que las mujeres del municipio estarían dispuestas a pagar por el servicio de acondicionamiento físico, con las características especificadas, se muestran en la gráfica anterior; cómo se puede notar el 88% de la población manifiesta poder pagar entre \$60.000 y \$70.000 pesos, los datos recopilados en este interrogante son indispensables para la determinación del precio de venta, pues si no se tiene en cuenta la respuesta de los consumidores potenciales, puede que la aceptación del servicio disminuya.

Tabla 19 ¿Por cuál medio desearía ser informado acerca de la apertura del centro de acondicionamiento físico?

Respuestas	N° de Personas	Porcentajes
Radio	9	3%
Volantes	13	5%
Redes sociales	246	91%
Televisión	3	1%
TOTAL	271	100%

Fuente: Elaboración propia

Gráfica 17 ¿Por cuál medio desearía ser informado acerca de la apertura del centro de acondicionamiento físico?



Fuente: Elaboración propia

En la anterior gráfica se evidencian los medios de comunicación que las mujeres del municipio prefieren para recibir información relacionada con la apertura de la empresa; ante estos resultados es necesario diseñar estrategias que atiendan las preferencias de los consumidores y logren un reconocimiento efectivo de la empresa; dentro de este orden de ideas, se recomienda que la estrategia de publicidad de la empresa se centre en el marketing digital por redes sociales.

2.4.3 Cálculo de la demanda actual

Atendiendo a los resultados obtenidos con la aplicación de la encuesta en el municipio de Cereté, se tomaron inicialmente los datos relacionados con la conexión a internet de la población objetivo (ver gráfica 10), para determinar el número de mujeres que contarían con las condiciones necesarias para recibir el servicio; seguidamente se tomó la pregunta del cuestionario que determinó la aceptación del servicio (ver gráfica 14). Ambos

resultados fueron generalizados al total de la población objeto de estudio, como se muestra a continuación:

Tabla 20 Potenciales clientes

Población objetivo	1.747
% con conexión a Internet	95%
Total	1.658
% de aceptación	91%
Potenciales clientes	1.503

Fuente: Elaboración propia

Seguidamente se tomaron los resultados obtenidos en la pregunta número 13, que determina la frecuencia con que las mujeres entrevistadas estarían dispuestas a recibir el servicio de acondicionamiento (ver gráfica 15), se calculó el número de personas por cada frecuencia de consumo, y finalmente las frecuencias fueron convertidas a una frecuencia anual.

Tabla 21 Demanda actual

Frecuencia de consumo	% de respuesta	Nº personas por frecuencia	Consumo anual
Una vez por semana	2%	33	1.597
Dos veces por semana	13%	200	19.167
Tres veces por semana	34%	516	74.272
Cuatro veces por semana	31%	466	89.446
Toda la semana	19%	288	103.822
Total demanda anual			288.305

Fuente: Elaboración propia

Como se puede notar en la tabla anterior la demanda actual del servicio de acondicionamiento físico en línea en el municipio de Cereté es equivalente 288.305 sesiones.

2.4.4 Proyección de la demanda

La proyección de la demanda nos permitirá conocer el desenvolvimiento de la misma en el futuro, para su cálculo utilizaremos la siguiente fórmula:

$$D_f = D_a (1+i)^n$$

Dónde:

D_f = Demanda Final

D_a = Demanda Actual

I = Tasa de crecimiento poblacional, de acuerdo con la información del (Banco Mundial, 2019) la tasa de crecimiento poblacional de Colombia es igual a 1,4%.

n = Número de años a proyectar

Reemplazando valores:

$$D_{f1} = 288.305 (1+0,014)^1 = 292.341$$

$$D_{f2} = 288.305 (1+0,014)^2 = 300.584$$

$$D_{f3} = 288.305 (1+0,014)^3 = 313.386$$

$$D_{f4} = 288.305 (1+0,014)^4 = 331.308$$

$$D_{f5} = 288.305 (1+0,014)^5 = 355.158$$

Tabla 22 Proyección de la demanda

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
292.341	300.584	313.386	331.308	355.158

Fuente: Elaboración propia

2.5 Análisis de la oferta

2.5.1 Cálculo de la oferta actual

Para el cálculo de la oferta actual se visitaron los establecimientos de entrenamiento y gimnasia que se encuentran ubicados en el municipio de Cereté, Córdoba; quienes dieron respuesta al interrogante del número de personas que podrían utilizar sus instalaciones durante el periodo de una hora, teniendo en cuenta el espacio de las instalaciones, la maquinaria y mano de obra que se requieren para el servicio; atendiendo estas consideraciones se calculó la capacidad instalada de los diferentes gimnasios, para determinar la oferta del servicio de acondicionamiento físico, como se muestra a continuación:

Tabla 23 Oferta Actual

Nombre del establecimiento:	Oferta diaria	Oferta anual
Fitness Gym	160	46.080
Power Body	80	23.040
Xparta pro	160	46.080
360 Gym	120	34.560
Reto Fit	80	23.040
BRUTAL Training center	80	23.040
SYE GYM	120	34.560
Oferta al público en general		230.400
Porcentaje de mujeres		51,10%
Total mujeres		117.734
Edad 15-44		22,72%
Total oferta del servicio		26.749

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, la oferta que se muestra en la tabla anterior corresponde a la población en general, teniendo en cuenta que la población objetivo del servicio en cuestión son específicamente mujeres del municipio, que se encuentren entre los 15 y 44 años de edad.

Atendiendo a estas consideraciones es necesario destacar que el 51,1% son de género femenino y el 22,72% de estas se encuentra en el rango de edad mencionado, se utilizaron estos porcentajes para determinar la oferta que se dirige específicamente a la población objeto de estudio; de ahí que la oferta actual es equivalente a 26.749 horas de servicio al año.

2.5.2 Proyección de la oferta

Para la proyección de la oferta actual se utilizó la siguiente fórmula:

$$O_f = O_a (1 + i)^n$$

Dónde:

O_f = Oferta Futura

O_a = Oferta Actual

i = Constante

i = Índice de crecimiento del sector servicios 3,7% (ANDI, 2019).

n = año a proyectar

Reemplazamos valores:

$$O_{f1} = 26.749 (1+0,037)^1 = 27.739$$

$$O_{f2} = 26.749 (1+0,037)^2 = 28.765$$

$$O_{f3} = 26.749 (1+0,037)^3 = 29.830$$

$$O_{f4} = 26.749 (1+0,037)^4 = 30.933$$

$$O_{f5} = 26.749 (1+0,037)^5 = 32.078$$

Tabla 24 Proyección de la oferta

Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
27.739	28.765	29.830	30.933	32.078

Fuente: Elaboración propia

2.6 Determinación del tipo de demanda

El tipo de demanda se determinó hallando la diferencia entre la demanda actual y la oferta actual, como se muestra a continuación:

Tabla 25 Demanda insatisfecha

Demanda actual	288.305
Oferta actual	26.749
Demanda insatisfecha	261.556

Fuente: Elaboración propia

2.6.1 Proyección de la demanda insatisfecha

La proyección de la demanda insatisfecha está comprendida por la diferencia entre las proyecciones de oferta y demanda, teniendo en cuenta cada año de proyección.

Tabla 26 Proyección de la demanda insatisfecha

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Proyección de la DA	292.341	300.584	313.386	331.308	355.158
Proyección de la OA	27.739	28.765	29.830	30.933	32.078
Proyección de la demanda insatisfecha	264.602	271.819	283.556	300.374	323.080

Fuente: Elaboración propia

2.7 Análisis de precios

Para el análisis de los precios se interrogó el precio de la hora del servicio de entrenamiento o gimnasia en los establecimientos del municipio de Cereté que ofrecen estos servicios a la población, y se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 27 Análisis de Precios

Nombre del establecimiento	Precio de venta
Fitness Gym	\$ 5.000
Power Body	\$ 5.000
Xparta pro	\$ 4.000
360 Gym	\$ 4.000
Reto Fit	\$ 5.000
BRUTAL Training center	\$ 7.000
SYE GYM	\$ 5.000

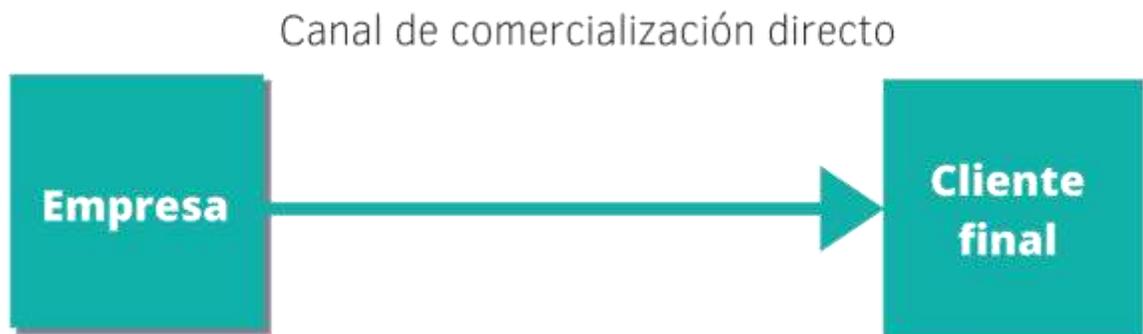
Fuente: Elaboración propia

Como se evidencia en la tabla anterior, los precios actuales del servicio oscilan entre \$4.000 y \$7.000. Estos precios servirán de referencia para determinar el precio de venta del servicio de acondicionamiento online. Sin embargo, es necesario considerar que el servicio que se pretende ofrecer incluye como valor agregado reconocimiento y acompañamiento médico y nutricional, para que las usuarias puedan obtener un servicio completo que les permita alcanzar un estado de salud óptimo.

2.8 Canales de comercialización

(Acosta, 2017), manifiesta que los canales de comercialización son conjuntos de organizaciones interdependientes que intervienen en el proceso por el cual un producto o servicio está disponible para el consumidor final, acortando las distancias y disminuyendo los tiempos de respuesta. En la siguiente ilustración se muestra el canal de comercialización a utilizar para la prestación del servicio de acondicionamiento físico online.

Ilustración 1 Canal de comercialización



Fuente: Elaboración propia

Como se evidencia en la ilustración, el canal de comercialización a utilizar para la comercialización del servicio de acondicionamiento físico online es directo, pues no existirán intermediarios entre el servicio y las usuarias, quienes podrán acceder desde sus hogares a la plataforma de manera directa y recibir los beneficios a la salud que se les ofrecen.

2.9 Imagen del servicio

Ilustración 2 Imagen del servicio



Fuente: Elaboración propia

La imagen corporativa representa el empoderamiento de la mujer, la disciplina, dedicación y entrega que la caracterizan. Se muestra la silueta de una mujer haciendo ejercicio que da prioridad a su salud física y por lo tanto a su bienestar, con el propósito de que las usuarias se identifiquen y se sientan parte de un grupo exclusivo de mujeres que se preocupan por su salud. El eslogan muestra la razón de ser de la empresa, que se orienta en ofrecer a las usuarias un acompañamiento completo y la orientación necesaria en materia de ejercicios y nutrición, para que puedan alcanzar un nivel de salud óptimo.

2.10 Estrategia de Publicidad

(Pérez, 2015) Indica que las estrategias publicitarias tienen como fin la colocación de avisos y mensajes persuasivos, en tiempo o espacio, en cualquier medio de comunicación para informar y/o persuadir a los consumidores potenciales acerca de productos, servicios, o ideas que resalten las características de estos. Atendiendo a estas consideraciones y aunando la situación de la sociedad actual en el marco del uso de la tecnología, los medios de comunicación, transferencia de información y entretenimiento que se utilizan en la actualidad, se propone la utilización de una estrategia de marketing digital en redes sociales.

Para tal efecto, es necesario considerar en primera instancia, que no se trata solamente de utilizar los medios digitales, para enviar información masivamente, sino de utilizar las ventajas en materia de administración y análisis de datos de estos nuevos canales de difusión e integrar estrategias de publicidad pertinentes para que los consumidores potenciales del servicio puedan reconocerlo y sentir interés por él; como manifiesta (Moschini, 2012) el marketing en social media es un nuevo desafío para las marcas, no solamente en cuestiones de carácter técnico como conocer y saber utilizar las plataformas

web, sino en entender la lógica de los nuevos procesos de interacción de la sociedad y sus intereses, para impulsar los resultados del negocio y mejorar la relación con clientes actuales y potenciales.

Las afirmaciones anteriores sugieren que, debe hacerse una planificación y un seguimiento detallado del contenido que se comparte en redes sociales, en el caso específico de la empresa de acondicionamiento físico, se debe compartir además de publicidad relacionada con los servicios, sus beneficios y características; información que fomente una vida saludable, el cuidado del bienestar físico y mental, y promueva en quienes reciban la publicidad, el análisis de las consecuencias de no llevar una vida saludable.

3 Módulo técnico

3.1 Tamaño del proyecto

Cuando se determina la capacidad instalada de una empresa dedicada al servicio de acondicionamientos físico, es necesario que se asigne el espacio adecuado para asegurar la cantidad requerida de equipos en las instalaciones; sin embargo, se ha hecho énfasis en que el servicio de acondicionamiento físico para mujeres en el municipio de Cereté se prestará de manera online, lo que significa que el espacio asignado dentro de las instalaciones no cobra mayor importancia. Vale la pena mencionar que la empresa contará con 5 módulos de entrenamiento que cuentan con los equipos audiovisuales necesarios para la transmisión idónea de las rutinas, y que serán utilizados por los instructores y médicos de acuerdo a los turnos programados.

Ahora bien, al ser un servicio digital, es indispensable contar con una plataforma virtual creativa e innovadora; así mismo por ser un servicio personalizado, en el que las mujeres tendrán una interacción directa con sus instructores, el recurso humano es un elemento clave para determinar la cantidad a ofertar, es decir, la cantidad de horas a ofertar del servicio depende directamente del número de instructores que laboren en la empresa.

Para su primer año de operación en el mercado ceretano, la empresa contará con 5 instructores para el acompañamiento de las rutinas deportivas y 2 profesionales (Médico y nutricionista) que se encargarán del diagnóstico y la elaboración de los planes nutricionales personalizados. Se estima que los instructores podrán realizar planes de ejercicio con un promedio de 10 mujeres por hora y que cada uno de ellos estará en capacidad de ofertar 8 horas diarias, para un total de 400 horas de servicio diario. La empresa ofertará sus

servicios 317 días al año, para un total anual de 126.800 horas de servicio, que equivale al 48,4% de la demanda insatisfecha para el primer año.

3.2 Localización

(Machicado & Quiroga, 2016) enfatizan que la localización tiene por objetivo, analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar un proyecto determinado, buscando establecer aquel que ofrece los máximos beneficios, los mejores costos, esto es, en donde se obtenga la máxima rentabilidad.

Es necesario mencionar, que a pesar de que el servicio que se ofrece permitirá a las mujeres interactuar en tiempo real, aunque exista una distancia geográficamente considerable. Se contará con instalaciones físicas, para que los instructores puedan realizar un acompañamiento idóneo y cuenten con el espacio apropiado para ello. Adicionalmente se debe tener en cuenta la cercanía con el consumidor final del servicio, porque la empresa enviará un paquete con elementos de entrenamiento básico, cuando el cliente cancele su suscripción.

Para elegir la localización macro y micro se definieron los factores determinantes para el eficiente funcionamiento de la empresa y se les asignó un valor ponderado de peso relativo, de acuerdo con la importancia que se le atribuye con respecto al servicio que se pretende ofrecer; posteriormente, se seleccionaron las alternativas de ubicación opcionales y se otorgó una calificación a cada factor, de acuerdo a una escala predeterminada de 0 a 100, finalmente la suma de las calificaciones permitió seleccionar aquella que acumule el mayor puntaje y sea considerada como la que ofrece mayores beneficios a la empresa.

3.2.1 Macrolocalización

De acuerdo con (Machicado & Quiroga, 2016) la macrolocalización tiene como propósito evaluar el sitio que ofrece las mejores condiciones para la ubicación del proyecto o empresa, ya sea en el país o en el espacio geográfico de una región determinada. Para determinar la localización óptima del servicio de acondicionamiento físico online para mujeres, será necesario tener en cuenta los siguientes factores relevantes:

Tabla 28 Macrolocalización

Factores Relevantes	PESO ASIGNADO Esc.0-1	ALTERNATIVA DE LOCALIZACIÓN					
		Cereté		San Carlos		Ciénaga de Oro	
		Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada	Calificación Esc.1-100	Calificación ponderada
ECONÓMICOS							
Desarrollo económico de la región	0,1	85	8,5	65	6,5	70	7
Vías de comunicación y transporte	0,1	90	9	70	7	75	7,5
Infraestructura de servicios públicos e internet	0,1	85	8,5	65	6,5	70	7
Medios de comunicación	0,1	80	8	75	7,5	80	8
CULTURALES							
Hábitos de consumo	0,1	70	7	70	7	80	8
POLÍTICOS							
Normas y regulaciones específicas	0,1	75	7,5	75	7,5	75	7,5
Políticas, planes y programas de desarrollo	0,1	80	8	60	6	70	7
DEMOGRÁFICOS							
Concentración del género femenino	0,2	95	19	40	8	50	10
SOCIALES							
Actitud de la comunidad empresarial	0,1	85	8,5	65	6,5	75	7,5
TOTAL	1		84		62,5		69,5

Fuente: Elaboración propia

La alternativas seleccionadas fueron los municipios de San Carlos, Cereté y Ciénaga de Oro; cómo se puede evidenciar en la tabla anterior el municipio de Cereté obtuvo una puntuación de 84, siendo superior a las otras dos alternativas, en factores determinantes como: desarrollo económico, políticas, planes y programas de desarrollo, infraestructura de servicios públicos e internet, condiciones demográficas y vías de comunicación y transporte; por lo que es considerado como la localización más rentable para la empresa.

3.2.2 Microlocalización

Por su parte, la Microlocalización es definida por (Machicado & Quiroga, 2016), como la determinación del punto preciso donde se constituirá la empresa dentro de la región; en el caso actual, dentro del municipio de Cereté. Para lograr una localización a nivel micro óptima, se evaluaron los aspectos que se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 29 Microlocalización

Factores Relevantes	Peso asignado (0-1)	Alternativa de localización					
		Norte de la ciudad		Centro de la ciudad		Sur de la ciudad	
		Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado	Calificación (0-100)	Peso ponderado
Disponibilidad de servicios públicos	0,15	90	13,5	90	13,5	90	13,5
Concentración poblacional	0,2	60	12	90	18	70	14
Cercanía con el consumidor final	0,1	65	6,5	80	8	70	7
Vías de comunicación y medios de transporte	0,15	55	8,25	90	13,5	60	9
Menos limitaciones tecnológicas	0,2	70	14	95	19	75	15
Costo de arriendo del local	0,1	80	8	70	7	80	8
Condiciones de seguridad	0,1	60	6	75	7,5	65	6,5
TOTAL	1		68,25		86,5		73

Fuente: Elaboración propia

Al elegir la ubicación dentro del municipio de Cereté, se encontró que el sitio que podría otorgar mayores beneficios a la empresa es el centro de la ciudad con un puntaje de 86,5, puesto que tiene mayor cercanía con el consumidor final, hay mayor concentración poblacional, mejores condiciones de seguridad y menores limitaciones tecnológicas.

3.3 Distribución en planta

Ilustración 3 Distribución en planta



Fuente: Elaboración propia

N°	Área
1	Recepción
2	Estacionamiento
3	Módulo 1
4	Aseo

N°	Área
5	Módulo 2
6	Baños
7	Módulo 3
8	Módulo 4

N°	Área
9	Módulo 5
10	Cafetería
11	Gerencia
12	Sala de juntas

3.4 Ficha técnica

Tabla 30 Ficha técnica acondicionamiento físico online

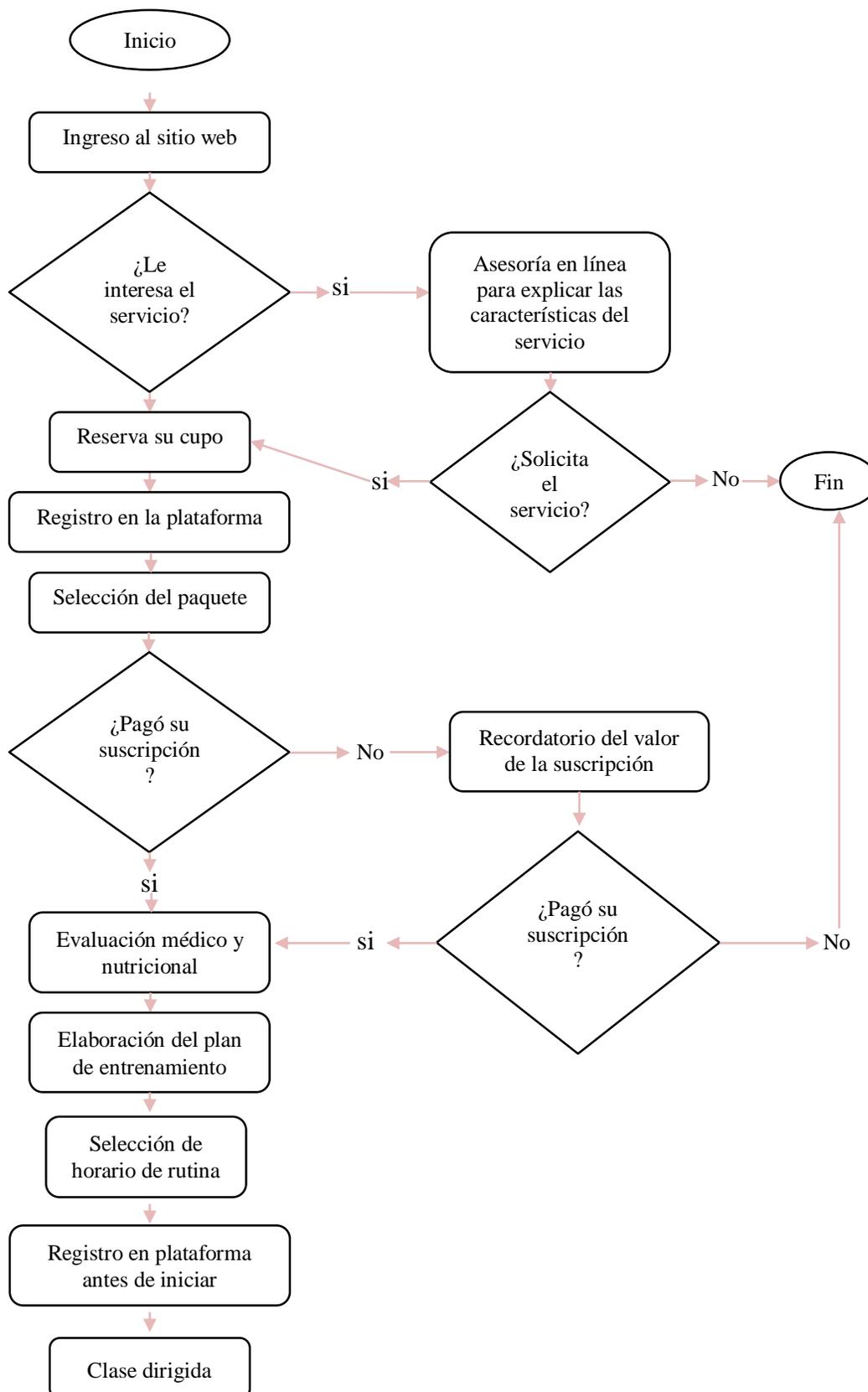
Empresa	Gymline
Nombre del servicio	Acondicionamiento Físico Online
Código CIU	8552
Descripción general	El servicio consta de acompañamiento personalizado para la elaboración de rutinas de ejercicio desde el hogar, adicionalmente las usuarias reciben una evaluación de la condición física, para planificar correctamente los objetivos perseguidos. Así mismo, acceden a la revisión y diagnóstico de un nutricionista que elaborará planes nutricionales, acordes con las necesidades de cada usuaria, y revisiones periódicas por parte de los médicos, nutricionistas y especialistas en entrenamiento, para reconocer el comportamiento de los planes propuestos y crear nuevos planes acordes a la evolución que se presente.
Objetivo	Proporcionar a las mujeres un servicio de acondicionamiento físico completo, con acompañamiento de distintos profesionales especialistas en el campo del ejercicio y la alimentación; para contribuir a las usuarias a llevar una vida saludable.
Beneficios	Disminución del estrés, ansiedad y depresión, mediante la ejercitación constante. Prevenición del desarrollo de enfermedades relacionadas con las articulaciones. Mejora del bienestar y autoestima. Disminución de la tendencia al sobrepeso y obesidad. Acceso al servicio desde la comodidad del hogar. Reducción del riesgo de padecimiento de enfermedades cardiovasculares, cáncer de colon y diabetes. Fortalecimiento de los músculos.
Usuario	Mujeres que deseen cuidar su salud, mantener una atractiva imagen corporal, bajar de peso, adquirir hábitos saludables, sin tener la necesidad de salir de casa.

Especificaciones	La suscripción anual cuenta con un beneficio adicional, relacionado con el envío a domicilio de un paquete con elementos de entrenamiento básico, útil para la realización de las rutinas de ejercicio que se llevarán a cabo en el transcurso de ese periodo.
Horarios de atención	Jornada de la mañana: 5.00 am a 11:00am Jornada de la tarde: 3:00 pm a 9:00pm
Características de las rutinas de ejercicio	Las rutinas serán diseñadas conforme a las necesidades de la usuaria, no obstante, para la ejecución de rutinas se harán las siguientes actividades: fase de calentamiento, realización de la rutina correspondiente, hidratación continua, fase de ejercicios al final de la sesión, registro diario de avances.
Capacidad de atención en tiempo real	50 usuarios.
Condiciones de entrega	Plataforma virtual

Fuente: Elaboración propia

3.5 Proceso de prestación del servicio

Ilustración 4 Flujo del proceso de prestación del servicio



3.5.1 Descripción del proceso de prestación del servicio

Ingreso al sitio Web: para iniciar la prestación del servicio de acondicionamiento físico online, las usuarias podrán ingresar al sitio web de la empresa, que contiene toda la información relacionada con el servicio, precios, horarios, instructores, términos y condiciones, entre otros aspectos que debe conocer el usuario para garantizar la calidad del servicio ofrecido.

Reserva de cupo: si la usuaria está interesada en recibir el servicio, podrá reservar su cupo de manera virtual, a través del diligenciamiento de un formulario con información personal, requerimientos, beneficios esperados. Si la usuaria ingresó al sitio web, proporcionó sus datos, pero no solicitó el servicio, recibirá una asesoría en línea o telefónica en donde la asistente de gerencia le exponga de manera detallada las características del servicio, los términos contractuales y los beneficios que podría recibir con el cumplimiento oportuno de las rutinas y los planes de nutrición.

Registro en plataforma: para recibir un servicio de calidad la empresa contará con una plataforma creativa e interactiva, donde las usuarias podrán comunicarse con el personal de la empresa, conocer información detallada de los servicios, los paquetes personalizados, entre otros aspectos relevantes; así como información útil para llevar una vida saludable.

Selección del paquete: la empresa ofertará paquetes de suscripción diarios, semanales, mensuales y anuales; de manera que el cliente podrá seleccionar el que se acomode a sus necesidades, poder adquisitivo y periodos de tiempo disponibles.

Pago: Se efectúa el cobro de la mensualidad de los servicios de acondicionamiento físico, acorde al paquete seleccionado, que puede ser pagado de manera online, ya sea por transferencia, Paypal, tarjeta crédito, tarjeta débito, consignación bancaria, entre otros.

Evaluación médico y nutricional: Para iniciar la prestación del servicio el cliente recibirá un reconocimiento, a través de una conferencia audiovisual con un médico encargado de evaluar su condición física, para planificar correctamente los objetivos perseguidos con el acondicionamiento. Posteriormente un nutricionista, realiza un diagnóstico de la condición actual de la cliente en el aspecto nutricional y elabora una propuesta donde explica paso a paso las condiciones que debe reunir el plan de nutrición sostenible y eficaz para sus necesidades, ya sea para aumentar masa muscular, para perder peso, perder la grasa corporal o alcanzar de manera eficiente la imagen y salud física esperada. Es necesario destacar que estos procesos se llevan a cabo de manera trimestral, para medir la evolución de las clientes y hacer los cambios que se consideren pertinentes.

Elaboración del plan de entrenamiento: el jefe de instructores diseña los planes de entrenamiento de cada usuaria, de acuerdo con los resultados arrojados por el diagnóstico médico y nutricional.

Selección del horario: los instructores estarán acompañando a las usuarias en dos jornadas, de 5:00 am a 11:00 am y de 3:00pm a 9:00 pm; periodo durante el cual cada una de ellas deberá elegir el lapso que se acomode a su disponibilidad de tiempo. Cuando las usuarias establezcan sus horarios, el jefe de instructores se encargará de establecer los cronogramas para cada instructor y la información de las participantes de cada una de las sesiones.

Registro de asistencia en plataforma: antes de iniciar la clase dirigida, la participante debe registrar su asistencia, para garantizar que recibirá un servicio eficiente y de calidad.

Clase dirigida: se da inicio al desarrollo de las rutinas de ejercicio, con grupos de 15 personas en cada “sala de reunión virtual”, en las que se agruparan a las participantes con características y necesidades similares, para una mayor dinámica e interactividad. Teniendo como fin el cuidado de la salud de las usuarias, el instructor ofrecerá acompañamiento audiovisual en cada una de las rutinas establecidas; para la ejecución de rutinas se harán las siguientes actividades: fase de calentamiento, realización de la rutina correspondiente, hidratación continúa, fase de ejercicios al final de la sesión, registro diario de avances.

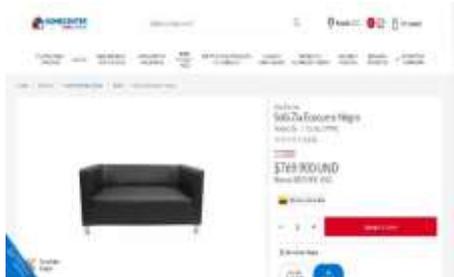
Cabe destacar que el proceso descrito, se puede repetir a partir de la suscripción de manera diaria, semanal, mensual o anual, dependiendo del paquete que solicite la usuaria del servicio.

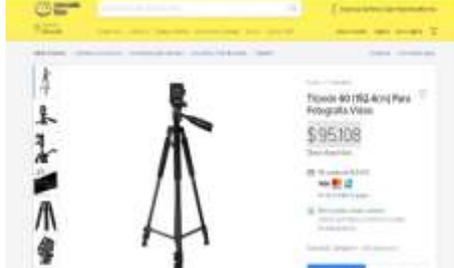
3.6 Cotización

Tabla 31 Cotización

Equipo	Unidades	Valor Uni	Valor Total	Fuente
Computador Janus Intel Celeron J4005 Linux - JANUS	5	\$ 1.181.000	\$ 5.905.000	

<p>Portatil Lenovo V330-14Arr Ryzen5 8Gb 256GbSsd Windows10Pro</p>	<p>6</p>	<p>\$ 1.949.000</p>	<p>\$11.694.000</p>	
<p>Mesa De Juntas, Mesa De Trabajo, Salas De Juntas, Mesa Think</p>	<p>1</p>	<p>\$1.850.000</p>	<p>\$1.850.000</p>	
<p>Silla Interlocutora con Brazos y Malla Negra</p>	<p>5</p>	<p>\$189.900</p>	<p>\$ 949.500</p>	
<p>Escritorio de Trabajo Vidrio Negro 120x50x73cm</p>	<p>6</p>	<p>\$259.900</p>	<p>\$ 1.559.400</p>	
<p>Silla Ejecutiva Ergonómica Paño Negro Brazos Ajustables</p>	<p>6</p>	<p>\$399.900</p>	<p>\$ 2.399.400</p>	

Sofá Zia Ecocuero Negro	1	\$769.900	\$769.900	
Aire Acondicionado Mabe Inverter 9000BTU 220V - MMI09CDBWCCCH18	3	\$1.124.562	\$3.373.686	
Ventilador Industrial 144cm 5 Aspas 5 Velocidades Blanco	6	\$159.900	\$959.400	
Juego De Sillas Y Mesas Para Bar Restaurante Cafetería Nuevo	2	\$220.000	\$440.000	
Floureon Hd 1080p Videocámara Cámara De Video Digital Dv 2.7	5	\$291.990	\$1.459.000	

Neever Kit De Luces Led Para Fotografía Y Video.	5	\$339.999	\$1.699.999	
Micrófono Inalámbrico Doble Diadema Vocal Takstar Ts6310	5	\$299.000	\$1.495.000	
Trípode 60 (152.4cm) Para Fotografía Video	5	\$95.108	\$475.540	
Kit 17 Piezas Bandas Tubulares+bandas De Ejercicio	5	\$119.900	\$599.500	

Fuente: Elaboración propia

4 Módulo organizacional

4.1 Naturaleza jurídica

La forma jurídica de la empresa de acondicionamiento físico es la sociedad de Responsabilidad Limitada ya que esta se ajusta más a sus necesidades, en la medida en que los trámites para su constitución son más simplificados, la responsabilidad es limitada al aporte de los socios, exige una estructura de capital más flexible, hay autonomía para estipular libremente las normas que más se ajusten al negocio, no es obligatorio tener junta directiva, los socios pueden regular este órgano y nombrarlo cuando lo consideren necesario, no es obligatorio crear el cargo de revisor fiscal en la constitución, ya que los socios tienen el derecho de inspeccionar directamente todos los documentos de la sociedad y esta es una las principales funciones de quienes ocupan este cargo (Cámara de Comercio de Medellín, 2020).

De acuerdo con el Código de Comercio de Colombia las características de una Sociedad Limitada son:

- a) Los socios responden hasta el monto de sus aportes. No obstante, en los estatutos podrá estipularse para todos o algunos de los socios una mayor responsabilidad (artículo 353 del Código de Comercio).
- b) El capital debe pagarse en su totalidad al momento de constituirse, como también al solemnizarse un aumento (Art. 354 del Código de Comercio).
- c) El capital se divide en cuotas de igual valor (artículo 354 del C. de Co.).
- d) La cesión de cuotas implica una reforma estatutaria (Art. 354 del C. de Co.).
- e) Mínimo de socios, 2; máximo, 25 (Art. 356 Código de Comercio).

- f) La sociedad gira bajo una denominación o razón social, seguida de la palabra “Limitada” o de la abreviatura “Ltda.” (Artículo 357 del Código de Comercio).
- g) La representación de la sociedad está en cabeza de todos los socios, salvo que éstos la deleguen en un tercero (Art. 358 del C. de Co.).
- h) En caso de muerte de uno de sus socios, la sociedad continúa con uno o más herederos, salvo estipulación en contrario (Art. 368 del C. de Co.).
- i) Es una sociedad en principio de personas, donde en efecto, los socios no desaparecen jurídicamente ante terceros, hecho que permite conocer quienes conforman el capital social.

4.2 Direccionamiento Estratégico

Partiendo de la base que el direccionamiento estratégico es de suma importancia para toda organización, al permitirle diseñar e instaurar las estrategias que van a direccionar los esfuerzos de todos los colaboradores hacia el cumplimiento de las metas y objetivos organizacionales, se diseñó el siguiente direccionamiento para Gymline:

4.2.1 Misión

Somos una empresa de acondicionamiento, que ofrece una alternativa de actividad física y nutricional personalizada, desde la comodidad del hogar; para que las usuarias del servicio puedan alcanzar sus objetivos individuales y adquirir una vida saludable sin abandonar sus obligaciones cotidianas, contamos con personal altamente calificado, orientado hacía una atención de calidad y cuya prioridad es el bienestar de las usuarias.

4.2.2 Visión

Ser la empresa líder de la región en la prestación de servicios de acondicionamiento físico en línea; reconocida por ofrecer un servicio de atención a la salud física completo y especializado, que garantiza el bienestar de las usuarias y les permite alcanzar una mejor calidad de vida.

4.2.3 Valores y principios

Compromiso: somos una empresa comprometida a contribuir al desarrollo integral de las usuarias del servicio, mediante el diseño y la aplicación de un conjunto de servicios que fortalecen su salud física y les permiten mejorar su calidad de vida.

Integridad: Respetar la integridad de nuestras usuarias es uno de los ejes fundamentales de la empresa, por lo que se creará una cultura organizacional sólida e integral, orientada en el cuidado de la salud e integridad de nuestras usuarias.

Profesionalismo: La empresa cuenta con un personal altamente calificado y disciplinado, dispuesto a servir a los clientes y guiarlos hacia el cumplimiento de los objetivos esperados en los planes de entrenamiento y nutrición.

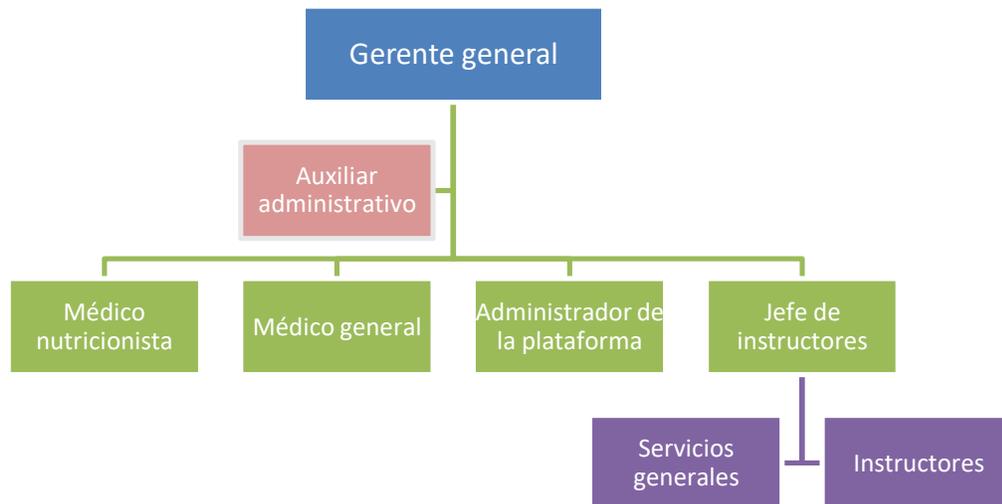
Servicio: la empresa espera servir a las mujeres del municipio de Cereté, a través de la participación proactiva en el bienestar de en su entorno personal, social y laboral.

4.3 Organigrama

Desde la posición de (Marin, 2019) una de las principales obligaciones de toda empresa es estar debidamente organizada y trabajar en armonía dentro de las mismas, para poder cumplir los objetivos propuestos, el autor añade que para alcanzar lo expuesto con anterioridad es necesario diseñar una estructura organizacional que detalle las relaciones

jerárquicas, las áreas de la empresa y las líneas de autoridad de la misma. Es por ello que para garantizar una cultura organizacional organizada y sólida, se diseñó la siguiente estructura orgánica:

Ilustración 5 Organigrama



Fuente: Elaboración propia

4.4 Manual de funciones

Tabla 32 Manual de funciones gerente general

	Manual de Funciones y Responsabilidades
DENOMINACIÓN	Gerente General
ÁREA	Administrativa
FORMACIÓN	Profesional en administración financiera.
EXPERIENCIA	Mínimo dos (2) años de experiencia relacionada.
NÚMERO DE CARGOS	1
JEFE INMEDIATO	Junta de socios
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	
Propios de la empresa	Respeto, amabilidad, honestidad, integridad, compromiso, disciplina, responsabilidad, comunicación asertiva, trabajo en equipo, adaptación al cambio.
Propios del cargo	Liderazgo, iniciativa, toma de decisiones, trabajo bajo presión, resolución de conflictos, orientación tecnológica, capacidades analíticas, visión estratégica.
OBJETIVO	
Administrar eficientemente los recursos de la empresa, dirigiendo un excelente equipo de trabajo y promoviendo la prestación de un servicio de calidad a las mujeres del municipio de Cereté.	
FUNCIONES	
1. Representar legalmente la empresa.	
2. Dirigir las actividades operativas y administrativas de la empresa.	
3. Reconocer las necesidades de financiación	
4. Gestionar las fuentes de financiación de la empresa.	
5. Definir políticas generales y específicas de la empresa.	
6. Establecer un clima organizacional sólido y buena comunicación.	
7. Elaborar en compañía del auxiliar administrativo los estados financieros y contables de la empresa.	
8. Establecer relaciones con los proveedores y clientes de la empresa.	
9. Motivar al personal de la empresa.	
10. Supervisar el desempeño eficiente del personal de la empresa.	
11. Buscar nuevos mercados y clientes objetivos.	
13. Medir la satisfacción de los clientes.	
14. Velar por el bienestar del recurso humano de la empresa.	
15. Elaborar informes de la situación de la empresa para los socios de la misma.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33 Manual de funciones auxiliar administrativo

	Manual de Funciones y Responsabilidades
DENOMINACIÓN	Auxiliar administrativo
ÁREA	Administrativa
FORMACIÓN	Técnico o tecnólogo en contabilidad y finanzas
EXPERIENCIA	Mínimo Un (1) año de experiencia relacionada.
NÚMERO DE CARGOS	1
JEFE INMEDIATO	Gerente General
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	
Propios de la empresa	Respeto, amabilidad, honestidad, integridad, compromiso, disciplina, responsabilidad, comunicación asertiva, trabajo en equipo, adaptación al cambio.
Propios del cargo	Trabajo bajo presión, organización documental, resolución de conflictos, orientación tecnológica, capacidades analíticas, habilidades numéricas.
OBJETIVO	
Desempeñar actividades de apoyo administrativo, contable y financiero al director general de la empresa.	
FUNCIONES	
1. Apoyar al gerente en la elaboración de informes contables y financieros.	
2. Ofrecer atención al cliente, por los medios dispuestos por la empresa.	
3. Apoyar al gerente en todas las actividades comerciales y administrativas de la empresa.	
4. Realizar el pago de las obligaciones comerciales y contractuales de la empresa.	
5. Organizar y archivar la documentación de la empresa.	
6. Agendar citas, reuniones y compromisos corporativos, así como redactar las actas de estos eventos.	
7. Apoyar al gerente en la supervisión de las actividades desempeñadas por el personal.	
8. Informar al gerente de cualquier novedad o anomalía que se presente en la empresa.	
9. Participar en la elaboración, justificación y análisis del presupuesto	
10. Atender y resolver consultas de sus compañeros y público en general, relacionadas con la labor de su dependencia, orientarlo o ponerlo en contacto con el personal correspondiente.	
11. Velar por el buen funcionamiento y uso de las instalaciones, equipos e instrumentos que utiliza en el desarrollo de sus actividades.	
12. Realizar demás actividades inherentes al cargo, asignadas por su superior inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 34 Manual de funciones Médico

	Manual de Funciones y Responsabilidades
DENOMINACIÓN	Médico general
ÁREA	Operativa
FORMACIÓN	Profesional en Medicina
EXPERIENCIA	Mínimo dos (2) años de experiencia relacionada.
NÚMERO DE CARGOS	1
JEFE INMEDIATO	Gerente General
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	
Propios de la empresa	Respeto, amabilidad, honestidad, integridad, compromiso, disciplina, responsabilidad, comunicación asertiva, trabajo en equipo, adaptación al cambio.
Propios del cargo	Conocimiento de la normatividad vigente, orientación tecnológica, carisma, atención al cliente, puntualidad, Sistema de Seguridad Social en Salud.
OBJETIVO	
Ejecutar actividades de diagnóstico, evaluación y supervisión del estado de salud de las usuarias de la empresa.	
FUNCIONES	
1. Practicar exámenes de medicina general a las usuarias de la empresa.	
2. Diagnosticar la situación actual de la usuaria en lo relacionado con su estado de salud.	
3. Realizar control médico a las usuarias, para determinar su evolución.	
4. Proyectar, desarrollar y recomendar las acciones que deban adoptarse para alcanzar correctamente los objetivos perseguidos con el acondicionamiento físico	
5. Administrar el archivo de las historias clínicas de las usuarias de la empresa	
6. Realizar y proponer el cronograma de atención que puede ofrecer a las usuarias.	
7. Dar cumplimiento a la normatividad con respecto a la historia clínica de las usuarias, demás registros que se deben utilizar durante la atención y la confidencialidad de la misma.	
8. Realizar demás actividades inherentes al cargo, asignadas por su superior inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35 Manual de funciones nutricionista

	Manual de Funciones y Responsabilidades
DENOMINACIÓN	Nutricionista
ÁREA	Operativa
FORMACIÓN	Profesional Nutricionista
EXPERIENCIA	Mínimo dos (2) años de experiencia relacionada.
NÚMERO DE CARGOS	1
JEFE INMEDIATO	Gerente General
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	
Propios de la empresa	Respeto, amabilidad, honestidad, integridad, compromiso, disciplina, responsabilidad, comunicación asertiva, trabajo en equipo, adaptación al cambio.
Propios del cargo	Conocimiento de la normatividad vigente, orientación tecnológica, carisma, atención al cliente, puntualidad, Sistema de Seguridad Social en Salud.
OBJETIVO	
Ejecutar acciones profesionales orientadas a brindar un tratamiento nutricional adecuado a las usuarias de la empresa.	
FUNCIONES	
1. Identificar las necesidades nutricionales de las usuarias de la empresa.	
2. Participar en el diseño, formulación, organización, ejecución y control de planes y programas de nutrición para las usuarias de la empresa.	
3. Brindar a las usuarias las estrategias y pautas de alimentación apropiadas acordes a sus necesidades, antecedentes y posibles patologías.	
4. Diagnosticar la situación actual de la usuaria en lo relacionado con su nutrición.	
5. Realizar control nutricionista a las usuarias, para determinar su evolución.	
6. Administrar el archivo de las historias clínicas nutricionales de las usuarias de la empresa.	
7. Dar cumplimiento a la normatividad con respecto a la historia clínica de las usuarias, demás registros que se deben utilizar durante la atención y la confidencialidad de la misma.	
8. Realizar demás actividades inherentes al cargo, asignadas por su superior inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 36 Manual de funciones administrador de Plataforma

	Manual de Funciones y Responsabilidades
DENOMINACIÓN	Administrador de plataforma
ÁREA	Operativa
FORMACIÓN	Profesional en ingeniería de sistemas.
EXPERIENCIA	Mínimo Un (1) año de experiencia relacionada.
NÚMERO DE CARGOS	1
JEFE INMEDIATO	Gerente General
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	
Propios de la empresa	Respeto, amabilidad, honestidad, integridad, compromiso, disciplina, responsabilidad, comunicación asertiva, trabajo en equipo, adaptación al cambio.
Propios del cargo	Liderazgo, habilidades analíticas, trabajo bajo presión, orientación tecnológica, capacidad de aprendizaje, gestión de información, competencias digitales, diseño gráfico, programación.
OBJETIVO	
Administrar la plataforma de entrenamiento online y telemedicina que se utilizarán para la prestación del servicio.	
FUNCIONES	
1. Reconocer las funcionalidades de la plataforma y mantenerse actualizado de las mismas.	
2. Orientar al personal de la empresa hacia el uso eficiente de la plataforma.	
3. Articular los lenguajes gráficos y tecnológicos de la plataforma.	
4. Ofrecer soporte a los miembros de la empresa que presenten dificultades con la plataforma durante el desempeño de sus funciones.	
Guiar a las usuarias en el uso óptimo de la plataforma.	
5. Gestionar las participaciones de las usuarias.	
6. Administrar las redes sociales de la empresa.	
7. Diseñar y administrar la plataforma web de la empresa.	
8. Analizar las métricas de la plataforma, redes sociales y página web.	
9. Informar las problemáticas, errores, anomalías o inconvenientes que presente la plataforma al centro de soporte del proveedor de la misma.	
10. Realizar demás actividades inherentes al cargo, asignadas por su superior inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 37 Manual de funciones jefe de instructores

	Manual de Funciones y Responsabilidades
DENOMINACIÓN	Jefe de instructores
ÁREA	Operativa
FORMACIÓN	Profesional en educación física y deportes.
EXPERIENCIA	Mínimo dos (2) años de experiencia relacionada.
NÚMERO DE CARGOS	1
JEFE INMEDIATO	Gerente General
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	
Propios de la empresa	Respeto, amabilidad, honestidad, integridad, compromiso, disciplina, responsabilidad, comunicación asertiva, trabajo en equipo, adaptación al cambio.
Propios del cargo	Planificación, manejo de personal, comunicación asertiva, orientación tecnológica, trabajo bajo presión, toma de decisiones.
OBJETIVO	
Planificar y coordinar las rutinas de ejercicio de acuerdo con las necesidades de las usuarias, supervisar y dirigir a los instructores hacia la prestación de un excelente servicio.	
FUNCIONES	
1. Identificar las necesidades de entrenamiento de las usuarias.	
2. Diseñar los planes de entrenamiento acorde con las necesidades de las usuarias.	
3. Supervisar el desempeño eficiente de las funciones del personal a su cargo.	
4. Clasificar los grupos de usuarias que participarán en la misma sala de conferencia.	
5. Diseñar los cronogramas de actividades y los horarios de los instructores.	
6. Realizar control a los planes de entrenamiento formulados.	
7. Elaborar informes trimestrales de la evolución de las usuarias.	
8. Realizar demás actividades inherentes al cargo, asignadas por su superior inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 38 Manual de funciones instructor

	Manual de Funciones y Responsabilidades
DENOMINACIÓN	Instructor
ÁREA	Operativa
FORMACIÓN	Técnico o profesional en educación física y deportes.
EXPERIENCIA	Mínimo un (1) año de experiencia relacionada.
NÚMERO DE CARGOS	5
JEFE INMEDIATO	Jefe de instructores
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	
Propios de la empresa	Respeto, amabilidad, honestidad, integridad, compromiso, disciplina, responsabilidad, comunicación asertiva, trabajo en equipo, adaptación al cambio.
Propios del cargo	Motivación, entusiasmo, carisma, puntualidad, expresión motora, actitud positiva, productividad.
OBJETIVO	
Impartir y controlar las técnicas de entrenamiento físico, orientando a las usuarias hacia el desarrollo eficiente de sus rutinas de acondicionamiento físico y ofreciéndoles un acompañamiento constante y personalizada.	
FUNCIONES	
1. Impartir los conocimientos y técnicas necesarias para el desarrollo eficiente de las rutinas de acondicionamiento.	
2. Ejecutar las rutinas de entrenamiento asignadas a las usuarias de la empresa.	
3. Entrenar y brindar la orientación necesaria sobre el desarrollo de las rutinas.	
4. Observar el cumplimiento de las instrucciones propuestas.	
5. Motivar a las usuarias para el buen rendimiento durante la actividad física.	
6. Supervisar los tiempos de cada sesión de acondicionamiento.	
7. Evaluar el rendimiento de las usuarias.	
8. Brindar consejos para la mejora del desempeño.	
9. Mantener el orden y la disciplina.	
10. Llevar un seguimiento del progreso físico de las usuarias.	
11. Realizar demás actividades inherentes al cargo, asignadas por su superior inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39 Manual de funciones servicios generales

	Manual de Funciones y Responsabilidades
DENOMINACIÓN	Servicios generales
ÁREA	Operativa
FORMACIÓN	Bachiller académico
EXPERIENCIA	Mínimo seis meses de experiencia relacionada.
NÚMERO DE CARGOS	1
JEFE INMEDIATO	Jefe de instructores
CONOCIMIENTOS Y HABILIDADES	
Propios de la empresa	Respeto, amabilidad, honestidad, integridad, compromiso, disciplina, responsabilidad, comunicación asertiva, trabajo en equipo, adaptación al cambio.
Propios del cargo	Organización, higiene, calidez, orden, puntualidad, conocimientos en normas de sanidad y bioseguridad.
OBJETIVO	
Mantener las instalaciones de la empresa en condiciones de limpieza y organización.	
FUNCIONES	
Asear y desinfectar las instalaciones de la empresa.	
Lavar y desinfectar todos los baños, lavamanos y servicios sanitarios.	
Mantener los baños dotados de los insumos y materiales necesarios.	
Limpiar accesorios y mobiliario de la empresa.	
Clasificar y almacenar los residuos sólidos producidos por la empresa.	
Vigilar que las instalaciones de la empresa se mantengan en perfectas condiciones de orden y limpieza.	
Cumplir con las normas de sanidad reglamentarias.	
Preparar y/o servir los alimentos requeridos (agua, café, etc.).	
Realizar el listado de los requerimientos de insumos de limpieza y cafetería.	
Informar a su jefe inmediato cualquier dificultad, anomalía o accidente, inmediatamente después de ocurrido.	
Realizar demás actividades inherentes al cargo, asignadas por su superior inmediato.	

Fuente: Elaboración propia

5 Módulo de Impacto social, económico y ambiental

5.1 Impacto Social

La obesidad y el sobrepeso son problemas de salud mundial que han incrementado durante los últimos años, porque aumentan el riesgo de tener dolencias letales y ponen en riesgo la vida de quien las padece. Es por ello que se puede observar que “estos padecimientos han alcanzado proporciones epidémicas a nivel mundial, y cada año mueren, como mínimo, 2,8 millones de personas a causa de obesidad y sobrepeso” (OMS, 2017).

Ahora bien, en Colombia el panorama es el mismo, las cifras de obesidad y sobrepeso han tenido un enorme crecimiento durante los últimos años, citando a (El Tiempo, 2019), “en Colombia, más de la mitad de los adultos entre 18 y 64 años (56 %) están en condición de sobrepeso u obesidad”. De ahí que, para muchos individuos el control de su peso constituye una de sus principales preocupaciones.

Adicionalmente, los niveles de inactividad física a nivel mundial son demasiado elevados y la inactividad se ha convertido en uno de los principales factores de riesgo asociado a mortalidad, como dio a conocer la (OMS, 2020), por lo menos un 60% de la población mundial no realiza la actividad física necesaria para obtener beneficios para la salud. Según el autor esto se debe principalmente a la insuficiente participación en la actividad física durante el tiempo de ocio y a un aumento de los comportamientos sedentarios durante las actividades laborales y domésticas de las personas.

Por todo lo anterior, la creación de empresa dedicada a la prestación del servicio de acondicionamiento físico online, permite ofrecer una alternativa de actividad física desde el hogar, incentivando los buenos hábitos, promoviendo en la población el análisis sobre los

posibles efectos de no llevar una vida saludable y disminuyendo los riesgos de mortalidad que puede ocasionar la inactividad física. Lo que sin lugar a dudas podrá contribuir a la población femenina, porque la salud es un elemento indispensable para mejorar la calidad de vida.

Agregando a lo anterior, la actividad física tiene influencia en el individuo tanto a nivel físico como mental. Según (Barbosa & Urrea, 2018) el ejercicio produce beneficios psicológicos y sociales, importantes tanto a nivel terapéutico como preventivo, permite la tolerancia al estrés, mejora del autoconcepto y la autoestima, aumenta la sensación de bienestar y mejora los procesos de socialización. Por lo que, se considera de gran impacto para el desarrollo personal, laboral, familiar y social de las mujeres del municipio.

5.2 Impacto Económico

El impacto económico está directamente relacionado con la generación de nuevas fuentes de empleos directos e indirectos para los habitantes del municipio, lo que permitirá disminuir el nivel de desempleo y crear diversas oportunidades para el sostenimiento y la adquisición de condiciones de vida dignas; lo que contribuye a la región en el ámbito económico y social, porque “el empleo productivo y decente es la vía hacia el crecimiento y la diversificación de las economías. La base para impulsar la prosperidad, la inclusión y la cohesión social de manera sostenible y creciente” (OIT, 2015, pág. 1).

Al mismo tiempo, la empresa requiere de ciertos insumos y materiales necesarios para el desarrollo de sus actividades, los cuales serán adquiridos de proveedores locales para fortalecer la industria y el comercio del municipio.

5.3 Impacto Ambiental

La empresa no generará ningún impacto negativo sobre el entorno en el que se pretende constituir; por el contrario, podría beneficiar enormemente a los procesos de gestión ambiental del municipio, porque al tratarse de un servicio de carácter virtual, se contribuye enormemente a la protección del medio ambiente, ya que los usuarios podrán acceder al servicio sin tener que desplazarse a un lugar específico, con lo que se reduce la movilidad y las emisiones de GEI provocados por el transporte.

Adicionalmente, la empresa construirá una cultura ambiental empresarial, preocupada por su entorno y participando en actividades orientadas a su cuidado y preservación. Tales como, la reforestación, el ahorro del consumo energético y recursos naturales, el tratamiento eficiente de residuos, la reutilización de papel, entre otros.

6 Módulo financiero

En este apartado del trabajo se estudió la factibilidad de la puesta en marcha de la empresa desde el punto de vista financiero, a partir de la información de mercado, técnica y organizacional, que determinó los recursos técnicos, tecnológicos y humanos, necesarios para el funcionamiento de la empresa; para ello, se evaluó el flujo neto del proyecto de inversión, utilizando indicadores de evaluación como el Valor Presente Neto, la Tasa Interna de Retorno y La Relación Beneficio/Costo.

6.1 Inversiones fijas

Tabla 40 Inversión en obras físicas

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Construcciones y edificaciones	1	95.000.000	95.000.000	45
Adecuaciones	1	10.000.000	10.000.000	45
Total			\$ 105.000.000	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 41 Inversión en maquinaria y equipo

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Computador Janus Intel	5	1.181.000	5.905.000	5
Software	1	5.000.000	5.000.000	5
Plataforma Moodle	1	8.000.000	8.000.000	5
Portátil Lenovo V330	6	1.949.000	11.694.000	5
Floureon Hd 1080p			1.459.950	5
Videocámara	5	291.990	1.459.950	5
Neewer Kit De Luces	5	339.999	1.699.995	5
Micrófono Inalámbrico	5	299.000	1.495.000	5
Trípode 60 (152.4cm)	5	95.108	475.540	5
Kit de piezas de ejercicio	5	119.900	599.500	5
Total			\$ 36.328.985	

Fuente: Elaboración propia

Partiendo de la premisa que el servicio, por su naturaleza en línea, no requiere de maquinaria y equipo como caminadores, máquinas de ejercicio, etc, sino que se utilizarán elementos prácticos como pelotas, bandas, entre otros; la inversión en maquinaria y equipo está conformada principalmente por los equipos mencionados, el software y el equipo de computación, comunicación y filmación, que permitirá que exista una comunicación en tiempo real, con las usuarias del servicio; estos activos generan una inversión de \$36.328.985.

Tabla 42 Inversión en muebles y enseres

Detalle de Inversión	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total	Vida Útil Años
Mesa De Juntas	1	1.850.000	1.850.000	10
Silla Interlocutora con Brazos	5	189.900	949.500	10
Escritorio de Trabajo Vidrio Negro	6	259.900	1.559.400	10
Silla Ejecutiva Ergonómica	6	399.900	2.399.400	10
Sofá Zia Ecocuero Negro	1	769.900	769.900	10
Aire Acondicionado Mabe Inverter	3	1.124.562	3.373.686	10
Ventilador Industrial	6	159.900	959.400	10
Juego De Sillas para Cafetería	2	220.000	440.000	10
Total			12.301.286	

Fuente: Elaboración propia

En la tabla anterior se muestran los muebles y enseres que se utilizarán para equipar las instalaciones y otorgar la comodidad necesaria para que los miembros de la empresa puedan desempeñar sus funciones administrativas u operativas, para un total de \$12.301.286.

6.2 Inversiones diferidas

Tabla 43 Inversión en activos intangibles

Detalle de Inversión	Costo total
Estudio de prefactibilidad	1.200.000
Estudio de factibilidad	2.000.000
Tramites y licencias	2.500.000
Montaje y puesta en marcha	1.000.000
Gastos de organización	2.100.000
Imprevistos	1.700.000
Total Inversión en Activos Intangibles	10.500.000

Fuente: Elaboración propia

Las inversiones que se muestran en la tabla anterior, deberán ser efectuadas en el periodo previo a la operación de la empresa, para llevar a cabo su montaje y puesta en marcha.

6.3 Distribución de costos

Tabla 44 Costo de mano de obra

Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones Sociales	Costo total
Mano de Obra Directa				
Instructores (5)	7.500.000	90.000.000	46.236.600	136.236.600
Médico	3.000.000	36.000.000	18.995.760	54.995.760
Nutricionista	3.000.000	36.000.000	18.995.760	54.995.760
Jefe de instructores	2.500.000	30.000.000	15.255.600	45.255.600
Subtotal MOD				246.228.120
Mano de Obra Indirecta				
Ingeniero	2.000.000	24.000.000	12.204.480	36.204.480
Serv. generales	1.100.000	13.200.000	6.781.368	19.981.368
Subtotal MOI				56.185.848
Total				302.413.968

Fuente: Elaboración propia

El primer componente del costo, que se estudia en este apartado, es la mano de obra, conformada por la mano de obra directa e indirecta, la primera relacionada con el personal

que realizará el acompañamiento personalizado a las usuarias del servicio, y la segunda conformada por el personal que participa de manera indirecta en la prestación de este. Las prestaciones sociales fueron calculadas con un sobre costo en términos porcentuales, que varía conforme a la actividad que va a desempeñar cada empleado; el médico y nutricionista recibirán un porcentaje de prestaciones de 52,77%, con un ARL tipo III; los instructores y servicios generales, un sobre costo de 51,37%, con ARL II; el ingeniero y jefe de instructores con un 50,85% por ARL de nivel I.

Tabla 45 Costo de servicios primer año de operación

Servicios	Unidad de medida	Cantidad	Costo Unitario	Costo Total
Internet	Gb	12	420.000	5.040.000
Energía	Kw/Hora	12	350.000	4.200.000
Acueducto y alcantarillado	M3	12	150.000	1.800.000
Teléfono	Impulso	12	120.000	1.440.000
Gas natural	Kw/Hora	12	110.000	1.320.000
Total				13.800.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 46 Gasto por depreciación

Activos	Vida Útil	Costo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor Residual
Construcciones y edificaciones	45	95000000	2.111.111	2.111.111	2.111.111	2.111.111	2.111.111	84.444.444
Adecuaciones	45	10000000	222.222	222.222	222.222	222.222	222.222	8.888.889
Computador Janus Intel	5	5.905.000	1.181.000	1.181.000	1.181.000	1.181.000	1.181.000	-
Software	5	5.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	-
Plataforma Moodle	5	8.000.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	1.600.000	-
Portátil Lenovo V330	5	11.694.000	2.338.800	2.338.800	2.338.800	2.338.800	2.338.800	-
Floureon Hd 1080p Videocámara	5	1.459.950	291.990	291.990	291.990	291.990	291.990	-
Neewer Kit De Luces	5	1.699.995	339.999	339.999	339.999	339.999	339.999	-
Micrófono Inalámbrico	5	1.495.000	299.000	299.000	299.000	299.000	299.000	-
Trípode 60 (152.4cm)	5	475.540	95.108	95.108	95.108	95.108	95.108	-

Kit de piezas de ejercicio	5	599.500	119.900	119.900	119.900	119.900	119.900	-
Mesa De Juntas	10	1.850.000	185.000	185.000	185.000	185.000	185.000	925.000
Silla Interlocutora con Brazos	10	949.500	94.950	94.950	94.950	94.950	94.950	474.750
Escritorio de Trabajo Vidrio Negro	10	1.559.400	155.940	155.940	155.940	155.940	155.940	779.700
Silla Ejecutiva Ergonómica	10	2.399.400	239.940	239.940	239.940	239.940	239.940	1.199.700
Sofá Zia Ecocuero Negro	10	769.900	76.990	76.990	76.990	76.990	76.990	384.950
Aire Acondicionado Mabe Inverter	10	3.373.686	337.369	337.369	337.369	337.369	337.369	1.686.843
Ventilador Industrial	10	959.400	95.940	95.940	95.940	95.940	95.940	479.700
Juego De Sillas para Cafetería	10	440.000	44.000	44.000	44.000	44.000	44.000	220.000
Total			8.495.926	8.495.926	8.495.926	8.495.926	8.495.926	6.150.643

Fuente: Elaboración propia

La tabla anterior muestra la pérdida de valor de los activos de la empresa, año tras año; su cálculo se realizó a través del método de línea recta, esto es, una pérdida de valor homogénea cada año.

Tabla 47 Remuneración al personal administrativo

Cargo	Remuneración Mensual	Remuneración Anual	Prestaciones Sociales	Remuneración Total Anual
Director general	4.000.000	48.000.000	24.408.000	72.408.000
Asistente Adm.	1.400.000	16.800.000	8.542.800	25.342.800
Total				97.750.800

Fuente: Elaboración propia

El personal administrativo está conformado por el personal cuya actividad está relacionada con la planificación, organización, coordinación, dirección y control de las actividades de la empresa; el sobrecosto a la remuneración anual fue calculado con una cifra porcentual del 50,88% que equivale a las prestaciones sociales.

Tabla 48 Otros gastos administrativos

Detalle	Costo Mensual	Costo Anual
Elementos de aseo y Cafetería	500.000	6.000.000
Industria y comercio	2.400.000	28.800.000
Útiles y Papelería	300.000	3.600.000
Total		38.400.000

Fuente: Elaboración propia

Tabla 49 Gastos de venta

Detalle	Costo anual	Observación
Publicidad		
Redes sociales	3.600.000	
Google Ads	5.400.000	
Total	9.000.000	

Fuente: Elaboración propia

Los gastos de venta están relacionados con el pago de publicidad en redes sociales y Google, para la difusión de la información relacionada con el servicio, lo que permitirá persuadir a los clientes hacia el uso del mismo para alcanzar una vida saludable, este gasto es equivalente a \$9.000.000.

Tabla 50 Amortización de gastos diferidos

Activos	Plazo de Amortización	Costo	Valor Anual a Amortizar				
			1	2	3	4	5
Estudio de prefactibilidad	5	1.200.000	240.000	240.000	240.000	240.000	240.000
Estudio de factibilidad	5	2.000.000	400.000	400.000	400.000	400.000	400.000
Tramites y licencias	5	2.500.000	500.000	500.000	500.000	500.000	500.000
Montaje y puesta en marcha	5	1.000.000	200.000	200.000	200.000	200.000	200.000
Gastos de organización	5	2.100.000	420.000	420.000	420.000	420.000	420.000

Imprevistos	5	1.700.000	340.000	340.000	340.000	340.000	340.000
Total Gastos Pre-operativos.		10.500.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000

Fuente: Elaboración propia

Los gastos diferidos en que incurrió la empresa para la puesta en marcha de operación, son amortizados en la tabla anterior, alcanzando un valor anual de \$2.100.000.

Resumiendo las tablas anteriores, a continuación, se muestra la distribución de los costos de la empresa, en costos fijos y variables; haciendo alusión con los primeros a aquellos desembolsos que se efectúan independientemente de si las ventas aumentan o disminuyen; y con los segundos a los que se encuentran íntimamente ligados a la variación de las ventas.

Tabla 51 Distribución de costos

Detalle	Costos	Costos Totales	
		Costos Fijos	Costos Variables
Costos de Producción.			
M de O. Directa	246.228.120		246.228.120
Mano de O. Indirecta	56.185.848	56.185.848	
Servicios	13.800.000		13.800.000
Depreciación	8.495.926	8.495.926	
SUBTOTAL	324.709.894	64.681.774	260.028.120
Gastos de Adm.			
Sueldos y Prestac.	97.750.800	97.750.800	
Otros Gast. Adm.	38.400.000	38.400.000	
Amortización.	2.100.000	2.100.000	
SUBTOTAL	138.250.800	138.250.800	
Gastos de ventas			
Publicidad	9.000.000	9.000.000	
SUBTOTAL	9.000.000	9.000.000	
Total	471.960.694	211.932.574	260.028.120

Fuente: Elaboración propia

6.4 Punto de equilibrio

(Arevalo, 2017), señala que el punto de equilibrio es un análisis contable que permite conocer en qué nivel de actividad, un determinado producto o servicio, comienza a generar utilidad, dicho con otras palabras, arroja el valor en unidades o dinero que debe vender una empresa, para que sus ingresos sean equivalentes a sus costos, sin que se incurra en pérdidas, es decir, alcanzando una utilidad de cero.

A continuación, se calcula el punto de equilibrio en unidades para la empresa de acondicionamiento físico online, para ello, se utilizó la siguiente fórmula:

$$CT = CF + CV$$

$$Cu = \frac{CT}{Q}$$

$$Cvu = \frac{Cv}{Q}$$

$$Pe = \frac{CF}{Pvu - Cvu}$$

$$Pvu = Cu \frac{Cu \times M}{1 - m}$$

Dónde:

Pe = Punto de equilibrio

CT = Costos Totales

Pvu = Precio de Venta Unitario

$Cvu = \text{Costo Variable Unitario}$

$Cf = \text{Costos fijos}$

$Cv = \text{Costos Variables}$

$Q = \text{Cantidad}$

Si reemplazamos valores, obtenemos:

$$CT = 211.932.574 + 260.028.120$$

$$CT = 471.960.694$$

$$Cu = \frac{471.960.694}{126.800}$$

$$Cu = 3.722$$

$$Cvu = \frac{260.028.120}{126.800}$$

$$Cvu = 2.051$$

$$Pvu = 3.722 \frac{3.722 \times 0,2}{1 - 0,8}$$

$$Pvu = 4.653$$

$$Pe = \frac{211.932.574}{4.653 - 2.051}$$

$$Pe = 81.453$$

Tabla 52 Punto de equilibrio

Costo unitario	Costos Totales	Precio de venta unitario	Costo variable unitario	Punto de Equilibrio
3.722	471.960.694	4.653	2.051	81.453

Fuente: Elaboración propia

6.5 Capital de trabajo

El capital de trabajo está conformado por los activos corrientes de la empresa, que son considerados recursos imprescindibles para su operación (Durán, 2011). Para su cálculo se utilizó la siguiente fórmula:

Tabla 53 Cálculo del capital de trabajo

Costo de producción – depreciación	316.213.968
Gastos de administración - amortización	136.150.800
Gastos de venta	9.000.000
Costo de operación anual	461.364.768
Costo de operación diaria	1.281.569
Ciclo operativo	26,4
Inversión en Capital de trabajo	33.833.416

Fuente: Elaboración propia

Tabla 54 Inversión en capital de trabajo

Detalle	Años				
	0	1	2	3	4
Capital de trabajo	33.833.416	1.150.336	1.189.448	1.229.889	1.271.705
Valor residual Capital de trabajo		34.983.752	36.173.200	37.403.089	38.674.794

Fuente: Elaboración propia

Como se mencionó con anterioridad el capital de trabajo está constituido por el activo circulante que requiere la empresa para el desempeño eficiente de su operación; las

adiciones que se muestran año tras año en la tabla anterior fueron calculados con el índice de inflación de Colombia, para el año 2019 (3,4%) (Banco Mundial, 2020).

6.6 Flujo neto de inversión

El flujo neto de inversión que se muestra a continuación, está constituido por la inversión en activos fijos e intangibles indispensables para el montaje de la empresa, el capital de trabajo que se requiere para su funcionamiento durante un periodo equivalente a cinco años, y el valor residual de los activos al pasar los cinco años estudiados.

Tabla 55 Programa de inversión fija del proyecto

Concepto	Años				
	1	2	3	4	5
Activos fijos tangibles					
Obras físicas	105.000.000				
Maquinaria y equipo	36.328.985				
Muebles y enseres	12.301.286				
Subtotal	153.630.271				
Activos Diferidos					
Gastos Pre-operativos	10.500.000				
Subtotal	10.500.000				
Total Inversión Fija	164.130.271				

Fuente: Elaboración propia

Tabla 56 Programa de inversión

Concepto	Años					
	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	164.130.271					
Capital de trabajo	33.833.416	1.150.336	1.189.448	1.229.889	1.271.705	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 57 Valor residual de activos

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Activos de producción					6.150.643
Vr. Residual Capital de Trabajo					38.674.794
Total Vr. Residual					44.825.437

Fuente: Elaboración propia

Tabla 58 Flujo neto de inversiones

Concepto	0	1	2	3	4	5
Inversión fija	(164.130.271)					
Capital de trabajo	(33.833.416)	(1.150.336)	(1.189.448)	(1.229.889)	(1.271.705)	
Valor residual						44.825.437
Inversiones	(197.963.687)	(1.150.336)	(1.189.448)	(1.229.889)	(1.271.705)	44.825.437

Fuente: Elaboración propia

6.7 Proyecciones financieras

Las proyecciones financieras se llevaron a cabo con el propósito de reconocer el desenvolvimiento que tendrá la empresa durante un horizonte de planeación de cinco años, para su ejecución se tomaron los valores obtenidos durante el primer año de operación y se proyectaron con el índice de inflación de Colombia para el año 2019 (3,4%) (Banco Mundial, 2020).

Tabla 59 Presupuesto de ingresos

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas	589.950.867	610.009.196	630.749.509	652.194.992	674.369.622
Total Ingreso	589.950.867	610.009.196	630.749.509	652.194.992	674.369.622

Fuente: Elaboración propia

Para la proyección de las ventas se utilizó un escenario conservador, en el que las cantidades del servicio vendidas sean iguales durante los próximos cinco años, el aumento que se puede evidenciar en la tabla, se realizó con base en la inflación.

Tabla 60 Presupuesto de costo de producción

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Costos directos					
Mano de obra directa	246.228.120	254.599.876	263.256.272	272.206.985	281.462.023
Depreciación	8.495.926	8.495.926	8.495.926	8.495.926	8.495.926
Subtotal costo directo	254.724.046	263.095.802	271.752.197	280.702.911	289.957.948
Gastos generales de fab.					
Mano de obra Indirecta	56.185.848	58.096.167	60.071.437	62.113.865	64.225.737
Servicios	13.800.000	14.269.200	14.754.353	15.256.001	15.774.705
Subtotal	69.985.848	72.365.367	74.825.789	77.369.866	80.000.442
Total	324.709.894	335.461.169	346.577.987	358.072.777	369.958.390

Fuente: Elaboración propia

Tabla 61 Presupuesto de gastos de administración

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Sueldos y prestaciones	97.750.800	101.074.327	104.510.854	108.064.223	111.738.407
Otros gastos de administración	38.400.000	39.705.600	41.055.590	42.451.480	43.894.831
Amortización	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000
Total	134.050.800	138.679.927	143.466.445	148.415.704	153.533.238

Fuente: Elaboración propia

Tabla 62 Presupuestos de gastos de venta

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Publicidad	9.000.000	9.306.000	9.622.404	9.949.566	10.287.851
Total	9.000.000	9.306.000	9.622.404	9.949.566	10.287.851

Fuente: Elaboración propia

Tabla 63 Presupuesto de costos operacionales

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Costos de producción	324.709.894	335.461.169	346.577.987	358.072.777	369.958.390
Gastos de administración	134.050.800	138.679.927	143.466.445	148.415.704	153.533.238
Gastos de ventas	9.000.000	9.306.000	9.622.404	9.949.566	10.287.851
Total Cost. Oper.	467.760.694	483.447.096	499.666.835	516.438.046	533.779.479

Fuente: Elaboración propia

La tabla anterior resume los valores obtenidos en las tablas 60, 61 y 62, que proyectan los costos de producción, gastos de administración y gastos de venta respectivamente.

Tabla 64 Presupuesto de gastos financieros

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Abono a capital	12.243.750	13.823.193	15.606.385	17.619.609	19.892.538
Intereses	10.214.926	8.635.483	6.852.291	4.839.067	2.566.137
Total Gastos financieros	22.458.676	22.458.676	22.458.676	22.458.676	22.458.676

Fuente: Elaboración propia

6.8 Flujo neto de operación

Tabla 65 Flujo neto de operaciones

Detalle	Años				
	1	2	3	4	5
Ingresos operacionales	589.950.867	610.009.196	630.749.509	652.194.992	674.369.622
Egresos operacionales	467.760.694	483.447.096	499.666.835	516.438.046	533.779.479
Utilidad operacional	122.190.173	126.562.101	131.082.674	135.756.946	140.590.144
Gastos financieros	22.458.676	22.458.676	22.458.676	22.458.676	22.458.676
UAI	99.731.498	104.103.425	108.623.998	113.298.270	118.131.468
Impuestos (32%)	31.914.079	33.313.096	34.759.679	36.255.446	37.802.070
UTILIDAD NETA	67.817.418	70.790.329	73.864.319	77.042.824	80.329.398
Más depreciación	8.495.926	8.495.926	8.495.926	8.495.926	8.495.926
Más amortización	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000
Beneficio Neto	78.413.344	81.386.255	84.460.244	87.638.749	90.925.324

Fuente: Elaboración propia

El anterior cuadro muestra el beneficio neto que se genera por la operación de la empresa de acondicionamiento físico online, en el municipio de Cereté. Su cálculo se efectuó descontando los egresos operacionales del valor obtenido por los ingresos correspondientes a la proyección de ventas (ver tabla 59), durante los cinco años estudiados; seguidamente se disminuyó el porcentaje equivalente a impuesto de renta; y finalmente se adicionó la depreciación y amortización de los activos.

6.9 Flujo neto del plan de negocios

Tabla 66 Flujo neto del proyecto

Detalle	Años					
	0	1	2	3	4	5
Flujo neto de inversión	(197.963.687)	(1.150.336)	(1.189.448)	(1.229.889)	(1.271.705)	44.825.437
Flujo Neto de Operación.		78.413.344	81.386.255	84.460.244	87.638.749	90.925.324
Flujo Neto del Proyecto	(197.963.687)	77.263.008	80.196.807	83.230.355	86.367.044	135.750.761

Fuente: Elaboración propia

Para finalizar, se determina el flujo neto del proyecto, cuyos resultados permitirán evaluar el proyecto en términos financieros y determinar la factibilidad del mismo. El flujo neto del proyecto está dado por la diferencia entre el beneficio neto que genera la operación de la empresa (ver tabla 65), y los desembolsos que debe efectuar a lo largo de los cinco años estudiados para su funcionamiento (ver tabla 58).

6.10 Evaluación financiera: VPN, TIR, RB/C

Para la evaluación financiera de una empresa dedicada a la prestación del servicio de acondicionamiento físico online en el municipio de Cereté, se utilizaron como métodos de evaluación el Valor Presente Neto, la Tasa Interna de Retorno y la Relación Beneficio/Costo; los resultados obtenidos en esta evaluación, se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 67 Evaluación financiera

VPN	\$ 55.405.045,29
TIR	33,27%
R B/C	2,34

Fuente: Elaboración propia

El primer método utilizado fue el Valor Presente Neto (VPN), definido por (Carrillo, 2016) como un indicador que mide la deseabilidad de un proyecto en términos absolutos, comparando el valor actual de los flujos netos de entradas y salidas de efectivo que ocurren durante la vida del proyecto a una tasa de interés fija o tasa de descuento; así mismo, el autor manifiesta que el criterio de aceptación de este indicador es que sea superior o igual a cero. Para su cálculo se utilizó una tasa de descuento del 20% que es la rentabilidad mínima requerida por el inversionista; cómo se puede observar en la tabla arrojó un valor de \$55.405.045,29 lo que significa que el proyecto es viable en términos de esta metodología al alcanzar un valor superior a cero.

En segundo lugar se utilizó la Tasa Interna de Retorno (TIR), definida por (Salinas, 2015) como la tasa de rendimiento que hace que el VAN sea igual a cero y que permite determinar la viabilidad de un proyecto de inversión comparándola con la ganancia mínima esperada; de ahí que, el autor alude que su criterio de aceptación es que, si es mayor a la tasa de descuento o tasa de interés de oportunidad, se debe aceptar el proyecto. Considerando esta afirmación el proyecto en curso es factible y debe ser aceptado, por arrojar una TIR de 33,27%, que supera la tasa de descuento del 20%.

Finalmente se utilizó la Relación Beneficio Costo postulado por (Lara, 2017) como una técnica utilizada para evaluar proyectos de inversión que consiste en comparar los costos asociados a la realización de un proyecto con los beneficios financieros que producirá este mismo, es decir, muestra los beneficios que se generan por cada peso invertido en el proyecto. Para su cálculo se dividieron los ingresos y egresos netos, resultando un beneficio de \$2,34 por cada peso invertido.

7 Fuentes de financiación

El montaje y puesta en marcha de una empresa de acondicionamiento físico en línea en el municipio de Cereté Córdoba, requiere una inversión inicial de \$197.963.687. Su estructura de financiamiento se constituye de un crédito del 40% de la inversión (\$79.185.475), a una tasa de interés efectiva de 13%; y el 60% restante corresponde a recursos propios, aportados por las dos socias del proyecto en igualdad de condiciones. En la siguiente tabla se muestra la anualidad del crédito y la amortización de la deuda.

Tabla 68 Amortización de la deuda

Año	Cuota	Interés	Abono a capital	Saldo
-				79.185.475
1	22.458.676	10.214.926	12.243.750	66.941.725
2	22.458.676	8.635.483	13.823.193	53.118.532
3	22.458.676	6.852.291	15.606.385	37.512.147
4	22.458.676	4.839.067	17.619.609	19.892.538
5	22.458.676	2.566.137	19.892.538	-

Fuente: Elaboración propia

8 Conclusiones

En virtud de los resultados obtenidos en el estudio de factibilidad de la creación de una empresa dedicada a la prestación del servicio de acondicionamiento físico en línea en el municipio de Cereté, Córdoba, fue posible llegar a las siguientes conclusiones.

✓ La investigación de mercado, permitió considerar que existe un enorme número de mujeres en el municipio que están siendo desatendidas por los establecimientos que ofrecen servicios de entrenamiento o gimnasia, muchas de ellas muestran insatisfacción por la falta de acompañamiento y atención personalizada, y prefieren realizar sus rutinas de ejercicio desde la comodidad y la tranquilidad de su hogar. Es por esta razón que el 91% de las mujeres entrevistadas manifestaron estar dispuestas a adquirir un servicio especializado, que integre las rutinas de ejercicio con el acompañamiento médico y nutricional, y les pueda garantizar mejores resultados en materia de bienestar corporal.

✓ La conexión a internet en las áreas del municipio que se encuentran ubicadas en los estratos socioeconómicos 3, 4 y 5, es bastante elevada, la investigación de mercado arrojó que el 95% de estos hogares se encuentran conectados a internet de banda ancha, lo que se convierte en una oportunidad para comercializar servicios que puedan ser suministrados a través de este medio; sin dejar de lado la parte humana y el acompañamiento personalizado, para que los usuarios puedan sentirse atendidos y parte de un equipo de trabajo que involucre sus intereses y necesidades.

✓ Con el desarrollo del estudio técnico se determinó la capacidad instalada de la empresa, de acuerdo con los equipos de comunicación y la mano de obra que se encargará de la atención en tiempo real de las usuarias del servicio, alcanzando un tamaño de 126.800

horas de servicio en el año, con lo que se alcanza a cubrir el 48,4% de la demanda insatisfecha del mercado.

✓ Con respecto al estudio organizacional, se seleccionó como figura societaria la Sociedad de Responsabilidad Limitada, por la simplicidad de los trámites de constitución, el grado de responsabilidad limitado al aporte de los socios, la flexibilidad de la estructura de capital y la autonomía para estipular libremente las normas que más se ajusten a la actividad de la empresa. Se determinaron las necesidades en materia de recursos humanos que permitirán a la empresa ofrecer un servicio altamente calificado a las mujeres del municipio, y se seleccionó el direccionamiento estratégico acorde con la cultura de la empresa y lo que quiere reflejar ante sus colaboradores clientes y terceros.

✓ En relación con las implicaciones que podría generar la constitución de la empresa en el municipio de Cereté, es posible afirmar que la empresa tiene una influencia positiva sobre el municipio, desde cada uno de los enfoques estudiados; para tal efecto, el cuidado del medio ambiente será uno de los conceptos que la definan como compañía, se promoverá la actividad física como elemento indispensable para el cuidado de la salud, se proporcionará a las mujeres del municipio una alternativa para verse y sentirse bien y se generarán nuevas fuentes de empleo.

✓ Finalmente se pudo constatar la factibilidad de la empresa dentro del marco financiero, al obtener en la evaluación financiera un VPN de \$ 55.405.045 una TIR equivalente a 32,27% y una RB/C de 2,34. Indicadores que proporcionan información valiosa para la toma de decisiones y permitirán mejorar los procesos de planificación y control a la hora de poner en marcha el proyecto.

9 Recomendaciones

✓ Se recomienda realizar evaluaciones periódicas del servicio de acondicionamiento en línea, y cada uno de los componentes del mismo, para determinar si se está cumpliendo con los estándares prometidos a las usuarias; teniendo en cuenta que su bienestar y satisfacción son el objetivo principal de la empresa.

✓ Se sugiere a la empresa que sea cuidadosa durante el proceso de selección del recurso humano, enfocándose en conformar un equipo de trabajo íntegro y altamente calificado. Teniendo en cuenta que el personal médico e instructor además de tener los conocimientos propios de su disciplina, debe ser capaz de garantizar un excelente servicio, orientado en los intereses y necesidades de las mujeres del municipio, motivándolas constantemente y atendiendo sus solicitudes e inconvenientes durante el proceso de entrenamiento y nutrición.

✓ La capacidad instalada de la empresa está sujeta principalmente al número de instructores que la conforman, de ahí que, a medida que aumente el número de usuarias, es necesario considerar el reclutamiento y selección de más colaboradores en esta área de la empresa.

✓ Teniendo en cuenta que la capacidad instalada actualmente puede satisfacer el 48,4% de la demanda insatisfecha, y que se ha seleccionado como mercado objetivo una población bastante segmentada; la empresa podrá considerar la cobertura a nuevos mercados que puedan requerir sus servicios desde la comodidad del hogar, como niños pequeños que vengan padeciendo trastornos como sobrepeso y obesidad, y que por su corta edad no puedan dirigirse de manera autónoma a un establecimiento físico.

10 Bibliografía

- Acosta, A. L. (2017). *Canales de Distribución*. Bogotá D.C: Fundación Universitaria del Área Andina.
- Alcaldía Municipal de Cereté. (2020). *Alcaldía Municipal de Cereté*. Recuperado el 25 de Marzo de 2020, de Alcaldía Municipal de Cereté: <http://www.cerete-cordoba.gov.co/municipio/nuestro-municipio>
- Alvarez, F. C. (2010). Sedentarismo y actividad física. *Revista científica médica de cienfuegos*, 55-60.
- ANDI. (2019). *Colombia: Balance 2019 y Perspectivas 2020*. Bogotá, D.C: Asociación Nacional de Industriales.
- Arevalo, L. M. (2017). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: caso Grand Bazar Riobamba –Ecuador. *Revista de Estrategias del Desarrollo Empresarial*, 14-24.
- Arias, F. (2016). *El proyecto de investigación Introducción a la metodología científica*. Caracas: Editorial Episteme.
- Banco Mundial. (2019). *Crecimiento de la población (% anual)*. Obtenido de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.GROW>
- Banco Mundial. (2020). *Inflación, precios al consumidor (% anual)*. Obtenido de Banco Mundial: <https://datos.bancomundial.org/indicador/FP.CPI.TOTL.ZG>
- Barbosa, S., & Urrea, A. (2018). Influencia del deporte y la actividad física en el estado de salud físico y mental: una revisión bibliográfica. *Revista Katharsis*, N 25, 141-159.

- Cámara de Comercio de Medellín. (2019). *Manual para el desarrollo de un plan de negocios*. Medellín: Cámara de Comercio de Medellín.
- Cámara de Comercio de Medellín. (2020). *Guía de tipos societarios*. Obtenido de Cámara de Comercio de Medellín:
https://www.camaramedellin.com.co/Portals/0/Documentos/2019/GuiaTipoSocietario__FormatoPDF_ago20.pdf
- Carrillo, C. L. (2016). *Análisis y comparación de proyectos de inversión mediante el método Valor Actual Neto*. Machala: Universidad Académica de Ciencias Empresariales.
- Chiner, E. (07 de Noviembre de 2011). *Materiales docentes de la asignatura Métodos, Diseños y Técnicas de Investigación Psicológica*. Recuperado el 11 de Agosto de 2020, de Universidad de Alicante: <http://hdl.handle.net/10045/19380>
- Claros, J. A. (2011). Actividad física, estrategia de promoción de la salud. *Hacia la Promoción de la Salud, Volumen 16, No.1*, 202-218.
- DANE. (12 de Noviembre de 2019). *Censo Nacional de Población y Vivienda 2018*. Bogotá, Colombia: Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas. Obtenido de Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas:
<https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion/censo-nacional-de-poblacion-y-vivenda-2018>

- Díaz, R., & Aladro, M. (2016). Relación entre uso de las nuevas tecnologías y sobrepeso infantil, como problema de salud pública. *RqR Enfermería Comunitaria (Revista de SEAPA)*, 46-51.
- Dirige. (21 de Julio de 2020). *Seis tendencias de consumo que permanecerán en la etapa post COVID-19*. Obtenido de Dirige:
<https://directivosygerentes.es/marketing/noticias-marketing/tendencias-consumo-permaneceran-post-covid19>
- Durán, Y. (2011). Administración del Capital de Trabajo: una herramienta financiera para la gerencia de las PyME tradicionales venezolanas. *Visión Gerencial*, núm. 1, 37-56.
- El Tiempo. (2019). El 20 por ciento de la población en Colombia es obesa. *El Tiempo*.
- Fernández, C. F. (12 de Junio de 2017). *El 30 por ciento de la población mundial tiene exceso de peso*. Recuperado el 05 de Mayo de 2020, de El tiempo:
<https://www.eltiempo.com/salud/personas-con-obesidad-y-sobrepeso-en-el-mundo-segun-informe-97900>
- Fernández, Y. P. (2017). *Factores de riesgo de las enfermedades cardiovasculares*. Madrid, España: Universidad Complutense de Madrid.
- González, N. (2011). *La importancia de realizar un plan de negocios*. México: Trillas.
- González, N., & López, M. (2016). *Estudio administrativo. un apoyo en la estructura organizacional del proyecto de inversión*. Obtenido de:
<https://www.itson.mx/publicaciones/pacioli/Documents/no56/estudioadmtivo.pdf>.
- Horne, J. V. (2012). *Administración Financiera*. México: Pretice-Hall.

- Lara, I. J. (2017). Análisis del costo-beneficio, una herramienta de gestión. *Revista: CE Contribuciones a la Economía*.
- Longenercher, M. (2007). *Administración de Pequeñas Empresas, Enfoque emprendedor*. México D.F.: Editorial Thomson.
- López, A. M. (2014). *La imagen corporal en la sociedad del siglo XXI*. Universitat Internacional de Catalunya.
- Lucio, M. A. (2014). *Internet*. Hidalgo: Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.
- Machicado, F. C., & Quiroga, M. G. (2016). Estudio de localización de un proyecto. *Ventana científica Vol. 7. N° 11, 29-33*.
- Malhotra, K. (2008). *Investigación de mercado*. México: Editorial Pearson Educación.
- Marin, F. A. (2019). *Diseño de la estructura organizacional e implementación del organigrama funcional en la empresa Freddy Sport del cantón El Guabo*. Machala: Universidad Técnica de Machala.
- MINTIC. (2019). *Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación*. Recuperado el 07 de Marzo de 2020, de Ministerio de Tecnologías de la Información y la Comunicación: <https://www.mintic.gov.co/portal/inicio/Glosario/>
- Moschini, S. (2012). *Marketing digital*. Barcelona: La Vanguardia Ediciones, S.L.
- Muprespa. (17 de Abril de 2017). *Alimentación y nutrición*. Obtenido de Rincón de la salud: https://www.rincondelasalud.com/es-ES/articulos/nutricion_alimentacion-y-nutricion_72.html

- OIT. (2015). *La importancia del empleo y los medios de vida en la agenda para el desarrollo con posterioridad a 2015*. Ginebra: Organización Internacional del Trabajo.
- OMS. (Octubre de 2017). *World Health Organization*. Recuperado el 19 de Febrero de 2020, de World Health Organization:
<https://www.who.int/features/factfiles/obesity/es/>
- OMS. (2020). *Inactividad física: un problema de salud pública mundial*. Recuperado el 10 de Agosto de 2020, de OMS:
https://www.who.int/dietphysicalactivity/factsheet_inactivity/es/
- OMS. (2020). *Obesidad*. Obtenido de Organización Mundial de la salud:
<https://www.who.int/topics/obesity/es/>
- OMS. (11 de Abril de 2020). *Obesidad y sobrepeso*. Obtenido de Organización Mundial de la Salud: [https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight#:~:text=El%20%C3%ADndice%20de%20masa%20corporal,\(kg%2Fm2\)](https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight#:~:text=El%20%C3%ADndice%20de%20masa%20corporal,(kg%2Fm2).).
- Pérez, B. C. (2015). *Estrategia de Publicidad*. México: Universidad Autónoma del Estado de México.
- Quintana, A. B. (2012). *Análisis del mercado*. La Formación.
- Rosales, R. (2008). *Fórmula y evaluación de proyectos*. Costa Rica: ICAP.
- Salinas, R. J. (2015). Criterios para la toma de decisión en inversiones . *Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas* , 101-117.

UPME. (2015). *Análisis área de estudio preliminar y alertas tempranas proyecto Córdoba*

2. Bogotá, Colombia: Unidad de Planeación Minero Energética.

Urbina, G. B. (2010). *Evaluación de proyectos Sexta edición*. México: Mc Graw Hill

Educación.

Weinberger, K. (2009). *Plan de negocios*. Perú: USAID.

11 Anexos

Anexo 1 Cuestionario de Investigación de Mercado

ENCUESTA PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE MERCADO DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO ON-LINE PARA MUJERES, EN EL MUNICIPIO DE CERETÉ, CÓRDOBA.

NOMBRE Y APELLIDOS: _____

EDAD: _____ **FECHA:** _____

Objetivo: Realizar una investigación de mercado para determinar la demanda, oferta y precios del servicio de acondicionamiento físico (rutinas de ejercicios, acompañamiento nutricional y médico) en el municipio de Cereté.

1. ¿Reconoce usted la importancia de la actividad física para su salud?

a. Si _____

b. No _____

2. ¿Realiza usted algún tipo de actividad física?

a. Si _____

b. No _____

3. ¿Asiste usted a un lugar dónde pueda practicar actividad física en el municipio de Cereté?

a. Si _____

b. No _____

Si la respuesta anterior es afirmativa, responda las preguntas de la 4 a la 7, de lo contrario pase a la 8:

4. ¿Con qué frecuencia asiste a ese lugar?

a. Una vez por semana _____

b. Dos veces por semana _____

c. Tres veces por semana _____

d. Cuatro veces por semana _____

e. Toda la semana _____

5. ¿A Qué tipo de lugar asiste?

a. Centro de acondicionamiento _____

b. Espacios al aire libre _____

c. Gimnasio _____

d. En casa _____

e. Otro, ¿Cuál? _____

6. ¿Cuánto paga usualmente por hora?

- a. Entre \$1.000 y \$5.000_____
- b. Entre \$5.001 y \$10.000_____
- c. Más de \$10.000_____
- d. Nada_____

7. ¿Recibe usted servicios de atención médica y nutricional en ese lugar?

- a. Si_____
- b. No _____

8. ¿Cuenta usted con servicio de conexión a internet?

- a. Si_____
- b. No _____

Si la respuesta anterior es negativa, finalice el cuestionario.

9. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿realiza usted actividad física con ayuda de las herramientas que proporciona el internet?

- a. Si_____
- b. No_____

10. Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿cuenta con atención personalizada?

- a. Si_____
- b. No_____

11. ¿Considera usted apropiada la apertura de una empresa que ofrezca un servicio de acondicionamiento físico (médico, ejercicio y nutricional) personalizado a través de una plataforma digital?

- a. Si_____
- b. No_____

12. ¿Estaría usted dispuesta a adquirir este servicio?

- a. Si_____
- b. No_____

Si la respuesta anterior es afirmativa responda las siguientes preguntas, si es negativa finalice el cuestionario.

13. ¿Con qué frecuencia recibiría las clases dirigidas?

- a. Una vez por semana_____
- b. Dos veces por semana_____
- c. Tres veces por semana_____
- d. Cuatro veces por semana_____
- e. Toda la semana_____

14. ¿Qué valor mensual estaría dispuesto a pagar por el servicio de acondicionamiento físico?

- a. Entre \$60.000 y \$70.000 _____
- b. Entre \$70.001 y \$80.000 _____
- c. Entre \$80.001 y \$90.000 _____
- d. Entre \$90.001 y \$100.000 _____
- e. Más de \$100.000 _____

15. ¿Por cuál medio desearía ser informado acerca de la apertura del centro de acondicionamiento físico?

- a. Radio _____
- b. Volantes _____
- c. Redes sociales _____
- d. Referidos _____
- e. Televisión _____
- f. Otro ¿Cuál? _____

Anexo 2 Validación del instrumento

Montería, septiembre 28 de 2020

Señores:

Comité de acreditación y currículo
Facultad de ciencias económica, jurídicas y
administrativas Universidad de Córdoba
E. S. D.

Por medio del presente certifico que revisé el instrumento "encuesta" utilizado en la recolección de datos que ayudará en el Proyecto como opción de grado de grado en la modalidad de creación de empresas, "**CREACIÓN DE EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIO DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO ONLINE EN EL MUNICIPIO DE CERETÉ** ", realizado por las estudiantes María del Rosario Beltran Paternina y Elizabeth Galeano Durante.



Att,

Ramiro Antonio Marrugo González
Docente catedrático Universidad de Córdoba (17 años)
Programa Administración en Finanzas y Negocios Internacionales
Coordinador Universidad Santo Tomás Montería (8 años)
Administrador de Empresas
Ingeniero de Petróleos
Especialista en Gerencia Financiera
Magister en Desarrollo Empresarial

Montería, 01 de octubre de 2020

Señores:

Comité de acreditación y currículo

Facultad de ciencias económica, jurídicas y
administrativas Universidad de Córdoba

E. S. D.

Cordial saludo

A través de la presente certifico que revisé el instrumento "encuesta" utilizado para la recolección de datos del Proyecto como opción de grado de grado en la modalidad de creación de empresas, "**CREACIÓN DE UNA EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO, VÍA ONLINE EN EL MUNICIPIO DE CERETÉ**", realizado por las estudiantes María del Rosario Beltrán Paternina y Elizabeth Galeano Durante.

Atte.



Alberto Pretelt García.
Ing. Industrial
Esp. En Finanzas

Montería, octubre 05 de 2020

Señores:

Comité de acreditación y currículo

Facultad de ciencias económica, jurídicas y
administrativas Universidad de Córdoba
E. S. D.

Referencia: certificación del instrumento “encuesta” utilizado en la recolección de datos que ayudara en el Proyecto de trabajo de grado en la modalidad de creación de empresas –
**CREACIÓN DE EMPRESA DEDICADA A LA PRESTACIÓN DE LOS
SERVICIO DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO ONLINE EN EL MUNICIPIO
DE CERETÉ**

Att,

Carlos Alfonso Márquez Ángel

Docente de la universidad de Córdoba

Programa Administración en Finanzas y Negocios Internacionales

Posdoctorado en Investigación

Anexo 3 Reglamento interno de trabajo

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO DE LA EMPRESA GYMLINE

La Empresa (o institución, según el caso) “Gymline”, legalmente constituida, con domicilio principal en la ciudad de Cereté Córdoba en la Cra. 14#1362, Cereté, Córdoba, en aplicación de lo que dispone el artículo 64 del Código del Trabajo y con el fin de que surta los efectos legales previstos en el numeral 12 del artículo 42; letra a) del artículo 44; y numeral 2º del artículo 172 del mismo Cuerpo de Leyes, aplicará, de forma complementaria a las disposiciones del Código del Trabajo, el siguiente reglamento interno en su matriz y agencias (de existir) a nivel nacional y con el carácter de obligatorio para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores de la empresa.

CAPÍTULO I

OBJETO SOCIAL DE LA ORGANIZACIÓN Y OBJETIVO DEL REGLAMENTO

Art.- 1. OBJETO GENERAL. – Gymline, tiene como objetivo principal la educación y formación de artistas, conformidad con lo dispuesto en el artículo 1 del contrato de constitución; objeto que lo realiza acatando estrictamente todas las disposiciones legales vigentes.

Art.- 2. OBJETO DEL REGLAMENTO. - El presente Reglamento, complementario a las disposiciones del Código del Trabajo, tiene por objeto clarificar y regular en forma justa los intereses y las relaciones laborales, existentes entre Gymline y

SUS EMPLEADOS O TRABAJADORES. Estas normas, tienen fuerza obligatoria para ambas partes.

CAPÍTULO II

VIGENCIA, CONOCIMIENTO, DIFUSIÓN, ALCANCE Y AMBITO DE APLICACIÓN

Art.- 3. VIGENCIA. - Este reglamento Interno comenzará a regir desde que dé inicio el proyecto, fecha en que sea aprobado por la Dirección Regional de Trabajo y Servicio Público.

Art.- 4. CONOCIMIENTO Y DIFUSIÓN. - La Empresa dará a conocer y difundirá este Reglamento Interno a todos sus trabajadores, para lo cual colocará un ejemplar en un lugar visible de forma permanente dentro de cada una de sus dependencias, cargará el texto en la intranet y entregará un ejemplar del referido Reglamento a cada uno de sus trabajadores. En ningún caso, los trabajadores, argumentarán el desconocimiento de este Reglamento como motivo de su incumplimiento.

Art.- 5. ORDENES LEGÍTIMAS. - Con apego a la ley y dentro de las jerarquías establecidas en el organigrama de la Empresa, los trabajadores deben obediencia y respeto a sus superiores, a más de las obligaciones que corresponden a su puesto de trabajo, deberán ceñirse a las instrucciones y disposiciones legítimas, sea verbales o por escrito que reciban de sus jefes inmediatos.

Art.- 6. ÁMBITO DE APLICACIÓN. - El presente Reglamento Interno es de aplicación obligatoria para todos los ejecutivos, empleados y trabajadores, que actualmente o a futuro laboren para la Empresa Gymline.

CAPÍTULO III

DEL REPRESENTANTE LEGAL

Art.- 7. El Representante legal es la autoridad ejecutiva de la empresa, por consiguiente, le corresponde ejercer la dirección de la misma y de su talento humano, teniendo facultad para nombrar, promover o remover empleados o trabajadores, con sujeción a las normas legales vigentes.

Art.- 8. Se considerarán oficiales las comunicaciones, circulares, memorandos, oficios, etc., debidamente suscritos por el Representante legal, quien lo subrogue, o las personas debidamente autorizadas para el efecto. Sin perjuicio de lo anterior, las amonestaciones y llamados de atención, serán suscritas por el Gerente de Recursos Humanos o quien haga sus veces; y, los memorandos referentes a políticas o procedimientos de trabajo que implemente la Empresa, serán firmadas por el Representante legal o quien haga sus veces.

CAPÍTULO IV

DE LOS TRABAJADORES, SELECCIÓN Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL

Art.- 9. Se considera empleados o trabajadores de Gymline a las personas que, por su educación, conocimientos, formación, experiencia, habilidades y aptitudes, luego de

haber cumplido con los requisitos de selección e ingreso, establecidos en la ley, reglamentos, resoluciones del Ministerio de Relaciones Laborales, manuales o instructivos de la Compañía, presten servicios con relación de dependencia en las actividades propias de la empresa.

Art.- 10. La admisión e incorporación de nuevos trabajadores, sea para suplir vacantes o para llenar nuevas necesidades de la Empresa es de exclusiva potestad del Representante Legal o su delegado. Como parte del proceso de selección, la empresa podrá exigir a los aspirantes la rendición de pruebas teóricas o prácticas de sus conocimientos, e incluso psicológicas de sus aptitudes y tendencias, sin que ello implique la existencia de relación laboral alguna.

El contrato de trabajo, en cualquiera de clases, que se encuentre debida y legalmente suscrito e inscrito, será el único documento que faculta al trabajador a ejercer su puesto de trabajo como dependiente de la Empresa, antes de dicha suscripción será considerado aspirante a ingresar.

Art.- 11. El aspirante que haya sido declarado apto para cumplir las funciones inherentes al puesto, en forma previa a la suscripción del contrato correspondiente, deberá llenar un formulario de “datos personales del trabajador”; entre los cuáles se hará constar la dirección de su domicilio permanente, los números telefónicos (celular y fijo) que faciliten su ubicación y números de contacto referenciales para prevenir inconvenientes por cambios de domicilio. Para la suscripción del contrato de trabajo, el aspirante seleccionado deberá presentar los siguientes documentos actualizados:

- a) Hoja de vida actualizada.

- b) Al menos dos (2) certificados de honorabilidad.
- c) Exhibir originales y entregar 2 copias legibles y a color de la cédula de ciudadanía; certificado de votación; y, licencia de manejo cuando corresponda.
- d) Presentar los originales y entregar copias de los certificados o títulos legalmente conferidos, con el correspondiente registro de la autoridad pública competente.
- e) Partida de matrimonio y de nacimiento de sus hijos según el caso.
- f) Dos fotografías actualizadas tamaño carné.
- g) Fórmula de Retenciones en la Fuente del Impuesto a la Renta (No. 107), conferido por el último empleador.
- h) Certificados de trabajo y honorabilidad.

En lo posterior, el trabajador informará, por escrito y en un plazo máximo de cinco días laborables, al departamento de Recursos Humanos respecto de cambios sobre la información consignada en la compañía, de no hacerlo dentro del plazo señalado se considerará falta grave.

La alteración o falsificación de documentos presentados por el aspirante o trabajador constituye falta grave que faculta al empleador a solicitar visto bueno ante el Inspector del Trabajo competente; sin perjuicio, de la obligatoria remisión de la información y documentos a las autoridades penales que corresponda.

Art.- 12. Los aspirantes o candidatos deberán informar al momento de su contratación si son parientes de trabajadores de la Empresa, hasta el cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

Art.- 13. Si para el desempeño de sus funciones, el trabajador cuando, recibe bienes o implementos de la compañía o clientes, deberá firmar el acta de recepción y descargo que corresponda aceptando la responsabilidad por su custodia y cuidado; debiendo devolverlos a la empresa, al momento en que se lo solicite o de manera inmediata por conclusión de la relación laboral; la empresa verificará que los bienes presenten las mismas condiciones que tenían al momento de ser entregados al trabajador, considerando el desgaste natural y normal por el tiempo. La destrucción o pérdida por culpa del trabajador y debidamente comprobados, serán de su responsabilidad directa.

CAPÍTULO V

DE LOS CONTRATOS

Art.- 14. CONTRATO ESCRITO. - Todo contrato de trabajo se realizará por escrito; y, luego de su suscripción, deberá ser inscrito ante el Inspector de Trabajo, en un plazo máximo de treinta contados a partir de la fecha de suscripción.

Art.- 15. PERIODO DE PRUEBA. - Con los aspirantes seleccionados que ingresen por primera vez a la Empresa, se suscribirá un contrato de trabajo sujeto a las condiciones y período de prueba máximo fijado por el Código del Trabajo.

TIPOS DE CONTRATO. - De conformidad con sus necesidades, la Empresa celebrará la modalidad de contrato de trabajo que considere necesaria, considerando aspectos técnicos, administrativos y legales.

CAPÍTULO VI

JORNADA DE TRABAJO, ASISTENCIA DEL PERSONAL Y REGISTRO DE ASISTENCIA

Art.- 16. De conformidad con la ley, la jornada de trabajo será de 8 horas diarias y 40 horas semanales a las que deben sujetarse todos los trabajadores de la Empresa, en los centros de trabajo asignados. Sin embargo, respetando los límites señalados en el Código del Trabajo, las jornadas de labores podrán variar y establecerse de acuerdo con las exigencias del servicio o labor que realice cada trabajador y de conformidad con las necesidades de los clientes y de la Empresa.

Art.- 17. De conformidad con la ley, estos horarios especiales, serán sometidos a la aprobación y autorización de la Dirección Regional del Trabajo de Cereté - Córdoba.

Art.- 18. Los trabajadores tienen la obligación personal de registrar su asistencia utilizando los sistemas de control que sean implementados por la Empresa. La falta de registro de asistencia al trabajo, se considerará como falta leve. Si por fuerza mayor u otra causa, el trabajador no puede registrar su asistencia, deberá justificar los motivos por escrito ante su Jefe Inmediato y dar a conocer al Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces.

Art.- 19. El trabajador que requiera ausentarse de las instalaciones de la empresa durante la jornada de trabajo, deberá solicitar el permiso respectivo de su superior inmediato. La no presentación del permiso al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante por parte del trabajador, será sancionada como falta leve.

Art.- 20. Si por enfermedad, calamidad doméstica, fuerza mayor o caso fortuito, debidamente justificado, el trabajador no concurre a laborar, en forma obligatoria e inmediata deberá comunicar por escrito el particular al Departamento de Recursos Humanos. Superada la causa de su ausencia, deberá presentar los justificativos que corresponda ante el Departamento de Recursos Humanos o quien hiciere sus veces. El Departamento de Recursos Humanos procederá a elaborar el respectivo formulario de ausencias, faltas y permisos, con el fin de proceder a justificar o sancionar de conformidad con la ley y este reglamento

Art.- 21. Las faltas de asistencia y puntualidad de los trabajadores de la compañía serán sancionadas de acuerdo a las disposiciones legales y reglamentarias vigentes, los valores recaudados por este concepto serán entregados a un fondo común de la Caja de Ahorros de la empresa.

Art.- 22. Debido a la obligación que tienen los trabajadores de cumplir estrictamente los horarios indicados, es prohibido que se ausenten o suspendan su trabajo sin previo permiso del Jefe Inmediato y conocimiento del Departamento de Recursos Humanos.

Art.- 23. A la hora exacta de inicio de funciones, el trabajador deberá estar listo con el uniforme adecuado y los artículos de seguridad a su cargo, de ser el caso.

Art.- 24. Las alteraciones del registro de asistencia, constituyen falta grave al presente Reglamento y la serán causal para solicitar la terminación de la relación laboral, previa solicitud de visto bueno de conformidad con la ley.

Art.- 25. No se considerarán trabajos suplementarios los realizados en horas que exceden de la jornada ordinaria, ejecutados por los trabajadores que ejercen funciones de confianza y dirección por así disponerlo el artículo 58 del Código del Trabajo, así como también los trabajos realizados fuera de horario sin autorización del jefe inmediato, por lo que para el pago de horas extras se deberá tener la autorización del jefe inmediato.

Art.- 26. No se entenderá por trabajos suplementarios o extraordinarios los que se realicen para:

- a) Recuperar descansos o permisos dispuestos por el gobierno, o por la Empresa.
- b) Recuperar por las interrupciones del trabajo, de acuerdo al artículo 60 del Código de Trabajo.

Art.- 27. La Empresa llevará el registro de asistencia de los trabajadores por medio de un sistema de lectura biométrica más un código, o la que creyere conveniente para mejorar el registro de asistencia de los trabajadores. En este sistema el trabajador marca el inicio y la finalización de la jornada de trabajo y durante la salida e ingreso del tiempo asignado para el almuerzo.

Si por cualquier razón no funcionare este sistema, los trabajadores notificarán este particular a su Jefe Inmediato, al departamento de Recursos Humanos y/o a su Representante, el mismo que dispondrá la forma provisional de llevar el control de asistencia mientras dure el daño.

En el caso de Asesores Comerciales que se encuentren fuera de la ciudad, sin Supervisor de Ventas en la zona, tienen la obligación de reportarse telefónicamente con la

persona designada para el efecto, quien deberá llevar el registro correspondiente de dichos reportes.

Art.- 28. El trabajador que tenga la debida justificación por escrito de su Jefe Inmediato y de Recursos Humanos o su Representante, para ausentarse en el transcurso de su jornada de trabajo, deberá marcar tanto al salir como al ingresar a sus funciones.

Art.- 29. La omisión de registro de la hora de entrada o salida, hará presumir ausencia a la correspondiente jornada, a menos que tal omisión fuere justificada por escrito con la debida oportunidad al departamento de Recursos Humanos; su Representante, o en su defecto a su Jefe Inmediato. El mismo tratamiento se dará a la omisión de las llamadas telefónicas que deben realizar los Asesores Comerciales, Cobradores y cualquier otro personal que por alguna circunstancia se encuentren fuera de la Oficina Principal.

Art.- 30. El Departamento de Recursos Humanos o su Representante, llevará el control de asistencia, del informe mecanizado que se obtenga del sistema de intranet, de cada uno de los trabajadores y mensualmente elaborará un informe de atrasos e inasistencia a fin de determinar las sanciones correspondientes de acuerdo a lo que dispone el presente Reglamento y el Código del Trabajo. El horario establecido para el almuerzo será definido con su jefe inmediato, el cual durará una hora, y podrá ser cambiado solo para cumplir con actividades inherentes a la empresa, y este deberá ser notificado por escrito al Departamento de Recursos Humanos o a su Representante, previa autorización de Jefe Inmediato.

Art.- 31. Si la necesidad de la empresa lo amerita, los Jefes Inmediatos podrán cambiar el horario de salida al almuerzo de sus subordinados, considerando, siempre el lapso de 1 hora, de tal manera que el trabajo y/o departamento no sea abandonado.

CAPÍTULO VII

DE LAS VACACIONES, LICENCIAS, FALTAS, PERMISOS

JUSTIFICACIONES DE LAS VACACIONES

Art.- 32. De acuerdo al artículo 69 del Código del Trabajo los trabajadores tendrán derecho a gozar anualmente de un período ininterrumpido de quince días de vacaciones, las fechas de las vacaciones serán definidas de común acuerdo entre el jefe y trabajador, en caso de no llegar a un acuerdo el jefe definirá las fechas a tomar.

Art.- 33. Las vacaciones solicitadas por los trabajadores, serán aprobadas por los jefes inmediatos, o Gerencia de Recursos Humanos o quien haga las veces.

Art.- 34. Para hacer uso de vacaciones, los trabajadores deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Cumplir con la entrega de bienes y documentación a su cargo a la persona que suplirá sus funciones, con el fin de evitar la paralización de actividades por efecto de las vacaciones, cuando el caso así lo amerite.
- b) El trabajador dejará constancia de sus días de vacaciones llenando el formulario establecido para este caso.

DE LAS LICENCIAS

Art.- 35. Sin perjuicio de las establecidas en el Código del Trabajo, serán válidas las licencias determinadas en este Reglamento, que deberán ser solicitadas por escrito y llevar la firma del Jefe Inmediato o de Recursos Humanos o de la persona autorizada para concederlos. Se concederá licencias con sueldo en los siguientes casos:

- a) Por motivos de maternidad y paternidad
- b) Por matrimonio civil del trabajador, tendrá derecho a tres días laborables consecutivos, a su regreso obligatoriamente el trabajador presentará el respectivo certificado de matrimonio.
- c) Para asistir a eventos de capacitación y/o entrenamiento, debidamente autorizados por la Empresa.
- d) Tres días por calamidad doméstica, debidamente comprobada, por ejemplo: incendio o derrumbe de la vivienda, que afecten a la economía de los trabajadores.
- e. Cualquier otra licencia prevista en el Código del Trabajo.

Art.- 36. La falta de justificación en el lapso de 24 horas de una ausencia podrá considerarse como falta injustificada, haciéndose el trabajador acreedor a la sanción de amonestación por escrito y el descuento del tiempo respectivo.

DE LOS PERMISOS Se concederá permisos para que el trabajador atienda asuntos emergentes y de fuerza mayor, hasta por tres horas máximo durante la jornada de trabajo, en el periodo de un mes, que serán recuperadas en el mismo día o máximo en el transcurso de esa semana; y, en el evento de no hacerlo, descontará el tiempo no laborado,

previa autorización del Gerente, Recursos Humanos o de la persona autorizada para el efecto:

CAPÍTULO IX

DE LA REMUNERACIÓN Y PERÍODOS DE PAGO

Art.- 37. Para la fijación de las remuneraciones de los trabajadores, la Empresa se orientará por las disposiciones o normas establecidas en el mercado laboral relativo a la clasificación y valoración de puestos, aprobados por la Presidencia que estarán siempre en concordancia con la ley; y no podrán ser inferiores a los mínimos sectoriales determinados para esta empresa.

Art.- 38. La empresa pagará la remuneración mensual directamente a sus trabajadores mediante el depósito en una cuenta bancaria, u otros mecanismos de pago permitidos por la ley.

Art.- 39. La Empresa efectuará descuentos de los sueldos del Trabajador solo en casos de:

- a) Aportes personales del IESS;
- b) Dividendos de préstamos hipotecarios o quirografarios, conforme las planillas que presente el IESS;
- c) Ordenados por autoridades judiciales.
- d) Valores determinados por las Leyes o autorizados expresamente por el trabajador, así como por compras o préstamos concedidos por la empresa a favor del trabajador.

- e) Multas establecidas en este Reglamento
- f) Descuentos autorizados por consumos del trabajador, cancelados por la empresa como tarjetas de comisariato, seguro médico privado, consumo de celulares, repuestos, servicios, mantenimiento, etc.

Art.- 40. Cuando un trabajador cesare en su trabajo por cualquier causa y tenga que realizar pagos por cualquier concepto, se liquidará su cuenta; y antes de recibir el valor que corresponde se le descontará todos los valores que esté adeudando a la Empresa, como préstamos de la Empresa debidamente justificados y los detallados en el artículo anterior.

Art.- 41. Los beneficios voluntarios u ocasionales de carácter transitorio que la Empresa otorgue al trabajador pueden ser modificados o eliminados cuando a juicio de ella hubiese cambiado o desaparecido las circunstancias que determinaron la creación de tales beneficios.

CAPÍTULO X

ÍNDICES MÍNIMOS DE EFICIENCIA

Art.- 42. Los trabajadores deberán cumplir estrictamente con la labor objeto del contrato, esto es dentro de los estándares de productividad establecidos en las caracterizaciones de cada proceso; caso contrario la Empresa se acogerá al derecho previsto en el numeral 5 del artículo 172 del Código del Trabajo.

Art.- 43. Todos los trabajadores de la Empresa precautelarán que el trabajo se ejecute en observancia a las normas técnicas aplicadas a su labor específica y que redunde tanto en beneficio de la Empresa, como en el suyo personal.

CAPÍTULO XI

DE LAS BECAS, CURSOS, SEMINARIOS, EVENTOS DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO EN GENERAL

Art.- 44. El departamento de Dirección General o quien haga las veces de acuerdo con sus requerimientos, brindará capacitación y entrenamiento a los trabajadores, conforme al Plan Anual de Capacitación que será elaborado por el Dirección General y/o su Representante.

CAPÍTULO XII

TRASLADOS Y GASTOS DE VIAJE

Art.- 45. Todo gasto de viaje dentro y fuera del país que se incurra por traslado, movilización será previamente acordado con el trabajador y aprobado por el Jefe Inmediato y por Recursos Humanos y/o su Representante. Para el reembolso deberá presentar las facturas o notas de ventas debidamente legalizadas de acuerdo con las normas tributarias que sustenten el gasto.

Art.- 46. No se cancelará gastos que no sean consecuencia del desempeño de las labores encomendadas al trabajador, o contradigan las políticas de viáticos y viajes establecidas por la empresa.

Art.- 47. La Compañía y el trabajador podrá acordar el traslado temporal a su personal a cualquier sitio del territorio nacional, según lo estime conveniente y según las funciones que el puesto lo requieran con el fin de cumplir los objetivos de la empresa.

CAPITULO XIII

LUGAR LIBRE DE ACOSO

Art.- 48. Lugar De Trabajo Libre De Acoso. - La empresa se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Quien cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente reglamento.

Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad, con el propósito de:

- a) Crear un lugar de trabajo ofensivo;
- b) Interferir con las funciones de trabajo de uno o varios individuos;
- c) Afectar el desempeño laboral; y,
- d) Afectar las oportunidades de crecimiento del trabajador.

Art.- 49. La Empresa estrictamente prohíbe cualquier tipo de acoso sexual en el lugar de trabajo, en el caso de llevarse a cabo se constituirá causal de Visto Bueno. Se entenderá acoso sexual lo siguiente:

- Comportamiento sexual inadecuado.
- Pedido de favores sexuales cuando se intenta conseguir una decisión de cualquier tipo.
- Interferir en el desempeño de labores de un individuo.
- Acoso verbal donde se usa un vocabulario de doble sentido que ofende a una persona.

Art.- 50. Si alguien tiene conocimiento de la existencia de los tipos de acoso ya mencionados tiene la responsabilidad de dar aviso a la Gerencia de Recursos Humanos para que se inicie las investigaciones pertinentes y tomar una acción disciplinaria.

Art.- 51. Todo reclamo será investigado, tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.

Art.- 52. Durante la Jornada de Trabajo diaria o cumpliendo funciones asignadas por la empresa, dentro o fuera del país, se establece como particular obligación de los trabajadores, observar disciplina. En consecuencia, queda expresamente prohibido, en general, todo cuanto altere el orden y la disciplina interna.

CAPÍTULO XIV

OBLIGACIONES, DERECHOS Y PROHIBICIONES DEL TRABAJADOR

DE LAS OBLIGACIONES

Art.- 53. Además de las obligaciones constantes en el artículo 45 del Código de Trabajo, las determinadas por la ley, las disposiciones de responsabilidades, del Contrato de Trabajo, Código de Conducta y este Reglamento, son obligaciones del Trabajador las siguientes:

Cumplir las leyes, reglamentos, instructivos, normas y disposiciones vigentes en la Empresa; que no contravengan al presente reglamento y código de conducta.

- 1.** Ejecutar sus labores en los términos determinados en su contrato de trabajo, y en la descripción de funciones de cada posición, según consta en el Manual de Funciones, desempeñando sus actividades con responsabilidad, esmero y eficiencia;

2. Ejecutar su labor de acuerdo a las instrucciones y normas técnicas que se hubieren impartido; y, cumplir estrictamente con las disposiciones impartidas por la Empresa y/o autoridades competentes, sin que en ningún caso pueda alegarse su incumplimiento por desconocimiento o ignorancia de la labor específica confiada.
3. Observar en forma permanente una conducta armónica, respetuosa, y de consideraciones debidas en sus relaciones con sus compañeros de trabajo, superiores, subalternos, clientes y particulares.
4. Comunicar cualquier cambio de su dirección domiciliaria, teléfono dentro de los cinco primeros días siguientes de tal cambio.
5. Presentarse al trabajo vestido o uniformado, aseado y en aptitud mental y física para el cabal cumplimiento de sus labores. Los trabajadores de oficina y los que deban atender al público, se sujetarán a las disposiciones de uso respectivas.
6. Velar por los intereses de la empresa Gymline y por la conservación de los valores, documentos, útiles, equipos, maquinaria, muebles, suministros, uniformes y bienes en general confiados a su custodia, administración o utilización. Y usarlos exclusivamente para asuntos de la compañía, o en caso de extrema emergencia para asuntos particulares.
7. En el caso de desaparición de cualquier herramienta, instrumento o equipo entregado al trabajador por parte de la Empresa, sea este de propiedad de Gymline o sus clientes, ésta procederá a su reposición a costo del trabajador. Cuando tal hecho se deba a su culpa, negligencia, o mala fe previamente comprobada.
8. En caso de enfermedad, es obligación del trabajador informar lo ocurrido al inmediato superior o representante legal de la compañía, se justificará las faltas, previa comprobación de la enfermedad, mediante el correspondiente certificado

médico extendido por el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o por un Centro Médico autorizado por la empresa.

- 9.** Guardar absoluta reserva respecto a la información confidencial, secretos técnicos, comerciales, administrativos, e información del cliente sobre asuntos relacionados con su trabajo, y con el giro del negocio de la Empresa. Esta información confidencial o no pública, no debe ser revelada a nadie fuera de la Empresa, incluidos familiares y amigos, en el cual pueda existir conflicto de intereses.
- 10.** Abstenerse de realizar competencia profesional con la Empresa o colaborar para que otros lo hagan, mientras dure la relación laboral.
- 11.** Registrar su ingreso a la empresa en el sistema de control de asistencia, cuando el trabajador esté listo para empezar con sus labores, de igual forma al salir de su jornada de trabajo.
- 12.** Cumplir con puntualidad con las jornadas de trabajo, de acuerdo a los horarios establecidos por la compañía.
- 13.** Una vez terminada la jornada laboral todo el personal deberá mantener bajo llave toda documentación correspondiente a datos confidenciales o reservados de la Empresa.
- 14.** Desplazarse dentro o fuera de la ciudad y del país, de acuerdo con las necesidades de Gymline, para tal efecto la Empresa reconocerá los gastos de transporte, hospedaje y alimentación en que se incurra, según el Art. 42 numeral 22 del Código del Trabajo.
- 15.** Asistir a cursos, seminarios, y otros eventos que se consideren necesarios, como parte de su entrenamiento y capacitación.

- 16.** Todos los trabajadores deberán prestar esmerada atención a los clientes de la Empresa, con diligencia y cortesía, contestando en forma comedida las preguntas que le formulen.
- 17.** Mantener los lugares de trabajo en perfecto orden y limpieza, así como los documentos, correspondientes. y todo el material usado para desempeñar su trabajo.
- 18.** Devolver los bienes, materiales y herramientas que recibieren ya sean de propiedad del empleador o sus clientes, cuidar que estos no se pierdan, extravíen o sufran daños.
- 19.** Sujetarse a las medidas de prevención de riesgo de trabajo que dicte la Empresa, así como cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad como el uso de aparatos y medios de protección proporcionados por las mismas.
- 20.** Utilizar y cuidar los instrumentos de prevención de riesgos de trabajo, entregados por la Empresa, como: cinturones de protección para carga, etc.
- 21.** Comunicar a sus superiores de los peligros y daños materiales que amenacen a los bienes e intereses de la Empresa o a la vida de los trabajadores, así mismo deberá comunicar cualquier daño que hicieren sus compañeros, colaborar en los programas de emergencia y otros que requiera la Empresa, independientemente de las funciones que cumpla cada trabajador.
- 22.** Informar inmediatamente a sus superiores, los hechos o circunstancias que causen o puedan causar daño a la Empresa.
- 23.** En caso de accidente de trabajo, es obligación dar a conocer de manera inmediata al Jefe Inmediato, Recursos Humanos, Jefe de Seguridad y Salud en el Trabajo; o a quien ejerza la representación legal de la Empresa, a fin de concurrir ante la autoridad correspondiente, conforme lo establece el Código del Trabajo.

24. Facilitar y permitir las inspecciones y controles que efectúe la Compañía por medio de sus representantes, o auditores.
25. Cuidar debidamente los vehículos asignados para el cumplimiento de sus labores.
26. Cumplir con la realización y entrega de reportes, informes que solicite la empresa en las fechas establecidas por la misma.
27. Firmar los roles de pago en todos sus rubros al percibir la remuneración o beneficio que sea pagado por parte de la Empresa.

DE LOS DERECHOS Art.- 54. Serán derechos de los trabajadores de Gymline:

- a) Percibir la remuneración mensual que se determine para el puesto que desempeñe, los beneficios legales y los beneficios de la Empresa.
- b) Hacer uso de las vacaciones anuales, de acuerdo con la Ley y las normas constantes de este Reglamento.
- c) Recibir ascensos y/o promociones, con sujeción a los procedimientos respectivos, y de acuerdo con las necesidades y criterios de la Empresa.
- d) Ejercer el derecho a reclamo, siguiendo el orden correspondiente de jerarquía, cuando considere que alguna decisión le puede perjudicar.
- e) Recibir capacitación o entrenamiento, de acuerdo con los programas de desarrollo profesional que determine la Empresa, tendiente a elevar los niveles de eficiencia y eficacia en el desempeño de sus funciones.
- f) Ser tratado con las debidas consideraciones, no infringiéndoles maltratos de palabra y obra.

- g) Las demás que estén establecidos o se establezcan en el Código del Trabajo, Leyes, Código de Conducta, Reglamentos especiales o instrumentos y disposiciones

DE LAS PROHIBICIONES

Art.- 55. A más de las prohibiciones establecidas en el artículo 46 del Código del Trabajo, que se entienden incorporadas a este Reglamento y Código de Conducta, y las determinadas por otras Leyes, está prohibido al Trabajador:

- a) Mantener relaciones de tipo personal, comercial o laboral, que conlleven un conflicto de intereses, con las personas naturales o jurídicas que se consideren como competencia o que sean afines al giro de Empresa. El trabajador deberá informar al empleador cuando pueda presentarse este conflicto.
- b) Exigir o recibir primas, porcentajes o recompensas de cualquier clase, de personas naturales o jurídicas, proveedores, clientes o con quienes la Empresa tenga algún tipo de relación o como retribución por servicios inherentes al desempeño de su puesto.
- c) Alterar los precios de los productos o servicios que ofrece la Empresa a cambio de recompensas en beneficio personal.
- d) Alterar la respectiva jornada de trabajo o suspenderla sin sujetarse a la reglamentación respectiva de horarios y turnos designados.
- e) Encargar a otro trabajador o a terceras personas la realización de sus labores sin previa autorización de su Jefe Inmediato.
- f) Suspender arbitraria e ilegalmente el trabajo o inducir a sus compañeros de trabajo a suspender las suyas.

- g)** Causar pérdidas, daño o destrucción, de bienes materiales o de herramientas, pertenecientes al empleador o sus clientes, por no haberlos devuelto una vez concluidos los trabajos o por no haber ejercido la debida vigilancia y cuidado mientras se los utilizaba; peor aún producir daño, pérdida, o destrucción intencional, negligencia o mal uso de los bienes, elementos o instrumentos de trabajo.
- h)** Realizar durante la jornada de trabajo rifas o ventas; de igual manera atender a vendedores o realizar ventas de artículos personales o de consumo, se prohíbe realizar actividades ajenas a las funciones de la Empresa o que alteren su normal desarrollo; por lo que le está prohibido al trabajador, distraer el tiempo destinado al trabajo, en labores o gestiones personales, así como realizar durante la jornada de trabajo negocios y/o actividades ajenas a la Empresa o emplear parte de la misma, en atender asuntos personales o de personas que no tengan relación con la Empresa, sin previa autorización de Recursos Humanos.
- i)** Violar el contenido de la correspondencia interna o externa o cualquier otro documento perteneciente a la Empresa, cuando no estuviere debidamente autorizado para ello;
- j)** Destinar tiempo para la utilización inadecuada del internet como bajar archivos, programas, conversaciones chat y en fin uso personal diferente a las actividades específicas de su trabajo.
- k)** Instalar software, con o sin licencia, en las computadoras de la Empresa que no estén debidamente aprobados por la Gerencias o por el Responsable de Sistemas.

- l)** Divulgar información sobre técnicas, método, procedimientos relacionados con la empresa, redacción, diseño de textos, ventas, datos y resultados contables y financieros de la Empresa; emitir comentarios con los trabajadores y terceras personas en relación a la situación de la Empresa.
- m)** Divulgar información sobre la disponibilidad económica y movimientos que realice la Empresa, ningún trabajador de la misma, podrá dar información, excepto el personal de contabilidad que dará información únicamente a sus superiores.
- n)** Queda prohibido para los trabajadores, divulgar la información proporcionada por los clientes a la compañía.
- o)** Todo personal que maneje fondos de la Empresa, no podrá disponer de los mismos para otro fin que no sea para el que se le haya entregado. Ello dará lugar a la máxima sanción establecida en este reglamento, que implicará la separación de la Empresa previo visto bueno otorgado por el Inspector del Trabajo competente, sin perjuicio de otras acciones legales a que hubiere lugar.
- p)** Utilizar en actividades particulares los servicios, dinero, bienes, materiales, equipos o vehículos de propiedad de la Empresa o sus clientes, sin estar debidamente autorizados por el jefe respectivo.
- q)** Sacar bienes, vehículos, objetos y materiales propios de la empresa o sus clientes sin la debida autorización por escrito del jefe inmediato.
- r)** Queda terminantemente prohibida la violación de los derechos de autor y de propiedad intelectual de la compañía y de cualquiera de sus clientes o proveedores.

- s) Ejercitar o promover la discriminación por motivos de raza, etnia, religión, sexo, pensamiento político, etc., al interior de la Empresa.
- t) Sostener altercados verbales y físicos con compañeros, trabajadores y jefes superiores dentro de las instalaciones de la Empresa y en su entorno, así como también hacer escándalo dentro de la Empresa.
- u) Propiciar actividades políticas o religiosas dentro de las dependencias de la empresa o en el desempeño de su trabajo.
- v) Presentarse a su lugar de trabajo en evidente estado de embriaguez o bajo los efectos de estupefacientes prohibidos por la Ley.
- w) Ingerir o expender durante la jornada de trabajo, en las oficinas o en los lugares adyacentes de la empresa bebidas alcohólicas, sustancias psicotrópicas y estupefacientes, u otros que alteren el sistema nervioso, así como presentarse a su trabajo bajo los efectos evidentes de dichos productos.
- x) Ingerir alimentos o bebidas en lugares que puedan poner en peligro la calidad del trabajo o las personas.
- y) Fumar en el interior de la empresa.
- z) No cumplir con las medidas sanitarias, higiénicas de prevención y seguridad impartidas por la empresa y negarse a utilizar los aparatos y medios de protección de seguridad proporcionados por la misma, y demás disposiciones del Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional;

- aa)** Portar cualquier tipo de arma durante su permanencia en la empresa que pueda poner en peligro la vida y seguridad de las personas y equipos con excepción de las personas que tengan autorización de la empresa.
- bb)** Ingresar televisores y cualquier otro artefacto que pueda distraer y ocasionar graves daños a la salud y a la calidad del trabajo de la empresa sin la autorización por escrita de sus superiores.
- cc)** Ingresar a las dependencias de la compañía material pornográficas o lesivas, reservándose la compañía el derecho a retirar dicho material y sancionar al infractor.
- dd)** Alterar o suprimir las instrucciones, avisos, circulares o boletines colocados por la Empresa en los tableros de información, carteleras o en cualquier otro lugar;
- ee)** Permitir que personas ajenas a la Empresa permanezcan en las instalaciones de la misma, sin justificación ó causa para ello.
- ff)** Está prohibido a las personas que laboran con claves en el sistema informático entregarlas a sus compañeros o terceros para que utilicen; por tanto, la clave asignada es personalísima y su uso es de responsabilidad del trabajador.
- gg)** Los beneficios concedidos al trabajador, que no constituyen obligación legal, son exclusivos para este y su cónyuge, y se extenderá a terceros por autorización escrita del empleador.
- hh)** Vender sin autorización bienes, vehículos, accesorios, regalos y repuestos de la empresa. ii) Practicar juegos de cualquier índole durante las horas de trabajo

- ii)** Distraer su tiempo de trabajo en cosas distintas a sus labores, tales como: leer periódicos, revistas, cartas, ajenas a su ocupación, así como dormir, formar grupos y hacer colectas sin autorización de las autoridades de la compañía.
- jj)** Propagar rumores que afecten al prestigio o intereses de la compañía sus funcionarios o trabajadores; así como no podrán reunirse sin autorización de los ejecutivos.
- kk)** Tener negocio propio o dentro de la sociedad conyugal relacionado al giro de negocio de la Compañía, con el fin de favorecer a su negocio antes que a la Compañía.
- ll)** Comprar acciones o participaciones o montar un negocio directa o indirectamente, por sí mismo o a través de interpuesta persona, para ser proveedor de la Compañía sin conocimiento expreso por parte de la Empresa.
- mm)** Laborar horas suplementarias o extraordinarias sin previa orden expresa de sus superiores o de Recursos Humanos o del funcionario debidamente autorizado.
- nn)** Utilizar en beneficio propio los bienes dejados por los clientes incluyendo vehículos, accesorios o pertenencias.

CAPÍTULO XVI

DE LAS PERSONAS QUE MANEJAN RECURSOS ECONÓMICOS DE LA EMPRESA

Art.- 56. Los Trabajadores que tuvieren a su cargo activos de la Empresa, como: dinero, accesorios, vehículos, valores o inventario de la Empresa; como el personal de tesorería, repuesto, bodega, agencias y cualquier otra área que estén bajo su responsabilidad

dinero, valores, insumos, cajas chicas entre otros, son personalmente responsables de toda pérdida, salvo aquellos que provengan de fuerza mayor debidamente comprobada.

Art.- 57. Todas las personas que manejan recursos económicos estarán obligadas a sujetarse a las fiscalizaciones o arqueos de caja provisionales o imprevistos que ordene la Empresa; y suscribirán conjuntamente con los auditores el acta que se levante luego de verificación de las existencias físicas y monetarias.

CAPÍTULO XVII

DEL RÉGIMEN DISCIPLINARIO

Art.- 58. A los trabajadores que contravengan las disposiciones legales o reglamentarias de la Empresa se les aplicará las sanciones dispuestas en el Código del Trabajo, Código de Conducta, las del presente reglamento y demás normas aplicables.

Art.- 59. En los casos de inasistencia o atraso injustificado del trabajador, sin perjuicio de las sanciones administrativas que se le impongan, al trabajador se le descontará la parte proporcional de su remuneración, conforme lo dispuesto en el Código del Trabajo. En el caso que el trabajador se encuentre fuera de la ciudad, y no presente la justificación debida de las labores encomendadas, se procederá a descontar los valores cancelados por viáticos, transporte, etc.

Art.- 60. Atendiendo a la gravedad de la falta cometida por el trabajador, a la reincidencia y de los perjuicios causados a la Empresa, se aplicará una de las siguientes sanciones:

- a) Amonestaciones Verbales;

- b) Amonestaciones Escritas;
- c) Multas, hasta el 10% de la remuneración del trabajador;
- d) Terminación de la relación laboral, previo visto bueno sustanciado de conformidad con la Ley.

DE LAS SANCIONES PECUNIARIAS - MULTAS

Art.- 61. La amonestación escrita será comunicada al trabajador en persona, quien deberá suscribir la recepción del documento respectivo. En caso de negativa del trabajador a suscribir o recibir el documento de la amonestación, se dejará constancia de la presentación, y la firmará en nombre del trabajador su Jefe Inmediato, con la razón de que se negó a recibirla. Las amonestaciones escritas irán al expediente personal del trabajador.

Las amonestaciones por escrito que se realicen a un mismo trabajador por tres veces consecutivas durante un periodo de noventa días, serán consideradas como falta grave.

Art.- 62. La sanción pecuniaria es una sanción que será impuesta por el Gerente de Recursos Humanos, de oficio o a pedido de un jefe o de cualquier funcionario de la empresa; se aplicará en caso de que el trabajador hubiere cometido faltas leves, o si comete una falta grave a juicio del Gerente General y Gerente de Recursos Humanos no merezca el trámite de Visto Bueno, constituirá en el descuento de una multa de hasta el 10% de la remuneración del Trabajador. La sanción pecuniaria no podrá superar el 10% de la remuneración dentro del mismo mes calendario, y en el caso de reincidencia se deberá proceder a sancionar al trabajador siguiéndole el correspondiente trámite de Visto Bueno.

Art.- 63. Las multas serán aplicadas, a más de lo señalado en este reglamento, en los siguientes casos:

1. Provocar desprestigio o enemistad entre los componentes de LA EMPRESA, sean directivos, funcionarios o trabajadores;
2. No acatar las órdenes y disposiciones impartidas por su superior jerárquico;
3. Negarse a laborar durante jornadas extraordinarias, en caso de emergencia;
4. Realizar en las instalaciones de LA EMPRESA propaganda con fines comerciales o políticos;
5. Ejercer actividades ajenas a LA EMPRESA durante la jornada laboral;
6. Realizar reclamos infundados o mal intencionados;
7. No guardar la consideración y cortesía debidas en sus relaciones con el público que acuda a la Empresa;
8. No observar las disposiciones constantes en cualquier documento que LA EMPRESA prepare en el futuro, cuyo contenido será difundido entre todo el personal.
9. No registrar personalmente su asistencia diaria de acuerdo con el sistema de control preestablecido por el Departamento de Recursos Humanos;

DE LAS FALTAS EN GENERAL

Art.- 64. Las faltas son leves y graves, sin perjuicio de las multas a las que se refiere el artículo anterior.

DE LAS FALTAS LEVES

Art.- 65. Se considerarán faltas leves el incumplimiento de lo señalado en los artículos anteriores. Son además faltas leves:

- a) La reincidencia por más de tres veces en los casos que hayan merecido amonestación verbal dentro del mismo periodo mensual. La reincidencia que se refiere el presente literal será causal para una amonestación escrita.
- b) Excederse sin justificación en el tiempo de permiso concedido.
- c) La negativa del trabajador a utilizar los medios, recursos, materiales y equipos que le suministre la Empresa.
- d) Los trabajadores que, durante el último periodo mensual de labor, hayan recibido tres amonestaciones escritas.
- e) Los trabajadores que no cumplieren con responsabilidad y esmero las tareas a ellos encomendados.
- f) La negativa de someterse a las inspecciones y controles, así como a los exámenes médicos y chequeos.
- g) Poner en peligro su seguridad y la de sus compañeros. Si la situación de peligro se genere por hechos que son considerados faltas graves, se sancionarán con la separación del trabajador, previo visto bueno.
- h) Disminuir injustificadamente el ritmo de ejecución de su trabajo.
- i) El incumplimiento de cualquier otra obligación o la realización de cualquier otro acto que conforme otras disposiciones de este reglamento sean sancionadas con multa y no constituya causal para sanción grave.
- j) Ingresar datos erróneos en la facturación de productos y servicios.

- k) Recibir cheques de pago que no han sido llenados correctamente y que deban ser devueltos al suscriptor, multa de hasta el 10 % de la remuneración.

DE LAS FALTAS GRAVES

Art.- 66. Son Faltas graves aquellas que dan derecho a sancionar al trabajador con la terminación del contrato de trabajo. Las sanciones graves se las aplicará al trabajador que incurra en las siguientes conductas, a más de establecidas en otros artículos del presente Reglamento como el artículo 65 serán sancionados con multa o Visto Bueno dependiendo de la gravedad de la falta las siguientes:

- a) Estar incurso en una o más de las prohibiciones señaladas en el presente Reglamento, excepto en los casos en que el cometer dichas prohibiciones sea considerada previamente como falta leve por la Empresa, de conformidad con lo prescrito en este instrumento.
- b) Haber proporcionado datos falsos en la documentación presentada para ser contratado por la Empresa.
- c) Presentar certificados falsos, médicos o de cualquier naturaleza para justificar su falta o atraso.
- d) Modificar o cambiar los aparatos o dispositivos de protección o retirar los mecanismos preventivos y de seguridad adaptados a las máquinas, sin autorización de sus superiores.
- e) Alterar de cualquier forma los controles de la Empresa sean estos de entrada o salida del personal, reportes o indicadores de ventas, cuentas por cobrar, indicadores de procesos de la empresa, etc.

- f)** Sustraerse o intentar sustraerse de los talleres, bodegas, locales y oficinas dinero, materiales, materia prima, herramientas, material en proceso, producto terminado, información en medios escritos y/o magnéticos, documentos o cualquier otro bien.
- g)** Encubrir la falta de un trabajador.
- h)** No informar al superior sobre daños producto de la ejecución de algún trabajo, y ocultar estos trabajos.
- i)** Inutilizar o dañar materias primas, útiles, herramientas, máquinas, aparatos, instalaciones, edificios, enseres y documentos de la Empresa o clientes, así como vehículos pertenecientes a clientes.
- j)** Revelar a personas extrañas a la Empresa datos reservados, sobre la tecnología, información interna de la Empresa, e información del cliente.
- k)** Dedicarse a actividades que impliquen competencia a la Empresa; al igual que ser socio, accionista o propietario de negocios iguales o relacionados al giro del negocio de empresa, ya sea por sí mismo o interpuesta persona, sin conocimiento y aceptación escrita por parte del Representante Legal.
- l)** Los malos tratos de palabra u obra o faltas graves de respeto y consideración a jefes, compañeros, o subordinados, así como también el originar o promover peleas o riñas entre sus compañeros de trabajo;
- m)** Causar accidentes graves por negligencia o imprudencia;
- n)** Por indisciplina o desobediencia graves al presente Reglamento, instructivos, normas, políticas, código de conducta y demás disposiciones vigentes y/o que la Compañía dicte en el futuro.

- o)** Acosar u hostigar psicológica o sexualmente a trabajadores, compañeros o jefes superiores.
- p)** Por ineptitud en el desempeño de las funciones para las cuales haya sido contratado, el mismo que se determinará en la evaluación de desempeño.
- q)** Manejar inapropiadamente las Políticas de Ventas, promociones, descuentos, reservas, dinero y productos de la Empresa para sus Clientes; incumplimiento de las metas de ventas establecidas por la Gerencia; así como la información comercial que provenga del mercado. **r)** Los trabajadores que hayan recibido dos o más infracciones, de las infracciones señaladas como leves, dentro del periodo mensual de labor, y que hayan sido merecedores de amonestaciones escritas por tales actos. Sin embargo, si el trabajador tuviese tres amonestaciones escritas dentro de un periodo trimestral de labores, será igualmente sancionado de conformidad con el presente artículo.
- r)** Cometer actos que signifiquen abuso de confianza, fraude, hurto, estafa, conflictos de intereses, discriminación, corrupción, acoso o cualquier otro hecho prohibido por la ley, sea respecto de la empresa de los ejecutivos y de cualquier trabajador.
- s)** Portar armas durante horas de trabajo cuando su labor no lo requiera.
- t)** Paralizar las labores o Incitar la paralización de actividades.
- u)** Se considerará falta grave toda sentencia ejecutoriada, dictada por autoridad competente, que condene al trabajador con pena privativa de libertad. Si es un tema de transito es potestad de la empresa, si el trabajador falta más de tres días se puede solicitar visto bueno.

CAPÍTULO XVIII

DE LA CESACIÓN DE FUNCIONES O TERMINACIÓN DE CONTRATOS

Art.- 67. Los trabajadores de Gymline, cesarán definitivamente en sus funciones o terminarán los contratos celebrados con la Empresa, por las siguientes causas, estipuladas en el artículo 169 del Código del Trabajo:

- a) Por las causas legalmente previstas en el contrato
- b) Por acuerdo de las partes.
- c) Por conclusión de la obra, periodo de labor o servicios objeto del contrato.
- d) Por muerte o incapacidad del colaboradores o extinción de la persona jurídica contratante, si no hubiere representante legal o sucesor que continúe la Empresa o negocio.
- e) Por caso fortuito o fuerza mayor que imposibiliten el trabajo, como incendio, terremoto y demás acontecimientos extraordinarios que los contratantes no pudieran prever o que previsto, no pudieran evitar.
- f) Por visto bueno presentado por el trabajadores o empleador.
- g) Por las demás establecidas en las disposiciones del Reglamento Interno y Código del Trabajo.

Art.- 68. El trabajador que termine su relación contractual con Gymline, por cualquiera de las causas determinadas en este Reglamento o las estipuladas en el Código del Trabajo, suscribirá la correspondiente acta de finiquito, la que contendrá la liquidación pormenorizada de los derechos laborales, en los términos establecidos en el Código del Trabajo.

CAPITULO XIX

OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES PARA LA EMPRESA

Art.- 69. Son obligaciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a) Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
- b) Llevar un registro actualizado de los datos del trabajador y, en general de todo hecho que se relacione con la prestación de sus servicios.
- c) Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones.
- d) Tratar a los trabajadores con respeto y consideración.
- e) Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos y consultas de los trabajadores.
- f) Facilitar a las autoridades de Trabajo las inspecciones que sean del caso para que constaten el fiel cumplimiento del Código del Trabajo y del presente Reglamento.
- g) Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

Art.- 70. Son prohibiciones de la empresa, a parte de las establecidas en el Código de Trabajo, Estatuto, Código de Ética, las siguientes:

- a) Retener más del diez por ciento (10%) de la remuneración por concepto de multas;
- b) Exigir al trabajador que compre sus artículos de consumo en tiendas o lugares determinados;
- c) Imponer colectas o suscripciones entre los trabajadores;
- d) Hacer propaganda política o religiosa entre los trabajadores;
- e) Obstaculizar, por cualquier medio, las visitas o inspecciones de las autoridades del trabajo a los establecimientos o centros de trabajo, y la revisión de la documentación referente a los trabajadores que dichas autoridades practicaren;

CAPITULO XX SEGURIDAD E HIGIENE

Art.- 78. Se considerará falta grave la transgresión a las disposiciones de seguridad e higiene previstas en el ordenamiento laboral, de seguridad social y Reglamento de Seguridad y Salud Ocupacional de la empresa, quedando facultada la compañía para hacer uso del derecho que le asista en guardar la integridad de su personal.

DISPOSICIONES GENERALES

Art.- 79. Los trabajadores tienen derecho a estar informados de todos los reglamentos, instructivos, Código de conducta, disposiciones y normas a los que están sujetos en virtud de su Contrato de Trabajo o Reglamento Interno.

Art.- 80. La Empresa aprobará en la Dirección Regional del Trabajo, en cualquier tiempo, las reformas y adiciones que estime convenientes al presente Reglamento. Una vez

aprobadas las reformas o adiciones. La Empresa las hará conocer a sus trabajadores en la forma que determine la Ley.

Art.- 81. En todo momento la Empresa impulsará a sus Trabajadores a que denuncien sin miedo a recriminaciones todo acto doloso, daño, fraudes, violación al presente reglamento y malversaciones que afecten económicamente o moralmente a la Empresa, sus funcionarios o trabajadores.

Art.- 82. En todo lo no previsto en este Reglamento, se estará a lo dispuesto en el Código del Trabajo y más normas aplicables, que quedan incorporadas al presente Reglamento Interno de Trabajo.

Art.- 83. El presente Reglamento Interno de Trabajo entrará a regir a partir de su aprobación por el Director Regional de Trabajo y Servicio Público de Cereté Córdoba.

Atentamente,

Gerente General: Elizabeth Galeano Durante.