

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACION DE LA EMPRESA  
MOVIMIENTO FISICO (MOFIS) EN LA CIUDAD DE PEREIRA**

**JESSICA ARIAS LOAIZA  
DIANA MARCELA GRANADA ESPINOSA**

**UNIVERSIDAD TECNOLOGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE INGENIERIA  
PROGRAMA INGENIERIA INDUSTRIAL  
PEREIRA  
2015**

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACION DE LA EMPRESA  
MOVIMIENTO FISICO (MOFIS) EN LA CIUDAD DE PEREIRA**

**JESSICA ARIAS LOAIZA  
DIANA MARCELA GRANADA ESPINOSA**

**TRABAJO DE GRADO**

**DIRECTOR:**

**INGENIERO JHONIER CARDONA  
DOCENTE PROGRAMA DE INGENIERIA INDUSTRIAL**

**UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE INGENIERIA  
PROGRAMA DE INGENIERIA INDUSTRIAL  
PEREIRA  
2015**

**Nota de aceptación:**

---

---

---

---

---

**Firma del presidente del jurado**

---

**Firma del jurado**

---

**Firma del jurado**

Pereira, 18 de Junio de 2015

*A nuestros padres por depositar en nosotros todo su amor, confianza y fortaleza para afrontar todas las dificultades que se cruzan en el camino y por brindarnos la oportunidad de seguir afianzando nuestros conocimientos.*

*Dedicamos este trabajo a nuestras familias como muestra de agradecimiento por toda su dedicación y entrega durante todos estos años de nuestra vida.*

## **AGRADECIMIENTOS**

Les extendemos un sincero agradecimiento a todos los profesores del programa de Ingeniería Industrial por su gran acompañamiento en la formación académica y personal a lo largo de toda la carrera. También les agradecemos a nuestras familias por el apoyo y dedicación en todo momento, de lo contrario no hubiera sido posible culminar con éxitos esta etapa de nuestras vidas.

Al ingeniero Jhonier Cardona un inmenso agradecimiento por su paciencia y comprensión, y por sus explicaciones que en todo momento sirvieron de ayuda para realizar este trabajo. Por último pero no menos importante un agradecimiento a todos los compañeros que compartieron con nosotros en cada una de las ámbitos de la vida universitaria.

## TABLA DE CONTENIDO

	pág.
RESUMEN.....	16
ABSTRACT .....	17
INTRODUCCION.....	18
1. ASPECTOS GENERALES .....	19
1.1 TITULO DEL PROYECTO .....	19
1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACION .....	19
1.2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	19
1.2.2 FORMULACION DEL PROBLEMA.....	21
1.2.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA.....	21
1.3 OBJETIVOS.....	21
1.3.1 OBJETIVO GENERAL.....	21
1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	21
1.4 JUSTIFICACIÓN.....	22
1.5 MARCO REFERENCIAL.....	23
1.5.1 ANTECEDENTES.....	23
1.5.2 MARCO TEÓRICO.....	24
1.5.3 MARCO CONCEPTUAL.....	29
1.5.4 MARCO LEGAL.....	31
1.6 DISEÑO METODOLÓGICO.....	33

1.6.1	TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	33
1.6.2	MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	35
1.6.3	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	35
1.6.4	FUENTES DE INFORMACIÓN.....	36
1.7	UNIDAD DE ANÁLISIS, CRITERIOS DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD .....	36
2.	ESTUDIO DE MERCADOS .....	38
2.1	ANÁLISIS DE MERCADOS. ....	38
2.2	ENTORNO ECONÓMICO.....	39
2.3	ESTRATEGIAS DE MERCADEO .....	41
2.4	ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN.....	43
2.5	ANÁLISIS DE DEMANDA. ....	43
2.6	ANÁLISIS DE LA OFERTA.....	44
2.7	ANÁLISIS DE PRECIO.....	51
2.8	ANÁLISIS DEL MERCADO.....	52
2.9	ANÁLISIS DEL CLIENTE.....	52
2.10	RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	53
2.10.1	ANÁLISIS DE RESULTADOS OBTENIDOS A PARTIR DE LA ENCUESTA	
	53	
2.11	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADOS .....	66
3.	ESTUDIO TECNICO.....	67
3.1	LOCALIZACION .....	67

3.2	MACRO LOCALIZACIÓN .....	68
3.3	MICRO-LOCALIZACIÓN.....	68
3.4	MAQUINARIA Y EQUIPO REQUERIDO.....	71
3.5	DISTRIBUCIÓN DE PLANTA. ....	72
3.6	FLUJOGRAMA DE PROCESOS .....	73
3.7	CAPACIDAD DE SERVICIO .....	74
3.8	CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TECNICO.....	75
4.	ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	76
4.1	ANÁLISIS DOFA.....	76
4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	79
4.3	ORGANIGRAMA .....	82
4.4	PERFIL DE CARGO .....	83
4.5	ESTUDIO LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL .....	95
4.5.1	ESTUDIO LEGAL.....	96
4.5.2	ESTUDIO SOCIAL.....	96
4.5.3	ESTUDIO AMBIENTAL.....	96
4.6	CONCLUSIONES ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	97
5.	ESTUDIO FINANCIERO.....	98
5.1	PRESUPUESTO DE INVERSIONES.....	98
5.2	PRESUPUESTO DE VENTAS.....	99
5.3	COSTOS DE OPERACIÓN .....	102



5.4 ESTADO DE RESULTADOS .....	103
5.5 FLUJO DE CAJA .....	104
5.6 FLUJO DE CAJA .....	105
5.7 PROYECCIÓN DEL BALANCE GENERAL.....	107
5.8 CONCLUSIONES ESTUDIO FINANCIERO.....	109
6. CONCLUSIONES.....	110
7. RECOMENDACIONES.....	111
8. BIBLIOGRAFIA.....	112
ANEXOS .....	114

## LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Población urbana y rural según estrato socioeconómico (personas) de la ciudad de Pereira (Risaralda) .....	36
Tabla 2. Fijación de precios (Paquete oro) .....	41
Tabla 3. Fijación de precios (Paquete plata).....	42
Tabla 4. Fijación de precios (Paquete bronce).....	42
Tabla 5. Análisis retrospectivo de la demanda.....	44
Tabla 6. Análisis prospectivo de la demanda.....	44
Tabla 7. Competencia directa .....	45
Tabla 8. Competencia indirecta .....	47
Tabla 9. Genero .....	53
Tabla 10. Edad.....	54
Tabla 11. ¿Con qué frecuencia realiza usted ejercicios?.....	55
Tabla 12. ¿Pertenece usted a un centro especializado en el tratamiento contra el sobrepeso y la obesidad? .....	56
Tabla 13. ¿Cree usted importante tener un peso saludable? .....	57
Tabla 14. Si sufriera de sobrepeso y obesidad, y si existiera un centro especializado de servicios para manejar el control de peso ¿Acudiría usted a este lugar?.....	58
Tabla 15. ¿Cuáles de los siguientes servicios le gustaría encontrar en el centro de control de peso y obesidad? .....	59

Tabla 16. ¿Conoce a alguien cercano a usted que sufra de sobrepeso u obesidad? .....	61
Tabla 17. ¿Si el centro existiera hoy, recomendaría sus servicios? .....	61
Tabla 18. ¿Estaría dispuesto a pagar por el control de su peso? .....	62
Tabla 19. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio? .....	63
Tabla 20. Si no hay posibilidad de que use el servicio ¿cuál sería el motivo? .....	64
Tabla 21. Calificación y ponderación de la Micro- localización. ....	70
Tabla 22. Maquinaria y Equipo Requerido .....	71
Tabla 23. Tabla. Capacidad máxima instalada por profesional/día.....	74
Tabla 24. Análisis DOFA.....	76
Tabla 25. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Administrador .....	83
Tabla 26. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Secretaria .....	84
Tabla 27. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Contador Público.....	85
Tabla 28. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Medico General.....	86
Tabla 29. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Nutricionista. ....	87
Tabla 30. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Psicólogo.....	88
Tabla 31. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Especialista en tratamientos estéticos no invasivos. ....	90
Tabla 32. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Acondicionador Físico. .....	91
Tabla 33. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Director Comercial. ..	92
Tabla 34. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Vendedor externo.....	94
Tabla 35. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Auxiliar de Aseo .....	95

Tabla 36. Presupuesto de inversiones.....	99
Tabla 37. Número de clientes Año 1.....	99
Tabla 38. Personas nuevas a atender Año 1.....	100
Tabla 39. Número de Clientes por año. ....	100
Tabla 40. Personas nuevas a atender por año. ....	101
Tabla 41. Presupuesto de Ventas.....	102
Tabla 42. Costos de Operación. ....	102
Tabla 43. Estado de Resultados Proyectado.....	104
Tabla 44. Flujo de Caja Libre.....	104
Tabla 45. Flujo de Caja.....	106
Tabla 46. Balance General Proyectado. ....	107

## LISTA DE GRAFICAS

	Pág.
Grafico 1. Genero .....	54
Grafico 2. Edad .....	55
Grafico 3. ¿Con qué frecuencia realiza usted ejercicios? .....	56
Grafico 4. ¿Pertenece usted a un centro especializado en el tratamiento contra el sobrepeso y la obesidad? .....	57
Grafico 5. ¿Cree usted importante tener un peso saludable? .....	58
Grafico 6. Si sufriera de sobrepeso y obesidad, y si existiera un centro especializado de servicios para manejar el control de peso ¿Acudiría usted a este lugar? .....	59
Grafico 7. ¿Cuáles de los siguientes servicios le gustaría encontrar en el centro de control de peso y obesidad? .....	60
Grafico 8. ¿Conoce a alguien cercano a usted que sufra de sobrepeso u obesidad? .....	61
Grafico 9. ¿Si el centro existiera hoy, recomendaría sus servicios? .....	62
Grafico 10. ¿Estaría dispuesto a pagar por el control de su peso? .....	63
Grafico 11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio? ....	64
Grafico 12. Si no hay posibilidad de que use el servicio ¿cuál sería el motivo? ...	65
Grafico 13. Mapa Macro-localización .....	68
Grafico 14. Microlocalizacion Centro de Pereira .....	69

Grafico 15. Microlocalizacion Circunvalar .....	69
Grafico 16. Microlocalizacion Álamos .....	70
Grafico 17. Distribución de la Empresa.....	72
Grafico 18. Esquema general de estructura en secuencia de procesos .....	73
Grafico 19. Organigrama .....	82

## LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Encuesta. ....	114
Anexo B. Flujograma de Procesos.....	116

## RESUMEN

El proyecto tiene como objetivo realizar un estudio de viabilidad para la creación y puesta en marcha de una empresa dedicada a la atención integral de personas con sobrepeso u obesidad, en donde se tuviera la posibilidad de brindarle a la población Pereira, servicios desde un ámbito integral (Médico, Psicológico, nutricional, estético, etc.) para tratar esta pandemia de orden mundial.

En el estudio en primer lugar, se planteó el problema y los objetivos que establecerían la viabilidad de la empresa tanto económica como financieramente, siguiendo de esta manera un orden metodológico, realizando encuestas a los posibles clientes y recurriendo a fuentes de investigación que permitieron establecer la población y muestra a estudiar durante el estudio, el cual arrojó como resultado las posibles reacciones de los clientes en cuanto a la creación de la empresa como tal.

Se realizó un estudio de mercados donde se analizó el sector, la demanda y oferta, y de igual forma se logró determinar los precios. Con el estudio técnico se estableció la localización más adecuada y los recursos necesarios para el desarrollo del proyecto. En el estudio administrativo- legal se estableció como primera medida los requisitos necesarios para la constitución de la empresa, la estructura organizativa, el análisis de cargos y el organigrama; además para el estudio legal se investigó acerca de las leyes y normas que rigen para la creación de una empresa como esta. Finalmente se realizó un estudio financiero, en el cual se planteó presupuestos para la inversión, ventas, costos de operación y balance general que muestran como resultado un análisis en cuanto a la rentabilidad y riesgos, para visualizar la demanda y los ingresos que la empresa generara en un futuro próximo.



## **ABSTRACT**

The project aims to conduct a feasibility study for the creation and implementation of a company dedicated to comprehensive care of people who are overweight or obese, where it's has the possibility of providing the population Pereira, services since a comprehensive scope (medical, psychological, nutritional, aesthetic, etc.) to deal with this global pandemic.

In the first study, the problem and the objectives to establish the viability of the company both economically and financially, thus following a methodological order was raised, by conducting surveys potential customers and using research sources that allowed establishing the population and samples to study during the investigation period, the results of which were the possible reactions of customers about the establishment of the company as such.

A study of market where the sector was analyzed was performed, demand and supply, and likewise was possible to determine prices. With the technical study the most appropriate location and resources needed for the project was established. In the administrative-legal study was established as a first measure the requirements for the establishment of the company , organizational structure, analysis of positions and the organization chart; in addition for the legal study was investigated about the laws and rules governing the creation of a company like this. Finally, a financial study was made, in which budgets for investment, sales, operating costs and balance sheet which shows results of an analysis in terms of profitability and risks was raised, to visualize demand and revenue that company will generate in the near future.

## INTRODUCCION

Esta era se caracteriza principalmente por el continuo interés del ser humano en la ejecución de ideas innovadoras que giran en torno a la satisfacción de necesidades detectadas en un ambiente específico. De allí nace la idea de desarrollar un proyecto que diera solución a una problemática descubierta en la región.

A lo largo de la historia, la población humana ha sufrido de manera significativa por los desórdenes alimenticios, esto ha llevado a que se presenten altos índices de enfermedades no transmisibles como lo son el sobrepeso y la obesidad. En torno al tratamiento de esta pandemia de orden mundial y a la satisfacción de la misma surge la idea de negocio aquí presentada.

Por esta razón se busca con el presente proyecto determinar la viabilidad de la creación de una empresa para el tratamiento del sobrepeso y obesidad, no ajena a la región.

Sin duda alguna son muchos los aspectos que estimulan a presentar este proyecto, además de lanzar al mercado un servicio diferente, que muestre la capacidad innovadora y creativa del ser humano. Uno de los puntos a favor es que en el departamento de Risaralda, en este caso la ciudad de Pereira principalmente, no existe una empresa que tenga dentro de su portafolio, un servicio de este tipo.

Para dar inicio al proyecto se realizaron una serie de estudios que mostraran la viabilidad y aspectos que permitieron realizar un análisis claro acerca de la puesta en marcha de la empresa "Movimiento Físico (MOFIS)".

## 1. ASPECTOS GENERALES

### 1.1 TITULO DEL PROYECTO

Estudio de viabilidad para la creación de la empresa Movimiento Físico (MOFIS) en la ciudad de Pereira

### 1.2 PROBLEMA DE INVESTIGACION

#### 1.2.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los seres humanos al igual que el resto de los seres vivos, necesitan de la alimentación para la supervivencia, sin embargo la ingesta de alimentos ha pasado de ser una necesidad fisiológica, para convertirse en un problema de salud referido al aumento de peso, lo que ha generado las enfermedades de sobrepeso y obesidad es decir un aumento de índice de masa corporal (IMC)<sup>1</sup>.

Lo más grave del aumento de peso es que no solo genera un aumento del IMC sino que también desarrolla enfermedades crónicas no transmisibles como diabetes, enfermedades cardiovasculares, hipertensión, accidentes cerebro-vasculares y ciertas formas de cáncer<sup>2</sup>.

Las personas con obesidad tienen un riesgo de mortalidad hasta 12 veces mayor que las personas que se encuentran en su peso ideal. Lo anterior ha conllevado a que la OMS considere el sobrepeso y la obesidad como la enfermedad del siglo XXI, clasificándola dentro del grupo de enfermedades no transmisibles o ENT<sup>3</sup>.

El sobrepeso y la obesidad fueron responsables de 2.8 millones de muertes en el 2004 y fueron clasificados como el quinto factor de riesgo de muerte a nivel mundial.

---

<sup>1</sup>Indicador definido como el peso en kilogramos dividido por el cuadrado de la altura en metros (Kg/m<sup>2</sup>), de este modo, un IMC SUPERIOR A 25 Kg/m<sup>2</sup> se define como sobrepeso, y un IMC superior a 30Kg/m<sup>2</sup> se define como obesos.

<sup>2</sup> Artículo sobrepeso y obesidad [en línea]. <[http://www.nhlbi.nih.gov/health/dcisp/diseases/obe/obe\\_risks.html](http://www.nhlbi.nih.gov/health/dcisp/diseases/obe/obe_risks.html)> [citado 18 enero 2015 ]

<sup>3</sup>SOTO, Hernández Liliana. Obesidad “Pandemia del siglo XXI” [en línea]. <[www.lanacion.com.co](http://www.lanacion.com.co)> Marzo 14 2010.

Sin embargo, es el tercero en países de ingresos medios como Colombia, cobrando el 6.7% del total de muertes. Adicionalmente, el 65% de la población mundial vive en países donde estas dos enfermedades matan a más personas que la desnutrición.

La evidencia científica ha encontrado que la obesidad disminuye la esperanza de vida en siete años a partir de los 40 años de edad. Adicionalmente, ha evidenciado una relación positiva entre el IMC superior a 25, el aumento del riesgo de tener enfermedad coronaria, diabetes, cáncer y el riesgo de morir por las mismas enfermedades. Debido a que estos tres grupos de enfermedades junto con la enfermedad pulmonar crónica son las responsables del 60% de las muertes a nivel mundial ha surgido la necesidad inmediata de prevenir la mortalidad por estas enfermedades, disminuyendo la incidencia de los factores de riesgo prevenibles, dentro de los que se encuentran el sobrepeso y la obesidad.

En Colombia la prevalencia de exceso de peso presenta una tendencia ascendente en los últimos 5 años. Pasando de 46% en el 2005 a 51.2% en el 2010. A pesar de que tanto el sobrepeso como la obesidad aumentaron, cabe resaltar que hubo un aumento mayor en el porcentaje de obesos (2.8 puntos porcentuales). Esta condición es más prevalente en las mujeres (55,2 %mujeres, 45,6% hombres) y en el grupo de edad de 50 a 64 años siendo mayor la obesidad en este grupo de edad que en el resto<sup>4</sup>.

Con base a lo anterior , se reconoce que el sobrepeso y la obesidad son enfermedades mundiales, sin embargo llama la atención el hecho del bajo índice de efectividad de tratamientos frente a la intervención de la misma, de allí que esta propuesta ofrezca servicios de salud desde la promoción y prevención de enfermedades crónicas no transmisibles (sobrepeso, obesidad, insuficiencia renal), a través de herramientas tecnológicas virtuales e innovadoras que motiven a la persona a superarse a sí misma, con el apoyo permanente de un grupo interdisciplinario que desarrollará las actividades en ambientes saludables o desde su propio hogar de acuerdo a las necesidades del individuo.

---

<sup>4</sup> Así vamos en salud [en línea]. < <http://www.asivamosensalud.org/>> [citado de enero 2015]

### **1.2.2 FORMULACION DEL PROBLEMA**

¿Cuál es la viabilidad tanto económica como financiera de crear una empresa dedicada a la atención de las personas con sobrepeso y obesidad en la ciudad de Pereira?

### **1.2.3 SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA**

- ¿Según el estudio de mercados, el segmento de la población a la cual va dirigido el proyecto, será significativo para la creación de la empresa, y estarán dispuestos a pagar por el servicio prestado?
- ¿El estudio técnico ha definido claramente la inversión requerida, tamaño y localización de las instalaciones, y la forma en que se organizará la empresa con respecto a los costos de inversión y operación?
- ¿Cuál es el modelo administrativo y organizacional que determinará la forma como va ser gestionada la empresa y los recursos disponibles para hacerlo, así como el tipo de sociedad a crear?
- ¿Según los resultados del estudio financiero la creación de la empresa MOFIS es viable o no?
- ¿Se contará con capital propio o de terceros para las fases iniciales del proyecto? ¿Y cuánto tiempo tardará en recuperarse la inversión?

## **1.3 OBJETIVOS**

### **1.3.1 OBJETIVO GENERAL**

Realizar un estudio de viabilidad para la creación de empresa Movimiento Físico “MOFIS” en la ciudad de Pereira.

### **1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Elaborar un estudio de mercados para determinar el segmento de la población a la cual se va a dirigir la empresa MOFIS.
- Efectuar el estudio técnico para conocer la forma en que se organizará la empresa con respecto a locación y el proceso de prestación del servicio.

- Hacer el estudio organizacional para determinar el sistema de comunicación y los niveles de responsabilidad y autoridad de la organización estableciendo las normas, y responsabilidades de cada área de la empresa en el momento de construir la empresa y en el funcionamiento una vez se haya puesto en marcha.
- Construir el estudio financiero para efectuar una evaluación financiera del proyecto que permita determinar su viabilidad económica.
- Determinar los posibles costos que la empresa tendría en el momento que se decida llevar a cabo el proyecto, en sus inicios y tiempo de recuperación del dinero.

#### 1.4 JUSTIFICACIÓN

Referente a las enfermedades crónicas y algunos factores de riesgo asociados con estilos de vida, cabe destacar que las crónicas no transmisibles ocupan el primer puesto entre las principales causas de enfermedad y muerte de la población<sup>5</sup>. Un tema que hasta el momento se ha centrado en la intervención de sus causas físicas y sus hábitos alimentarios; muchos de los casos de sobrepeso y obesidad están ligados en procesos genéticos y/o herencia como emocionales, que bloquean a las personas a tener una conducta autodestructiva, en donde los alimentos se convierten en el elemento agresor. La falla de muchos de los tratamientos que en la actualidad se realizan para bajar de peso, se ven afectados por los vínculos emocionales que los seres humanos tienen y sienten diariamente. De este modo la intervención no será de como ingerir los alimentos adecuadamente, sino que habrá que ir a la raíz del problema; se generara estrategias de intervención que apunten a todas las áreas de lo humano, esto es, a su área física, social, pero sobre todo emocional; Pues como lo cita la OMS “las intervenciones de salud eficaces reconocen que la comida y la actividad física son comportamientos humanos que responden a una variedad de factores, no solo a una buena información. Por consiguiente, los estrategias de salud tiene que tener en cuenta todos los factores que influyen en los comportamientos humanos claves”<sup>6</sup> Como se puede observar la

---

5 DECRETO 3039 DE 2007 Plan Nacional de Salud Pública. Página web [en línea]. <<http://guajiros.udea.edu.co/fnsp/cvsp/politicaspUBLICAS/decreto%203039.pdf>> Hoja 25 [citado 21 de enero 2015]

6 Estrategia mundial sobre alimentación saludable, actividad física y salud (DPAS). Plan de implementación en América Latina y el Caribe. 2006 – 2007. Organización Panamericana de salud. pág.16.

obesidad es una enfermedad mundial y nociva, que no solo afecta el cuerpo sino la mente, de allí que las consecuencias de dicha enfermedad manifiesta síntomas de agotamiento y deterioro de las actividades, sino también un daño a nivel emocional, afectando así la autoestima, sobresaltando con ende las relaciones básicas e interpersonales sanas.

Por ello la importancia de realizar el estudio de viabilidad para la creación de empresa MOFIS en el municipio de Pereira, con el fin de generar propuestas para personas con desórdenes alimenticios, enfocándonos en los factores físicos, nutricionales y emocionales de los seres humanos que sufren de enfermedades tales como sobrepeso y obesidad.

## **1.5 MARCO REFERENCIAL**

### **1.5.1 ANTECEDENTES**

En años anteriores se han desarrollado varios proyectos en la ciudad donde se busca establecer si estos son viables o factibles, se han desarrollado estudios diferentes para analizar la viabilidad de creación de empresa, la formación y realización de estas, buscan diversas opciones de desarrollo desde los fines u objetivos de entes privados, que se salgan o estén fuera de las propuestas del gobierno para responder a las distintas y cada vez más complejas demandas sociales y de salud de las comunidades, las cuales no son solucionadas en su totalidad.

En la ciudad de Pereira se ha visto la necesidad de crear empresa, ya que existen variadas necesidades que han dado luz a los emprendedores de formar empresa, trayendo consigo progreso para la región ofreciendo empleo y brindando un producto o servicio que realmente sirva para suplir las necesidades que tiene la comunidad de Pereira, alguno de los proyectos de creación de empresa han tenido éxito ya que han llegado a realizarse, entre ellos se tienen proyectos como la creación de una ludoteca para niños en edades de 3 a 10 años; donde los padres puedan compartir pequeños momentos del día debido al trabajo y vean a sus hijos alegres, jugando al aire libre; también se tiene el caso de creación de un centro de enseñanza del idioma inglés, donde la comunidad de Pereira puede hacerse fuerte con una segunda lengua en este caso de inglés, desde cortas edades, hasta edad de madurez; además se tiene la creación de una empresa fabricante y comercializadora de tarjetas regalo para que los pereiranos puedan hacer un detalle bonito a un precio bajo, esto surge debido a los altos costos que pueden tener las

tarjetas importadas; a su vez se tuvo la creación de una empresa dedica a elaborar productos a partir de llantas usadas, enfocándose en el cuidado del ambiente, y en el manejo de los residuos.

En todos los casos mencionados anteriormente en la ciudad de Pereira, los proyectos resultaron viables, esto demuestra el potencial que se tiene para los ingeniosos, además muestra también que la creación de empresa en la ciudad es posible desde que se estructure bien el proyecto y se cuente con apoyo de la ciudadanía que acepta los productos o servicios ofrecidos, esto es un buen indicio para continuar con el proyecto de la creación de empresa MOFIS, la cual está comprometida con la salud de la comunidad y un mejor estilo o calidad de vida.

## **1.5.2 MARCO TEÓRICO**

### **¿Qué es un estudio de viabilidad?**

Según la revista dinero<sup>7</sup>, el estudio de viabilidad reúne en un documento único toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha. Presentar este estudio es fundamental para buscar financiamiento de los socios o inversionistas y sirve de guía para quienes están en la empresa.

También afirma la revista dinero, que “en el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al accionar sobre esta de una manera determinada. Se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha”.

Es importante destacar que si bien los aspectos financieros y económicos son fundamentales, un estudio de viabilidad no debe limitarse solo a planillas de cálculos y números. La información cuantitativa debe estar sustentada en propuestas estratégicas, comerciales, de operaciones y de recursos humanos.

Módulos que debe contener el estudio de viabilidad.

---

<sup>7</sup> Colombia.Como armar un plan de negocios. Revista Dinero.2003 [en línea]. < [www.dinero.com.ve/plan de negocios.html](http://www.dinero.com.ve/plan%20de%20negocios.html).>



## Resumen ejecutivo

Es un breve análisis de los aspectos más importantes del proyecto. Debe describir en pocas palabras el servicio, el mercado, la empresa, los factores de éxito del proyecto, los resultados esperados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales.

El objetivo de este resumen es captar la atención del lector y facilitar la comprensión de la información que el estudio contiene.

### 1. Investigación de mercados

Lanzar un servicio sin conocer a profundidad el mercado, será un grave error, por lo tanto se deberá utilizar una de las herramientas más importantes que nos da la ingeniería industrial, esta es la investigación de mercados. En sus resultados se fundamenta gran parte de la información de un plan de negocios: cuales son las necesidades insatisfechas, cual es el mercado potencial, que buscan los consumidores, que precios están dispuestos a pagar.

Resumiendo la investigación de mercados se utiliza para conocer la oferta y demanda. En el caso de la oferta se hará referencia sobre cuáles son los negocios similares y que beneficios ofrecen, es decir, cuál es su factor diferenciador. En el caso de la demanda se relaciona quiénes son y que quien los clientes.

- **Análisis del sector:** Es el diagnóstico de la estructura actual del mercado nacional, desarrollo tecnológico e industrial del sector; importaciones y exportaciones del servicio a nivel nacional especialmente en el posible mercado objetivo.
- **Análisis del mercado:** mercado objetivo, justificación del mercado objetivo, estimación del mercado potencial, estimación del segmento del mercado (tamaño y crecimiento).
- **Análisis del cliente:** perfil del cliente, localización del segmento, elementos que influyen en la compra (proceso de compra y frecuencia), aceptación del servicio, factores que puedan afectar el consumo y tendencias de consumo.
- **Análisis de competencia:** identificación de principales participantes y competidores potenciales, costo del servicio que se prestara, análisis de servicios sustitutos, análisis de precios de venta del servicio y de la

competencia, imagen de la competencia percibida de los competidores ante los clientes

### **Estrategia de mercadeo**

Concepto del servicio: descripción básica, especificaciones o características, utilidad del servicio, diseño, calidad, fortalezas y debilidades del servicio frente a la competencia e identificación de los factores críticos de éxito del negocio.

### **Mezcla de marketing:**

- Estrategia de producto: Marca, ciclo de vida (acciones estratégicas), presupuesto.
- Estrategia de distribución: Alternativas de penetración, alternativas de comercialización.

## **2. Viabilidad legal**

El estudio de viabilidad legal debe informar si la legalidad vigente permite, o más bien no impide la realización del proyecto empresarial.

## **3. Viabilidad técnica**

Un estudio de viabilidad técnica debe proveer información sobre las diversas formas de materializar el proyecto o los diferentes procesos que pueden utilizarse para producir un bien o servicio. El estudio deberá contener una estimación de los requerimientos de capital, mano de obra y recursos materiales, tanto para la puesta en marcha, como para el estado de operación del proyecto.

La información técnica obtenida se utiliza para determinar cuál es la forma más eficiente de materializar el proyecto. Esta determinación de eficiencia, se hace basándose en criterios técnicos y económicos, esto ha de ser así, puesto que puede ocurrir que una solución óptima desde el punto de vista técnico, no lo sea desde un punto de vista económico.

## **4. Viabilidad financiera**

El estudio de la viabilidad financiera no es otra cosa que ver si existe suficiente dinero para financiar los gastos e inversiones que implica la puesta en marcha y operación del proyecto.

Por lo general, se dice que los buenos proyectos, es decir, aquellos con rentabilidad alta, con un riesgo razonable y bien evaluado, encuentran financiamiento con cierta facilidad. También se afirma que los proyectos deben ser evaluados con independencia de las fuentes de financiamiento. Lo que se observa en la realidad es, que no es fácil conseguir recursos financieros si no se cuenta con garantías reales.

El estudio de viabilidad financiera debe mostrar que con las diferentes fuentes de financiamiento a las que puede acceder el proyecto, es posible financiar todas las etapas del mismo. Estas fuentes pueden ser propias (capital aportado por los mismos socios), bancos, financieras, cooperativas de ahorro y crédito, fuentes externas, etc.

### **Beneficio neto**

Es el beneficio bruto, después de restar las amortizaciones y los impuestos.

### **Costos operativos**

En cualquier período de tiempo representa lo que le cuesta a una compañía hacer negocios, los salarios, electricidad, renta, etc. implicados en los asuntos del negocio.

### **Depreciaciones**

En la cuenta de pagos y ganancias la amortización recoge el uso que se hace de un activo productivo que tiene una vida útil, computado como la parte proporcional del costo de adquisición en el periodo de cálculo respecto de la vida útil.

### **Gastos financieros**

Comprenden los gastos en que se incurran, relacionados con las operaciones financieras. Incluyen, entre otros, conceptos tales como: intereses, gastos y comisiones bancarias pagados, por gastos por fluctuaciones de las tasas de cambio, multas, sanciones, morosidad e indemnizaciones, descuentos por pronto pago y bonificaciones concedidas a los clientes y cancelación de cuentas por cobrar, cuando no se ha creado la provisión correspondiente.

### **Ingresos**

Los ingresos son incrementos del patrimonio neto, distintos de las aportaciones de fondos a la entidad por parte de los propietarios, como consecuencia de las actividades económicas de venta de bienes o prestación de servicios o como

consecuencia de las variaciones en el valor de activos y pasivos que deben reconocerse contablemente.

### **Inversión**

Es todo aumento del activo de una empresa realizado con motivo de la creación de empresa, necesidad, reducción de costos, incremento de ventas, nuevos productos, mercados, con el fin de obtener una rentabilidad futura en forma de flujos de caja, en un contexto de riesgo e incertidumbre.

### **Rentabilidad**

Ganancia en dinero, bienes o servicios que una persona o empresa obtiene de sus actividades profesionales o de transacciones mercantiles y civiles.

### **Relación Beneficio/ costo**

Toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultado, para determinar cuáles son los beneficios por cada peso que se sacrifica en el proyecto.

### **Tasa interna de retorno (TIR)**

Herramienta para el análisis de rentabilidad de flujos de fondos, que se define como la tasa de descuento de los flujos en la que el valor presente neto se hace igual a cero.

### **Valor Presente Neto (VPN)**

Es la herramienta de mayor utilización a la hora de evaluar proyectos de inversión a largo plazo. Permite determinar si una inversión cumple con el objetivo básico financiero: maximizar la inversión.

### **Viabilidad de gestión**

La gestión o administración de un proyecto es de vital importancia, especialmente cuando es necesario crear una empresa para ponerlo en operación. Una gestión eficiente hace más probable que los beneficios netos obtenidos sean iguales o mayores a los estimados en el proyecto. Muchos buenos proyectos fracasan por mala gestión.

En algunos casos el estudio de viabilidad de gestión pierde importancia, por ejemplo, cuando se trata de producir un bien o servicio en una empresa en marcha o cuando el proceso de producción requiere de un diseño organizacional muy simple.

Este estudio debe contener a lo menos lo siguiente:

Estructura organizativa que más se adecue a las necesidades de puesta en marcha y operación del proyecto.

Con base en la estructura organizacional, se debe definir las necesidades de personal y estimar los costos de mano de obra y honorarios profesionales.

Requerimiento de sistemas para una gestión eficiente. (Sistema contable, inventarios, cobranzas, abastecimiento o proveedores, clientes o socios, etc.). Una estimación de la infraestructura requerida y del equipamiento correspondiente.

## **6. Viabilidad económica**

El estudio de la viabilidad económica no es otra cosa que la evaluación del proyecto. En esta parte se calcula la rentabilidad del proyecto. Para ello, se utilizan diversos indicadores, los más usados son el Valor Presente Neto (VPN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), también se puede usar la razón Beneficio Costo (B/C), indicadores de Costo Efectividad o de Período de Recuperación de la Inversión.

En esta parte se ordenan los ítems de inversiones, de ingresos de operación (información que proporciona el estudio de mercado), los costos de operación, impuestos, depreciación, etc. Con estos ítems ordenados se construyen los flujos netos de efectivo que son el insumo básico utilizado en la evaluación económica del proyecto.

### **1.5.3 MARCO CONCEPTUAL**

#### **La obesidad: Un desorden metabólico de alto riesgo para la salud.**

Carlos Hernán Daza. (Doctor experto en el tema)

La obesidad es un trastorno metabólico y nutricional de serias consecuencias para la salud. A pesar de existir un mejor conocimiento clínico y epidemiológico del problema, la prevalencia de la obesidad ha aumentado significativamente en países industrializados y en desarrollo. Existen pautas estandarizadas para el diagnóstico clínico-nutricional y el tratamiento multifactorial de la obesidad con énfasis en la promoción de estilos de vida saludable que incluyan alimentación balanceada, mayor actividad física y disminución del sedentarismo. Se reconoce el alto riesgo que representa la obesidad en la incidencia de varias enfermedades crónicas: hipertensión arterial, enfermedad isquémica coronaria, accidentes cerebro-

vasculares, diabetes tipo 2 y ciertas formas de cáncer, que son causa importante de morbilidad y mortalidad en los países del hemisferio occidental.

*Libro guía obesidad actual.*

**Sobrepeso:** Estrictamente es el aumento del peso corporal por encima de un patrón dado en relación con la talla. Un exceso de peso no siempre indica un exceso de grasa (obesidad), así ésta sea la causa más común, ya que puede ser resultado de exceso de masa ósea, o músculo, la situación anatómica de aquellos individuos cuyo IMC se encuentra entre 25 y 29,9 Kg/m<sup>2</sup>.

Se divide en dos categorías, con una nomenclatura específica:

- Grado I..... IMC 25 - 26,9
- Grado II (pre obesidad)..... IMC 27 - 29,9

**Alimentación:** Es el conjunto de acciones mediante las cuales se proporcionan los alimentos indispensables al organismo.

**Nutrición:** Es el conjunto de procesos mediante los cuales el organismo incorpora, transforma y utiliza los nutrientes contenidos en los alimentos.

**Dietética:** Es la ciencia que se ocupa de evaluar la utilización de los alimentos de forma adecuada.

**Nutrientes:** son las sustancias químicas exteriores que necesita la célula para realizar sus funciones vitales.

**Índice de masa corporal:** Es el método de referencia como parámetro de equilibrio ponderal consistente en el cociente que resulta de dividir el peso expresado en Kilos (kg) por la talla expresada en metros al cuadrado (m<sup>2</sup>).

Es el parámetro más aceptado para clasificar y definir la obesidad, ya que muestra una buena correlación con la masa grasa corporal en la mayoría de los casos y es fácil de obtener y reproducir.

**Masa grasa y libre de grasa:** Son los dos compartimientos principales del cuerpo desde el punto de vista funcional. La masa libre de grasa está compuesta fundamentalmente por músculo, hueso y órganos vitales y la masa grasa que

incluye la grasa subcutánea, visceral y la parda (que en el adulto es prácticamente residual).

#### 1.5.4 MARCO LEGAL

**Ley N° 1355.** “Por medio de la cual se define la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a esta como una prioridad de salud pública y se adoptan medidas para su control, atención y prevención”.<sup>8</sup>

Artículo 1°. Declárese. La obesidad como una enfermedad crónica de Salud Pública, la cual es causa directa de enfermedades cardíacas, circulatorias, colesterol alto, estrés, depresión, hipertensión, cáncer, diabetes, artritis, colon, entre otras, todos ellos aumentando considerablemente la tasa de mortalidad de los colombianos.

Artículo 2°. Ámbito de aplicación. Las determinaciones establecidas en esta ley serán aplicables a las Entidades y Organizaciones del Estado a nivel nacional y territorial responsables de promover los ambientes sanos, la actividad física, la educación, la producción y la distribución de alimentos; así como a las entidades encargadas de la prestación y la garantía de los servicios de salud y los sectores de transporte aéreo, marítimo y seguridad vial. Serán beneficiarios de esta ley la población colombiana, en especial los grupos vulnerables.

Artículo 3°. Promoción. El estado a través de los Ministerios de la Protección Social, Cultura, Educación, Transporte, Ambiente y Vivienda y desarrollo territorial y Agricultura y Desarrollo Rural y de las Entidades Nacionales Públicas de orden nacional Col deportes, el ICBF y Departamento Nacional de Planeación, promoverá políticas de Seguridad Alimentaria y Nutricional, así como de Actividad Física dirigidas a favorecer ambientes saludables y seguros para el desarrollo de las mismas. Estas políticas se complementarán con estrategias de comunicación, educación e información.

Artículo 4°. Estrategias para promover una Alimentación Balanceada y Saludable. Los diferentes sectores de la sociedad impulsarán una alimentación balanceada y saludable en la población colombiana, a través de las siguientes acciones:

- Los establecimientos educativos públicos y privados del país en donde se ofrezcan alimentos para el consumo de los estudiantes deberán garantizar la disponibilidad de frutas y verduras.

- Los centros educativos públicos y privados del país deberán adoptar un programa de educación alimentaria siguiendo los lineamientos y guías que desarrollen el

---

<sup>8</sup> Ley N° 1355. [en línea]. <<http://web.presidencia.gov.co/leyes/2009/octubre/ley135514102009.pdf>> [citado 25 enero 2015]

Ministerio de la Protección Social y el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, para promover una alimentación balanceada y saludable, de acuerdo con las características culturales de las diferentes regiones de Colombia.

- El Gobierno Nacional a través del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, deberá establecer mecanismos para fomentar la producción y comercialización de frutas y verduras, con participación de los entes territoriales, la empresa privada y los gremios de la producción agrícola.

Artículo 5°. Estrategias para promover Actividad Física. Se impulsarán las siguientes acciones para promover la actividad física:

- El Ministerio de Educación Nacional y las Instituciones Educativas en desarrollo de las leyes 115 de 1994 y 934 de 2004, promoverán el incremento y calidad de las clases de educación física con personal idóneo y adecuadamente formado, en los niveles de educación inicial, básica y media vocacional.

Parágrafo. El Ministerio de Protección Social reglamentará mecanismos para que todas las empresas del país promuevan durante la jornada laboral pausas activas para todos sus empleados, para lo cual contarán con el apoyo y orientación de las Administradoras de Riegos Profesionales.

Artículo 6°. Promoción del transporte activo. Los entes territoriales, en ejercicio de los planes de desarrollo, reglamentarán mecanismos para promover el transporte activo y la prevención de la obesidad. Los entes territoriales en coordinación con las autoridades de planeación y transporte, deberán llevar a cabo acciones que garanticen la integración modal de formas de transporte activo con los sistemas de transporte público, debiendo diseñar estrategias de seguridad vial para ciclistas y peatones, buscando, además, incrementar la disponibilidad de espacios públicos para la recreación activa: parques, ciclo vías y recreo vías.

Artículo 7°. Regulación en grasas. El Gobierno Nacional a través del Ministerio de la Protección Social y del INVIMA, reglamentará y controlará los contenidos, y requisitos de las grasas en todos los alimentos, con el fin de prevenir el sobrepeso, la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a éstas, para lo cual contará con un plazo de seis (6) meses a partir de la promulgación de la presente Ley.

Artículo 8°. Regulación en grasas saturadas. El Gobierno Nacional a través del Ministerio de la Protección Social y del INVIMA, reglamentará los contenidos, y requisitos de las grasas saturadas en todos los alimentos, con el fin de prevenir el sobrepeso, la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles asociadas a éstas, para lo cual contará con un plazo de seis (6) meses a partir de la promulgación de la presente Ley.

Artículo 9°. Promoción de una dieta balanceada y saludable. En aras de buscar una dieta balanceada y saludable el Ministerio de la Protección Social, establecerá los



mecanismos para evitar el exceso o deficiencia en los contenidos, cantidades y frecuencias de consumo de aquellos nutrientes tales como ácidos grasos, carbohidratos, vitaminas, hierro y sodio, entre otros que, consumidos en forma desbalanceada, puedan presentar un riesgo para la salud. Para esto, contará con un plazo de seis (6) meses a partir de la promulgación de la presente Ley.

Artículo 10°. Etiquetado. Con el ánimo de mejorar el conocimiento que tiene la población en general referente a los contenidos nutricionales y calóricos, los productores de alimentos entregarán la información en el etiquetado de acuerdo a la reglamentación expedida por el Ministerio de la Protección Social.

Parágrafo. En la expedición de esta reglamentación, el Ministerio será cuidadoso de ofrecer un periodo de transición que permita que los pequeños productores puedan adecuarse a esta obligación.

Artículo 11°. Regulación del consumo de alimentos y bebidas en centros educativos. Las instituciones educativas públicas y privadas que suministren el servicio de alimentación de manera directa o a través de terceros, deberán ofrecer una diversidad de alimentos que cubran las necesidades nutricionales de su comunidad, siguiendo, entre otras referencias, las guías alimentarias del Ministerio de la protección social y del ICBF, velando por la calidad de los alimentos que se ofrecen y de conformidad con los lineamientos establecidos por el Ministerio de la Protección Social a que se refiere el artículo 8° de la presente ley.

Parágrafo. Las instituciones educativas públicas y privadas deberán implementar estrategias tendientes a propiciar ambientes escolares que ofrezcan alimentación balanceada y saludable que permitan a los estudiantes tomar decisiones adecuadas en sus hábitos de vida donde se resalte la actividad física, recreación y el deporte, y se adviertan los riesgos del sedentarismo y las adicciones. Para el desarrollo de esta estrategia podrán contar con el apoyo de las empresas de alimentos.

## **1.6 DISEÑO METODOLÓGICO**

### **1.6.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

Para realizar el estudio de viabilidad para la creación de la empresa MOFIS en la ciudad de Pereira, se ha decidido utilizar el tipo de investigación Descriptivo, tomando en cuenta los objetivos y las características que se requieren para lograr el diseño y la formulación de este proyecto.

Además este tipo de estudio permite analizar el fenómeno que se va a estudiar condiciones como el grado de aceptación en el mercado, la aplicación y el nivel de

desarrollo de la empresa, seleccionando los indicadores más relevantes y particulares del objeto de estudio<sup>9</sup>. Por otro lado, este tipo de investigación permite describir mejor con todos sus componentes principales, la realidad en la que se encuentra el país y el mercado en el que se quiere incursionar<sup>10</sup>, conocer situaciones, costumbres y actitudes predominantes a través de la descripción exacta de las actividades, objetos, procesos y personas.<sup>11</sup>

Mediante este estudio se determinarán las estrategias que guiarán la evaluación de los factores básicos que conforman el problema de estudio, de los cuales se desprenden aspectos como la oferta y la demanda, el precio, como variables que permitan determinar la factibilidad y la viabilidad del proyecto.

Su meta no se limita a la recolección de datos, sino a la predicción e identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Los investigadores no son solamente tabuladores, sino que recogen los datos sobre la base de una hipótesis o teoría, exponen y resumen la información de manera cuidadosa y luego analizan minuciosamente los resultados, a fin de extraer generalizaciones significativas que contribuyan al conocimiento.<sup>12</sup>

Este tipo de investigación comprende las siguientes etapas:

1. Examinan las características del problema escogido.
2. Lo definen y formulan sus hipótesis.
3. Enuncian los supuestos en que se basan las hipótesis y los procesos adoptados.
4. Eligen los temas y las fuentes apropiados.
5. Seleccionan o elaboran técnicas para la recolección de datos.
6. Establecen, a fin de clasificar los datos, categorías precisas, que se adecuen al propósito del estudio y permiten poner de manifiesto las semejanzas, diferencias y relaciones significativas.
7. Verifican la validez de las técnicas empleadas para la recolección de datos.
8. Realizan observaciones objetivas y exactas.

---

<sup>9</sup>LOURDES MUNCH, Ernesto Ángeles. Métodos y técnicas de investigación. Ed. Trillas. México. 2003. Pág.

<sup>10</sup><http://www.profesiones.cl/papers/lee.php?id=9>

<sup>11</sup> La investigación descriptiva [en línea]. <<http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>>

<sup>12</sup> La investigación descriptiva [en línea]. <<http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>>

9. Describen, analizan e interpretan los datos obtenidos, en términos claros y precisos.

### **1.6.2 MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN**

Definir la población de posibles clientes.

- Recolectar la información por medio de la aplicación de una encuesta a la muestra poblacional que determine las condiciones del mercado, las necesidades de los clientes y la cantidad de empresas que prestan este servicio.
- Analizar e interpretar la información arrojada por la encuesta.
- Determinar el cronograma de actividades
- Determinar los recursos a utilizar en el proyecto
- Realizar un estudio de mercados que determine el medio en que se va a desarrollar la empresa y las mejores estrategias para crearla.
- Analizar el sector, la demanda, el consumidor, los competidores, los precios del mercado, las estrategias de mercadeo y las políticas de servicio.
- Elaborar un estudio técnico que determine la funcionalidad de la empresa.
- Elaborar un estudio administrativo y organizacional que determine la forma cómo va a ser gestionada la empresa y los recursos disponibles para hacerlo.
- Elaborar un estudio legal que determine el tipo de sociedad a crear y los requisitos que se deben tener en cuenta para montar una empresa de este tipo.
- Elaborar un estudio financiero que determine los costos en que la empresa debe incurrir para realizar los presupuestos de ventas, de inversión y de gastos para determinar si la idea es viable. 36
- Definir ¿cómo estará conformada la empresa legal y administrativamente?

### **1.6.3 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN**

Las técnicas de investigación que se usarán para llevar a cabo el estudio de viabilidad para la creación de una empresa dedicada a la prestación de servicio del tratamiento de obesidad y sobrepeso en la ciudad de Pereira (Risaralda) son:

- La Encuesta a una muestra considerable de personas que estén ubicadas en Pereira y sean considerados posibles clientes para conocer sus necesidades, sus demandas.
- El sondeo de opinión o de mercado a los clientes que evalúe aquellos factores determinantes que harían que la empresa se cree o no.

#### 1.6.4 FUENTES DE INFORMACIÓN

- Fuentes Primarias: Se utilizarán encuestas que permitirán recolectar la información más fácilmente.
- Fuentes Secundarias: Se tendrán en cuenta fuentes como el DANE, quien proporcionará información acerca de la cantidad de personas que habitan el área urbana de la ciudad y EL MINISTERIO DE SALUD Y DE LA PROTECCIÓN SOCIAL que permitirá tener los datos reales de la cantidad de personas que sufren de sobrepeso y obesidad en la ciudad de Pereira.

#### 1.7 UNIDAD DE ANÁLISIS, CRITERIOS DE VALIDEZ Y CONFIABILIDAD

##### Población

Las personas con sobrepeso y obesidad, enfermedades crónicas no transmisibles (E.C.N.T)

Población de Pereira

Género: Masculino y Femenino

Estratos: 3-4-5-6

La población objeto de la investigación está constituida por habitantes de la ciudad de Pereira pertenecientes a los estratos socioeconómicos 3, 4, 5 y 6 equivalentes a 245.589 personas.

Tabla 1. Población urbana y rural según estrato socioeconómico (personas) de la ciudad de Pereira (Risaralda)

	Urbano	Rural
<b>Promedio de personas por predio</b>	4,1	6,2
<b>Estratos</b>	3	74.552
	4	12.336
	5	4.491
	6	6.079
<b>Población Pereira por área/2013</b>	27.293	7.203
<b>Población Total Pereira año 2013</b>	215.483	30.115
		<b>245.598</b>

Fuente: Oficina regional del DANE.

**N= 245.589**

### **Muestra**

N= Población de personas pertenecientes a los estratos 3, 4, 5 y 6 de la ciudad de Pereira (Risaralda)

P= Proporción de la población que posee las características de interés.

Q= 1- P

e= Error o máxima diferencia entre la proporción muestra y la proporción de la población, teniendo en cuenta el nivel de confianza determinado.

Z = Nivel de correspondiente es del 95% y un Z de 1,96 para tener una mayor confiabilidad en los resultados.

N= 245.589

P= 0,5

Q= 0,5

e= 5%

Z= 1,96

$$n = \frac{z^2 P * Q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * P * Q} = \frac{(1.96^2) * (0.5) * (0.5) * (245.589)}{(0.05^2) * (245.589) + (1.96^2) + (0.5) * (0.5)} = 381.61$$

Para efectos de la recolección de la información se tomó como muestra una población de 382 personas.

## 2. ESTUDIO DE MERCADOS

### 2.1 ANALISIS DE MERCADOS.

Con el estudio de mercados se tendrá como objetivo caracterizar y observar el comportamiento de la demanda, oferta y precio.

#### Descripción del producto o servicio

En el momento no existe en la ciudad de Pereira un grupo interdisciplinario que aborde el tema de sobrepeso y obesidad; ya que estas se definen como una acumulación anormal o excesiva de grasa en el organismo que puede ser perjudicial para la salud.<sup>13</sup>

El sobrepeso y la obesidad son causados por un aumento en la ingesta de alimentos hipercalóricos que son ricos en grasa, sal y azúcares simples pero pobres en fibra, vitaminas, minerales y otros nutrientes, y paralelamente, una disminución de la actividad física acompañado también por componentes emocionales, como resultado de la naturaleza cada vez más sedentaria de muchas formas de trabajo, de los nuevos modos de desplazamiento y de una creciente urbanización.<sup>14</sup>

Teniendo en cuenta lo anterior, el servicio se prestara a personas que sufran la epidemia de sobrepeso y obesidad, a partir de un control, ejecución y seguimiento a aquellas personas que desean tener un hábito de vida saludable a nivel físico, emocional y mental, por parte de un grupo interdisciplinario, las respectivas áreas son las siguientes

- **Formativa:** realizando capacitación sobre: nutrición, alimentación y actividad física
- **Médica:** realizando una valoración general a la población y un diagnóstico oportuno para realizar un posible tratamiento.
- **Nutricional:** analizando la forma actual de alimentación de la población y buscando encontrar un equilibrio en las comidas y así preservar la salud.
- **Psicológica:** Atención y asesorías permanentes, de tal forma que esto permita comprender y mejorar las conductas psicológicas relacionadas con la alimentación y los hábitos de vida.

---

<sup>13</sup> Dirección de promoción de la salud y control de enfermedades no transmisibles. [en línea] <<http://www.msal.gov.ar/ent/index.php/informacion-para-ciudadanos/obesidad>>

<sup>14</sup> Dirección de promoción de la salud y control de enfermedades no transmisibles. [en línea] <<http://www.msal.gov.ar/ent/index.php/informacion-para-ciudadanos/obesidad>>

- **Estética:** se busca ganar confianza, seguridad y aumento en el autoestima con masajes de relajación, masajes reductivos, entre otros.
- **Gimnasio:** creando un lugar especializado para el ejercicio, con entrenadores profesionales evitando así cualquier tipo de lesión

Los pasos para llevar una forma segura y eficiente en el tratamiento integral de sobrepeso y la obesidad son los siguientes:

- 1 Consulta médica
- 2 Consulta nutricional
- 3 Consulta Psicológica
- 4 Proceso formativo
- 5 Actividad Física

## 2.2 ENTORNO ECONÓMICO

Colombia cuenta con el potencial de captar visitantes por concepto de turismo, salud y bienestar, sector que está compuesto por cuatro categorías básicas: salud curativa, salud preventiva, salud estética y salud de bienestar, esta última conocida internacionalmente como inspire wellness; el sector ingreso al programa de transformación productiva (PTP), en el año 2009 y desde entonces se trabaja con el sector privado en el diseño y ejecución del plan de negocios cuyo objetivo es lograr que en el 2032 Colombia sea reconocido como uno de los líderes mundiales en turismo, salud y bienestar.

El sistema de salud en Colombia se encuentra en el puesto 22 a nivel mundial y en el primer lugar en latino América según el estudio de la organización mundial de la salud (OMS); el 40% de las mejores Instituciones de salud de América Latina se están en Colombia según (Revista América Economía); el país cuenta con una mejor calidad en servicios de salud y esto reconocido a nivel mundial.<sup>15</sup>

Los sectores del Programa de Transformación Productiva han tenido un mayor crecimiento frente a los otros sectores de la economía del país debido a su estrategia de innovación, cambio y comunicación permanente, el PTP trabaja bajo tres pilares: pensar diferente, actuar diferente y tener resultados extraordinarios, estos son el fundamento para un proceso de transformación productiva, lo que requiere el país en materia de productividad.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> Sectores estratégicos de Colombia. [en línea], <<https://prezi.com/zhjqanx2l6xx/sectores-estrategicos-de-colombia/>>

<sup>16</sup> Dinero. [en línea], <<http://www.dinero.com/empresas/articulo/progreso-sectores-del-programa-transformacion-productiva/199786>>

En el estudio antes mencionado el sector servicios hace parte de los 16 sectores estratégicos de Colombia, y teniendo en cuenta la naturaleza del negocio, esta será parte del sector servicios, la capacitación y especialización, la tecnología y las alianzas son las que darán el fortalecimiento de la organización.

### **Subsector de nutrición**

La obesidad no es solo un simple problema de sobrepeso, sino que también es una enfermedad que debe ser revisada y tratada.

Además de causar baja autoestima, El sobrepeso y la obesidad son el sexto factor principal de riesgo de defunción en el mundo. Cada año fallecen alrededor 3,4 millones de personas adultas como consecuencia del sobrepeso o la obesidad. Además, el 44% de la carga de diabetes, el 23% de la carga de cardiopatías isquémicas y entre el 7% y el 41% de la carga de algunos cánceres son atribuibles al sobrepeso y la obesidad.

En 2013, más de 42 millones de niños menores de cinco años de edad tenían sobrepeso. Si bien el sobrepeso y la obesidad tiempo atrás eran considerados un problema propio de los países de ingresos altos, actualmente ambos trastornos están aumentando en los países de ingresos bajos y medianos, en particular en los entornos urbanos. En los países en desarrollo con economías emergentes (clasificados por el Banco Mundial en países de ingresos bajos y medianos) el incremento porcentual del sobrepeso y la obesidad en los niños ha sido un 30% superior al de los países desarrollados,<sup>17</sup> por lo que es recomendable tomar medidas para evitarla. Asistir al médico y empezar, de ser necesario, un acompañamiento guiado por especialistas hasta llegar a un peso ideal y que no atente contra su salud.

De acuerdo con la última Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia, el 50,3% de las personas que viven en Risaralda tienen algún tipo de obesidad, lo que prende las alarmas, y la cuestión es general en el país porque el 52% de los colombianos afronta este padecimiento.

Estos altos índices de sobrepeso en los colombianos no son ajenos a Pereira que posee un 47% de personas obesas. Según el DANE Pereira cuenta para el 2013 con una población de 464.719 habitantes lo que daría un total de 218.478 personas con riesgo de enfermar o morir por los problemas asociados a esta pandemia.

---

<sup>17</sup>Organización mundial de la salud.[en línea]<<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>>



### 2.3 ESTRATEGIAS DE MERCADEO

Ofrecer servicios adicionales además de la atención de las personas con sobrepeso y obesidad, programas de como alimentarse sanamente, como alimentar a los niños, y hacer énfasis en aquellos hábitos alimenticios que no aportan mucho a una buena salud.

**Producto:** Brindar asistencia profesional a personas con sobrepeso y obesidad con el fin de estimular y encontrar las necesidades de cada paciente logrando así un habito de vida saludable; teniendo en cuenta la intervención disciplinaria se diseñaron tres paquetes los cuales podrán ser modificados, de acuerdo a la capacidad e interés del paciente, se requerirán alianzas o asesoramiento que contribuyan al mejoramiento de la organización.

**Fijación de precios:** Esta iniciativa parte del reconocimiento de que el producto debe ajustarse a las necesidades de cada uno de los clientes, para lo cual se diseñaron tres paquetes que buscan brindar un mejor servicio, sin embargo y teniendo en cuenta que el objetivo será garantizar un peso saludable y estilos de vida sanos, cada paciente contará con los especialistas que se requieran y que no estén incluidos en los diferentes paquetes, de tal forma que en el caso de ser necesario, se realizarán alianzas con otras áreas de la salud.

Inicialmente se plantean los siguientes paquetes de servicio de salud:

Tabla 2. Fijación de precios (Paquete oro)

<b>PAQUETE ORO</b>	<b>Descripción</b>	<b># sesiones</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costos total</b>
Estratos socioeconómico				
Básico				
Evaluación médica	Por persona ( 30 min)	3	20000	60.000
Evaluación Nutricional	Por persona ( 30 min)	3	20000	60.000
Evaluación psicológica	Por persona ( 45 min)	8	15000	120.000
Profesional De Deportes	por mes ( 1 hora)	20	25000	500.000
Evaluación antropométrica	Por sesión (20 min)	3	20000	60.000
Trabajo de Rehabilitación Funcional	Por sesión (45 min)	6	50000	300.000
Masaje Terapéutico, relajación, estético	Por sesión (1 hora)	20	27500	550.000
<b>Costo Paquete</b>				<b>1.650.000</b>

Fuente: Autores del presente documento

Tabla 3. Fijación de precios (Paquete plata)

<b>PAQUETE PLATA</b>	<b>Descripción</b>	<b># sesiones</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costos total</b>
Estratos socioeconómico				
Básico				
Evaluación médica	Por persona ( 30 min)	2	20.000	40.000
Evaluación Nutricional	Por persona ( 30 min)	2	20.000	40.000
Evaluación psicológica	Por persona ( 45 min)	6	15.000	90.000
Profesional De Deportes	por mes ( 1 hora)	20	25.000	500.000
Evaluación antropométrica	Por sesión (20 min)	2	20.000	40.000
Trabajo de Rehabilitación Funcional	Por sesión (45 min)	5	50.000	250.000
Masaje Terapéutico, relajación, estético	Por sesión (1 hora)	16	27.500	440.000
<b>Costo Paquete</b>				<b>1.400.000</b>

Fuente: Autores del presente documento

Tabla 4. Fijación de precios (Paquete bronce)

<b>PAQUETE BRONCE</b>	<b>Descripción</b>	<b># sesiones</b>	<b>Costo Unitario</b>	<b>Costos total</b>
Estratos socioeconómico				
Básico				
Evaluación médica	Por persona ( 30 min)	1	20.000	20.000
Evaluación Nutricional	Por persona ( 30 min)	1	20.000	20.000
Evaluación psicológica	Por persona ( 45 min)	4	15.000	60.000
Profesional De Deportes	por mes ( 1 hora)	16	25.000	400.000
Evaluación antropométrica	Por sesión (20 min)	1	20.000	20.000
Trabajo de Rehabilitación Funcional	Por sesión (45 min)	3	50.000	150.000
Masaje Terapéutico, relajación, estético	Por sesión (1 hora)	8	27.500	220.000
<b>Costo Paquete</b>				<b>890.000</b>

Fuente: Autores del presente documento

**Canal de distribución:** Mostrar al usuario las características necesarias y específicas del negocio logrando la apertura de la organización , buscando con este generar recordación, con el fin de que los clientes se acerquen y pregunten sobre

el servicio; será de gran importancia que la locación lleve un ambiente agradable, atractivo y confortable para el cliente.

**Publicidad:** Se realizarán estrategias de publicidad directa, haciéndole llegar el mensaje al cliente a través de: pendones, avisos, en puntos estratégicos de la ciudad, volantes donde haya mayor flujo de personas, redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp), página web con el fin de darle más credibilidad al cliente de nuestros servicios, además del voz a voz donde los pacientes satisfechos por su tratamiento darán a conocer a MOFIS a sus allegados.

Estrategias de promoción y alianzas con el personal que trabaja en el sector salud, ya que muchos de estos centros no tienen un abordaje integral de control y manejo del sobrepeso y la obesidad, al no dar solución inmediata se les presentará el centro como una alternativa y solución de mantener un peso adecuado y llevar una vida saludable.

## **2.4 ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN**

Se instalará un buzón en la recepción para que los clientes depositen sus sugerencias, además, de un correo electrónico que permita la interrelación con los clientes además de permitirles enviar comentarios.

**Política de ventas** La zona de acción será en la ciudad de Pereira, de tal manera que la división de los límites geográficos ayuden a facilitar la tarea a los vendedores; para una mejor previsión y coordinación, diariamente en las mañanas se realizarán valoraciones y controles con el fin de analizar los resultados obtenidos e informar la planificación del curso; se utilizará el ruteo ya que es un conjunto de itinerarios que el vendedor ha de seguir para visitar los clientes, en promedio 6 visitas diarias y de esta manera lograr un crecimiento en las ventas.<sup>18</sup>.

## **2.5 ANÁLISIS DE DEMANDA.**

### **Análisis retrospectivo de la demanda**

La población a la que va dirigida la idea de negocio y la prestación del servicio es a la población de personas de la ciudad de Pereira que sufren de sobrepeso y obesidad que se encuentren entre los 18 y 60 años de edad.

---

<sup>18</sup> Marketing-xxi: las zonas y rutas de ventas.[en línea]<<http://www.marketing-xxi.com/zonas-rutas-ventas.html>>

Tabla 5. Análisis retrospectivo de la demanda

Año	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
<b>Total</b>	<b>257.648</b>	<b>260.747</b>	<b>263.779</b>	<b>266.715</b>	<b>269.544</b>	<b>272.212</b>	<b>274.803</b>	<b>277.204</b>	<b>279.397</b>
Hombres	121.540	122.819	124.157	125.533	126.898	128.218	129.529	130.769	131.930
Mujeres	136.108	137.928	139.622	141.182	142.646	143.994	145.274	146.435	147.467

**Nota:** Esta información fue suministrada por JAIRO ALVAREZ encargado del banco de datos del DANE de la ciudad de Pereira.

### Análisis prospectivo de la demanda

La proyección se basará en nuestra población objetivo es decir, hombres y mujeres entre los 18 y 60 años en la ciudad de Pereira.

La tasa de incremento promedio:

$$Vf = Vp(1 + i)^n$$

$$279.397 = 257.648(1 + i)^9$$

$$i = 0.9\% \text{ anual}$$

Tabla 6. Análisis prospectivo de la demanda

Año	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
<b>Total</b>	<b>281.320</b>	<b>282.941</b>	<b>284.272</b>	<b>285.316</b>	<b>286.128</b>	<b>286.719</b>	<b>287.119</b>
Hombres	132.969	133.863	134.615	135.232	135.745	136.180	136.561
Mujeres	148.351	149.078	149.657	150.084	150.383	150.539	150.558

Fuente: DANE

## 2.6 ANÁLISIS DE LA OFERTA

### Análisis de la competencia

## Principales competidores. Fortalezas y debilidades.

### COMPETENCIA DIRECTA

Tabla 7. Competencia directa

<b>Clínica Rangel</b>		
<p>La clínica se encuentra ubicada en Bogotá. Es una empresa con más de 30 años de experiencia su mayor compromiso es la calidad del servicio, la efectividad en los tratamientos y la seguridad de los pacientes, a través de programas médicos personalizados e integrales a nivel físico, mental, emocional y espiritual.<sup>19</sup></p>		
<b>Servicios</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Medicina estética</li> <li>• Tratamiento estético</li> <li>• Spa holístico</li> <li>• Intervención a nivel físico, mental y emocional.</li> <li>• Menús light</li> <li>• Medicina nutricional</li> <li>• Gimnasio</li> <li>• Alimentación inteligente</li> </ul>	<p>La clínica cuenta con un equipo interdisciplinario de: nutricionistas, terapeutas, psicólogos, médicos estéticos, cirujanos plásticos entre otros, con el fin de brindarle a la persona un servicio con programas personalizados que solucionan las situaciones a nivel físico, emocional, e incluso energético, para garantizar así resultados efectivos y satisfactorios que permita a la persona mantener su propia motivación y crear un estilo de vida para vivir con salud y armonía.</p>	<p>Los servicios ofrecidos No están enmarcados en nuestro mercado potencial.</p>

<sup>19</sup> Clínica Rangel.[en línea], <<http://rangelrehabilitacion.com.co/index.html>>

## Fundación Gorditos de Corazón

Es una organización sin ánimo de lucro que nace a partir de la experiencia personal de Salvador Palacio González quien después de padecer y superar los rigores de la obesidad mórbida, decide emprender camino en su labor social de ayudar a quienes padecen los rigores del sobrepeso, la obesidad y los trastornos alimentarios. Es así como el 23 de junio de 2006 nace la Fundación Alternativa y Salud Gorditos de Corazón, donde todos caben, con el propósito de promover estilos de vida saludables y trabajar en pro de la población en factor de riesgo y con escasos recursos<sup>20</sup>

Servicios	Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"><li>• Escuela de hábitos saludables</li><li>• Nutrición y dietética</li><li>• Terapias grupales</li><li>• Orientación deportiva</li><li>• Actividad física</li><li>• Psicológica</li><li>• Brigadas de salud</li><li>• Actividades culturales</li><li>• Seminarios talleres</li><li>• Tiendas saludables</li><li>• Medicina general</li></ul>	Gorditos de corazón cuenta con un equipo interdisciplinario de: nutricionistas, profesionales ciencias del deporte, psicólogos, médicos, entre otros con el fin de trabajar por la promoción, prevención y tratamientos integrales contra el sobrepeso, la obesidad y los trastornos alimentarios a través de programas encaminados a sensibilizar a la comunidad sobre la importancia y necesidad de mantener estilos de vida saludable.	Cambio de hábitos de alimentación ya que la prevalencia de sobrepeso y obesidad ha aumentado durante los últimos años.

<sup>20</sup> Fundación gorditos de corazón.[en línea], <[www.gorditosdecorazon.com](http://www.gorditosdecorazon.com)>

## COMPETENCIA INDIRECTA

Tabla 8. Competencia indirecta

<b>Entrenamiento físico para bajar de peso</b>		
Entrenamiento físico es el proceso que se lleva a cabo para adquirir un estado de salud óptimo ejerciendo un control sobre el aumento de peso.		
<b>Servicios</b>	<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gimnasios</li> <li>• Entrenamiento personalizado</li> <li>• Plan de acondicionamiento físico</li> </ul>	<p>El entrenamiento físico, ayudar a mantener o mejorar la condición física, el estado mental y emocional de las personas.</p> <p>La práctica física regular incrementa la habilidad física, reduce los riesgos de enfermedades crónicas no transmisibles incluyendo enfermedades coronarias y baja la tasa de mortalidad.</p> <p>Se encontró que el ejercicio mejora la auto-estima, el autocontrol, el funcionamiento</p> <p>Autónomo, los hábitos de sueño, las funciones intelectuales y las relaciones sociales.</p>	<p>La disciplina de los humanos a la hora de realizar actividad física.</p> <p>No se tengan una orientación adecuada de las actividades a realizar.</p> <p>Factor clima.</p> <p>No se lleve un control adecuado acerca de su condición desde que inician el ejercicio.</p> <p>Que no lleve los instrumentos adecuados para la ejecución del ejercicio.</p>
<b>Medicamentos para bajar de peso</b>		

Es un método indirecto para perder peso teniendo en cuenta si el aumento de peso es por retención de líquidos o acumulación de grasa corporal.

Productos	Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>Orlistad</li> <li>fentermina, benzfetamina y fendimetrazina</li> <li>Herbalife</li> <li>Xenical de roche</li> <li>Control fit</li> </ul>	<p>Disminución del apetito.</p> <p>Puede haber estimulación al hacer la persona más activa y menos interesado al alimento</p> <p>Efecto rápido</p>	<p>Una vez suspendido el medicamento puede recuperar peso si no es acompañado de actividad física.</p> <p>Puede crear adicción</p> <p>Ataca el efecto y no la causa del aumento de peso</p> <p>Puede tener efectos secundarios; recomendación médica.</p>

### Medicamentos indirectos para bajar de peso

Son medicamentos naturales y farmacéuticos que buscan la disminución de peso

Productos	Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>Té verde</li> <li>Vinagre de sidra</li> <li>Faseolamina</li> <li>Hoodia gordonii</li> <li>Chitosan</li> <li>zanahoria</li> </ul>	<p>Aumento en el gasto de energía sin acelerar el ritmo cardiaco</p> <p>Quemadoras de grasa</p> <p>Impide la asimilación de azúcares Disminuye apetito, aumenta la energía</p> <p>Complemento dietético, inhibe la absorción de grasa desde el</p>	<p>Generan adicción</p> <p>Efectos secundario</p>



	estómago hasta el intestino	

### Tratamiento alternativos para bajar de peso

Son terapias alternativas para la reducción de peso, requiere de disciplina

Productos	Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Yesoterapia</li> <li>• Masajes reductores</li> <li>• Balines para adelgazar</li> <li>• Parafina reductora</li> <li>• Crioterapia</li> </ul>	<p>Son de fácil acceso se; se ajusta a nivel económico de la persona</p> <p>Son tratamientos no invasivos</p> <p>Sirve para aumentar la autoestima, relaja la mente y el cuerpo, son tratamientos saludables.</p>	<p>No tienen mucha credibilidad ante el mercado.</p> <p>La efectividad de estos tratamientos no son inmediatos</p> <p>Los efectos son momentáneos si no hay disciplina.</p>

### Tratamientos estéticos no quirúrgicos para bajar de peso

Son medios utilizados con el fin de darle innovación, efectividad y mayor credibilidad al área de la estética.

Productos	Fortalezas	Debilidades
-----------	------------	-------------

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mesoterapia</li> <li>• Cavitación</li> <li>• Liporadiodilución</li> <li>• Vacumterapia</li> <li>• Drenaje linfático manual</li> <li>• Termoterapia</li> <li>• Balón intra-gástrico</li> </ul>	<p>Este tipo de tratamientos se realizan por sesiones y sus cambios se ven de forma gradual.</p> <p>Estos métodos se enfocan principalmente donde hay grasa localizada, y no representan cambios en el hábito de la persona</p> <p>No son cirugías invasivas</p> <p>Hay opciones accesibles en términos económicos</p>	<p>Requiere de personal especializado y capacitado para realizar este tipo de procedimientos</p> <p>Debe haber disciplina de la persona para que sus cambios sean visibles</p> <p>Demandan tiempo y esfuerzo</p>
--	--	--

**Tratamientos estéticos quirúrgicos para bajar de peso**

Requiere de procedimiento quirúrgico y de personal especializado para la reducción de grasa localizada

Productos	Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Liposucción</li> <li>• Lipoescultura</li> <li>• Dermolipectomía</li> <li>• Abdominoplastia</li> </ul>	<p>Pueden ser efectivos con resultados excelentes e inmediatos ya que la pérdida de volumen de la grasa es instantánea</p>	<p>Requiere de tiempo para sanar dependiendo del grado actual de la persona, si no hay buen cuidado no se visualizara buenos resultados</p> <p>Precaución con la dieta antes de realizar cualquier procedimiento</p>

		Requiere de personal especializado
<b>Tratamientos quirúrgicos para bajar de peso</b>		
Son cirujanos digestivos especialistas en procedimientos quirúrgicos con el fin de promover la pérdida de peso a aquellas personas que sufren de una obesidad severa o mórbida. <sup>21</sup>		
Productos	Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bypass gástrico</li> <li>• Derivación gástrica</li> <li>• Banda gástrica</li> <li>• Gastropatía vertical</li> <li>• Laparoscópica</li> </ul>	<p>Mejoran la salud del paciente</p> <p>No implican cambios en los hábitos alimenticios de las personas</p> <p>Es una intervención definitiva</p> <p>Disminuyen la dimensión del estómago con el fin de modificar la absorción de los alimentos</p>	<p>Son riesgosos</p> <p>No es una solución rápida</p> <p>Requiere personal especializado para la intervención</p> <p>Disciplina física</p>

## 2.7 ANÁLISIS DE PRECIO.

Actualmente existen organizaciones que brindan su apoyo a las personas con sobrepeso y obesidad, se tiene el caso de Gorditos de corazón es una fundación en la ciudad de Medellín que más o menos cumple la misma labor que desea realizar MOFIS, ofrece diferentes alternativas sobre todo concentrándose en actividad física, el valor que cobra este servicio sustituto es de \$70000/mensuales para adultos y \$58000/mensuales para niños, somos diferenciadores porque aparte de actividad física se brinda acompañamiento constante y tratamiento médico y

<sup>21</sup> Clínica las Condes, [en línea]  
<[http://www.clinicalascondes.com/obesidad/tratamiento\\_quirurgico.htm](http://www.clinicalascondes.com/obesidad/tratamiento_quirurgico.htm)>

psicológico con lo cual los costos incrementarían dependiendo del grado de sobrepeso u obesidad, adicional a la fundación Gorditos de corazón, existen otras entidades que brindan asesoría de control de peso como Bodytech en todo el país y Clínica Rangel ubicada en la ciudad de Bogotá.

La propuesta es implementar inicialmente tres paquetes, que podrán variar de acuerdo a las necesidades del paciente, tendrán los siguientes precios.

**Paquete Oro**

Precio= \$1.650.000

**Paquete Plata**

Precio= \$1.400.000

**Paquete Bronce**

Precio= \$890.000

## **2.8 ANÁLISIS DEL MERCADO**

Pereira según los datos del DANE 2013, cuenta con una población total de 464.719 habitantes, de los cuales el 53% corresponde a los estratos 3, 4, 5 y 6 para un total de 245.589 personas.

De acuerdo con la última Encuesta Nacional de la Situación Nutricional en Colombia, el 50,3% de las personas que viven en Risaralda tienen alguna obesidad, lo que prende las alarmas, y la cuestión es general en el país porque el 52% de los colombianos afronta este padecimiento.

Estos altos índices de sobrepeso en los colombianos no son ajenos a Pereira que posee un 47% de personas obesas, correspondiente a 218.478.

El centro para el manejo integral del sobrepeso y obesidad, estima atender en sus primeros cinco años al 1% de esta población correspondientes a 2.185 personas que deseen adquirir un estilo de vida saludable y un peso sano y que además estén dispuestas a pagar por este servicio y cuenten con los recursos necesarios.

## **2.9 ANÁLISIS DEL CLIENTE**

Los clientes que desean adquirir el servicio se deben encontrar entre 18 y 60 años de edad, tanto como hombres y mujeres de los estratos 3, 4, 5 y 6, localizados en la ciudad de Pereira.

Aquellas personas que deseen tomar el servicio deben tener mentalidad y voluntad de cambiar sus hábitos de vida saludable, la mayor parte, personas que se

preocupen por su aspecto físico, emocional y mental y que tengan posibilidad y facilidad de costear su tratamiento.

Al centro también pueden ingresar padres, madres que cumpla un rol de am@ de casa, profesionales que deseen mejorar su calidad de vida, ingresar a un mundo de mejora personal brindando con ello seguridad, dignidad, valor, confianza, y acompañamiento para el manejo integral del sobrepeso y la obesidad.

## **2.10 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

La información se obtuvo utilizando la técnica de la encuesta a la muestra seleccionada. (Ver anexo A en la página 114)

### **2.10.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS OBTENIDOS A PARTIR DE LA ENCUESTA**

#### **Genero:**

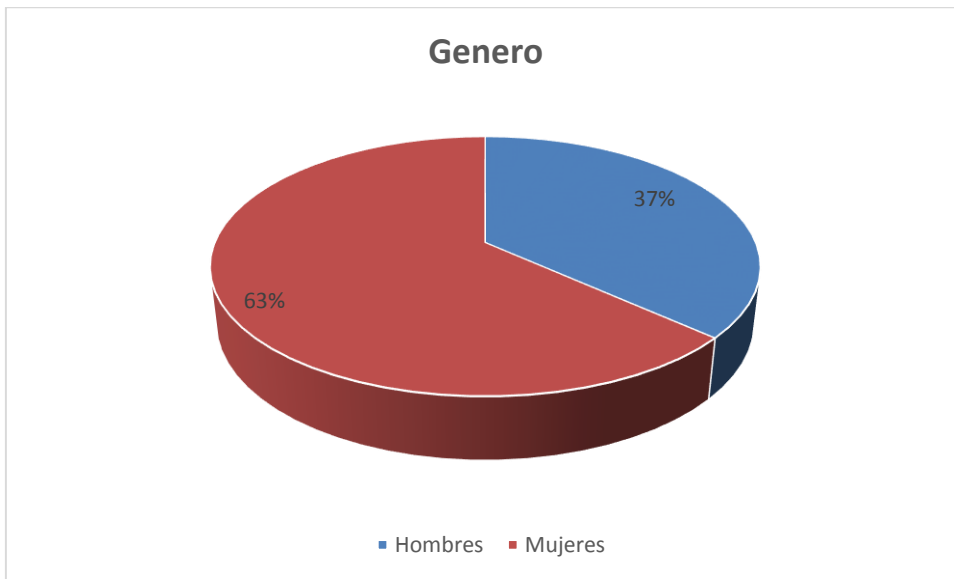
Tabla 9. Genero

	<b>Cantidad</b>	<b>Participación</b>
<b>Hombres</b>	140	37%
<b>Mujeres</b>	242	63%
<b>Total</b>	382	100%

Fuente: Trabajo de campo

En la tabla 9, se observa la distribución en cantidad y participación de hombres y mujeres encuestados.

Grafico 1. Genero



A partir de los datos obtenidos, se encuentra que del total de personas encuestadas, el 63% pertenecen al género femenino y el 37% restante al género masculino.

### Edad:

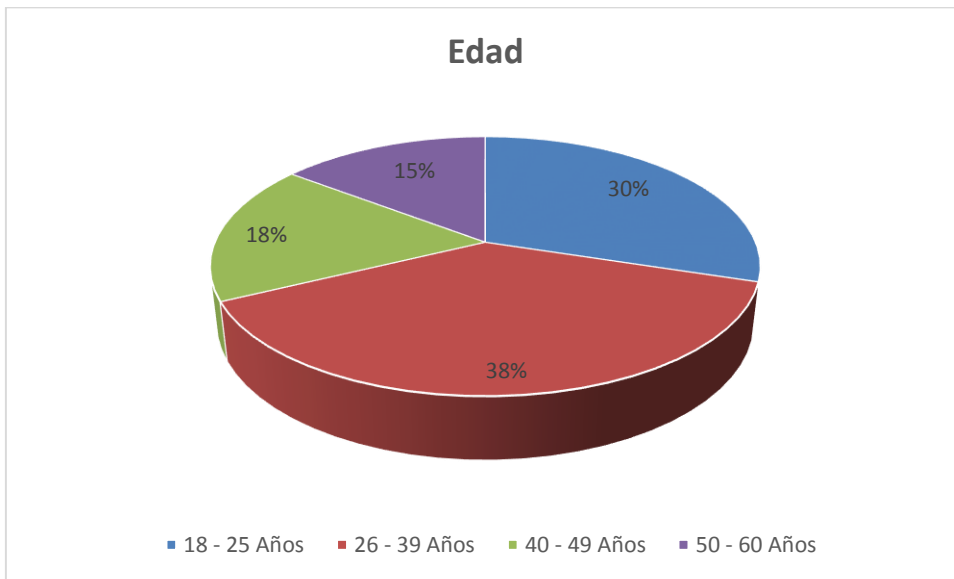
Tabla 10. Edad

	Cantidad	Participación
<b>18 - 25 Años</b>	114	30%
<b>26 - 39 Años</b>	145	38%
<b>40 - 49 Años</b>	67	18%
<b>50 - 60 Años</b>	56	15%
<b>Total</b>	382	100%

Fuente: Trabajo de campo

Se observa en la tabla 10, la distribución en cantidad y participación del rango de edades encuestadas.

Grafico 2. Edad



Se observa que el 38% de las personas encuestadas se encuentran entre los 26 a 39 años, el 30% entre 18 a 25 años, el 18% entre 40 a 49 años y finalmente el 15% se encuentran entre 50 a 60 años.

### 1. ¿Con qué frecuencia realiza usted ejercicios?

Tabla 11. ¿Con qué frecuencia realiza usted ejercicios?

	Cantidad	Participación
<b>A</b>	55	14%
<b>B</b>	114	30%
<b>C</b>	65	17%
<b>D</b>	148	39%
<b>Total</b>	382	100%

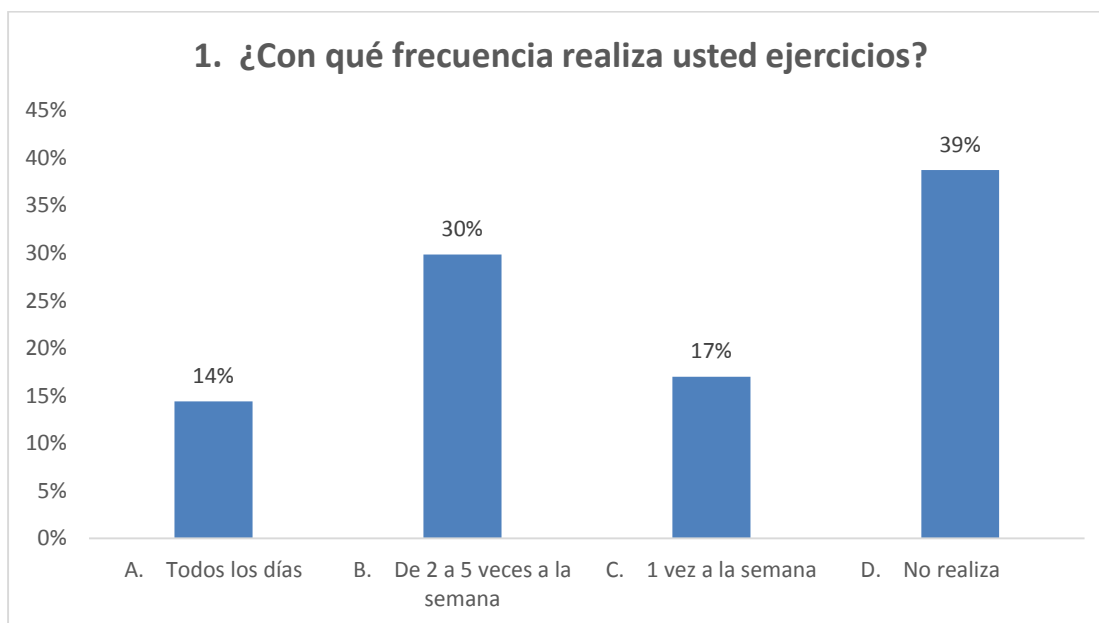
Fuente: Trabajo de campo

En la tabla 11 se puede observar la distribución en cantidad y participación para las opciones de respuestas:

- A. Todos los días
- B. De 2 a 5 veces a la semana

- C. 1 vez a la semana
- D. No realiza

Grafico 3. ¿Con qué frecuencia realiza usted ejercicios?



Los anteriores datos reflejan que en la ciudad de Pereira el 39% de las personas encuestadas no realizan ejercicios mientras que el 30% de las personas encuestadas realizan ejercicios de 2 a 5 veces a la semana.

**2. ¿Pertenece usted a un centro especializado en el tratamiento contra el sobrepeso y la obesidad?**

Tabla 12. ¿Pertenece usted a un centro especializado en el tratamiento contra el sobrepeso y la obesidad?

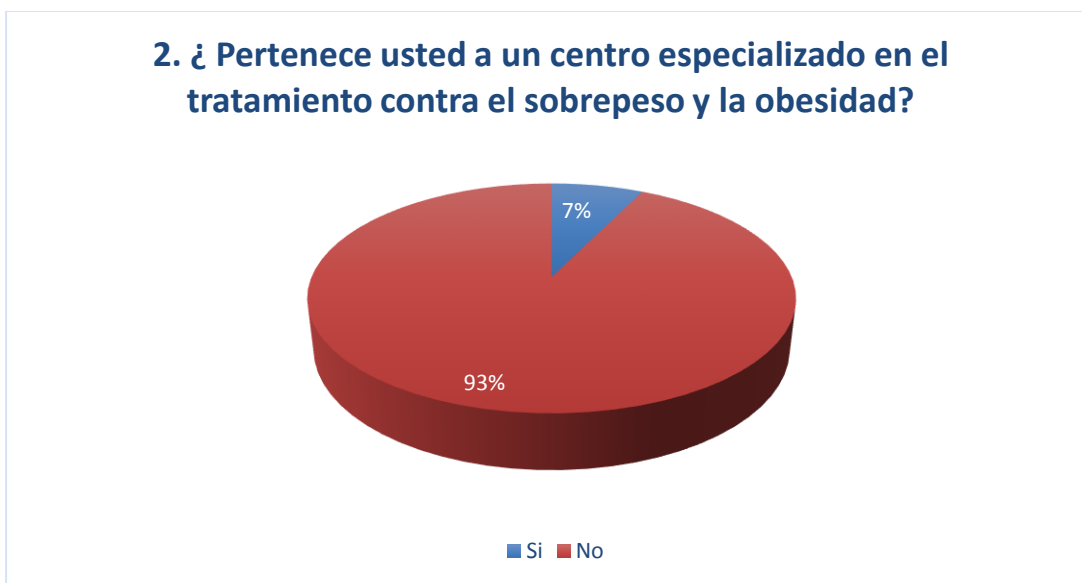
	Cantidad	Participación
<b>Si</b>	18	7%
<b>No</b>	230	93%

Fuente: Trabajo de campo

Con esta pregunta se buscó reconocer si las personas ya tenían experiencia en centros de este tipo y normalmente a que centros asisten.



Grafico 4. ¿Pertenece usted a un centro especializado en el tratamiento contra el sobrepeso y la obesidad?



El 93% de los encuestados no pertenece a un centro especializado en el tratamiento contra el sobrepeso y la obesidad; el 7% afirmo pertenecer a un gimnasio.

### 3. ¿Cree usted importante tener un peso saludable?

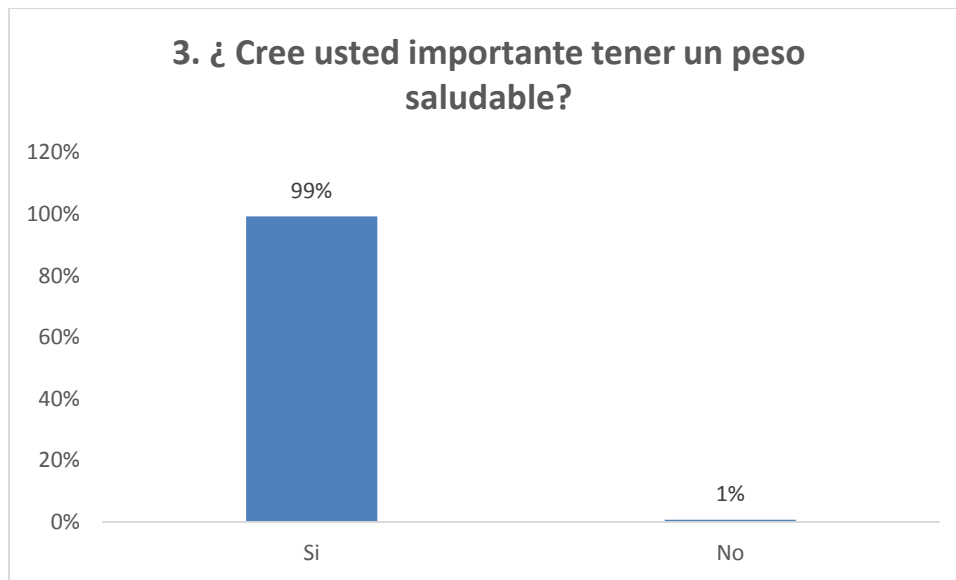
Tabla 13. ¿Cree usted importante tener un peso saludable?

	Cantidad	Participación
<b>Si</b>	379	99%
<b>No</b>	3	1%
<b>Total</b>	382	100%

Fuente: Trabajo de campo

El peso saludable permite en las personas desarrollar una serie de actividades y prevenir muchas enfermedades es por esto que se hizo necesario realizar esta pregunta que arrojó los siguientes resultados.

Grafico 5. ¿Cree usted importante tener un peso saludable?



El 99% de las personas encuestadas consideran que es importante tener un peso saludable.

**4. Si sufriera de sobrepeso y obesidad, y si existiera un centro especializado de servicios para manejar el control de peso ¿Acudiría usted a este lugar?**

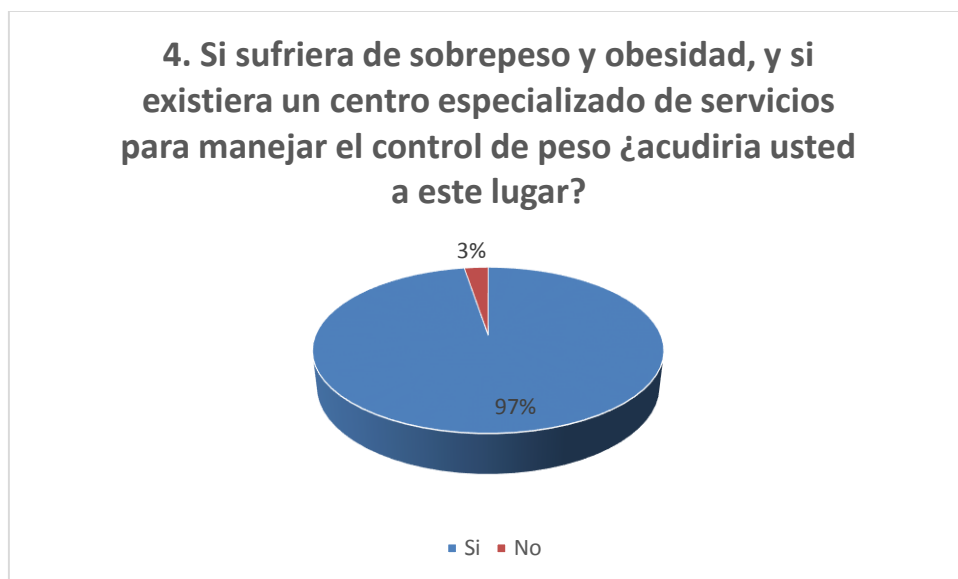
Tabla 14. Si sufriera de sobrepeso y obesidad, y si existiera un centro especializado de servicios para manejar el control de peso ¿Acudiría usted a este lugar?

	Cantidad	Participación
<b>Si</b>	372	97%
<b>No</b>	10	3%
<b>Total</b>	382	100%

Fuente: Trabajo de campo

Con la presente pregunta se quiso observar si las personas estan en disposicion de asistir a un centro especializado en el contro del sobrepeso y obesidad.

Grafico 6. Si sufriera de sobrepeso y obesidad, y si existiera un centro especializado de servicios para manejar el control de peso ¿Acudiría usted a este lugar?



El 97% de los encuestados que equivalen a 372 personas afirman que acudirían a un centro especializado para manejar el control de peso.

**5. ¿Cuáles de los siguientes servicios le gustaría encontrar en el centro de control de peso y obesidad?**

Tabla 15. ¿Cuáles de los siguientes servicios le gustaría encontrar en el centro de control de peso y obesidad?

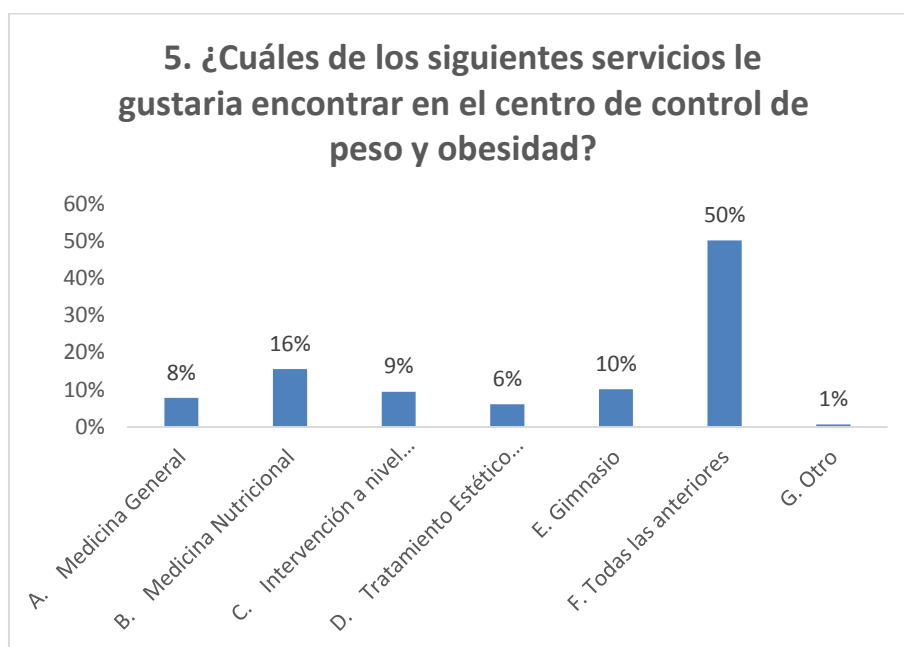
	Cantidad	Participación
<b>A</b>	33	8%
<b>B</b>	66	16%
<b>C</b>	40	9%
<b>D</b>	26	6%
<b>E</b>	43	10%
<b>F</b>	212	50%
<b>G</b>	3	1%
<b>Total</b>	423	100%

*Esta pregunta es de selección múltiple ya que algunos de los encuestados marcaron 2 o más opciones se obtuvieron en total 423 respuestas.*

En la tabla 15 se puede observar la distribución en cantidad y participación para las opciones de respuestas:

- A. Medicina General
- B. Intervención a nivel físico, mental y emocional 1 vez a la semana
- C. Tratamiento Estético (Spa, masajes, tratamientos reductores, etc.)
- D. Medicina Nutricional
- E. Gimnasio
- F. Todas las anteriores
- G. Otro

Grafico 7. ¿Cuáles de los siguientes servicios le gustaría encontrar en el centro de control de peso y obesidad?



Al 50% considera que todos los servicios sugeridos se deberían encontrar en el centro especializado para el control del peso, y el 1% considera que además de estos servicios quisieran encontrar clases de Yoga.

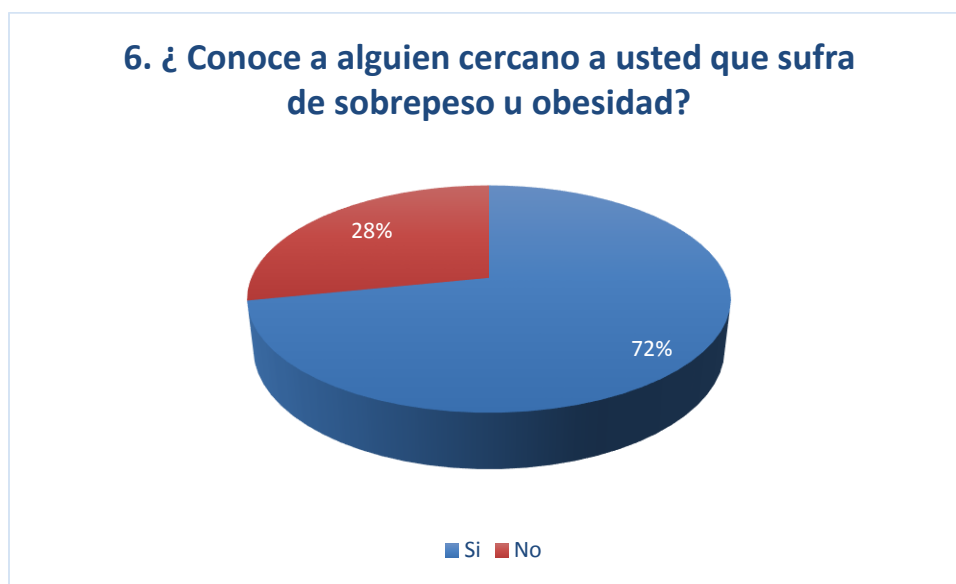
## 6. ¿Conoce a alguien cercano a usted que sufra de sobrepeso u obesidad?

Tabla 16. ¿Conoce a alguien cercano a usted que sufra de sobrepeso u obesidad?

	Cantidad	Participación
<b>Si</b>	270	72%
<b>No</b>	106	28%

Con esta pregunta se busco conocer si las personas encuestadaas conocen a alguien que puedan referenciar frente a la problemática.

Grafico 8. ¿Conoce a alguien cercano a usted que sufra de sobrepeso u obesidad?



El 72% de las personas encuestadas aseguran conocer a alguien cercano que sufre de sobrepeso u obesidad, lo cual es preocupante porque con ello se confirma los altos índices presentes en la ciudad.

## 7. ¿Si el centro existiera hoy, recomendaría sus servicios?

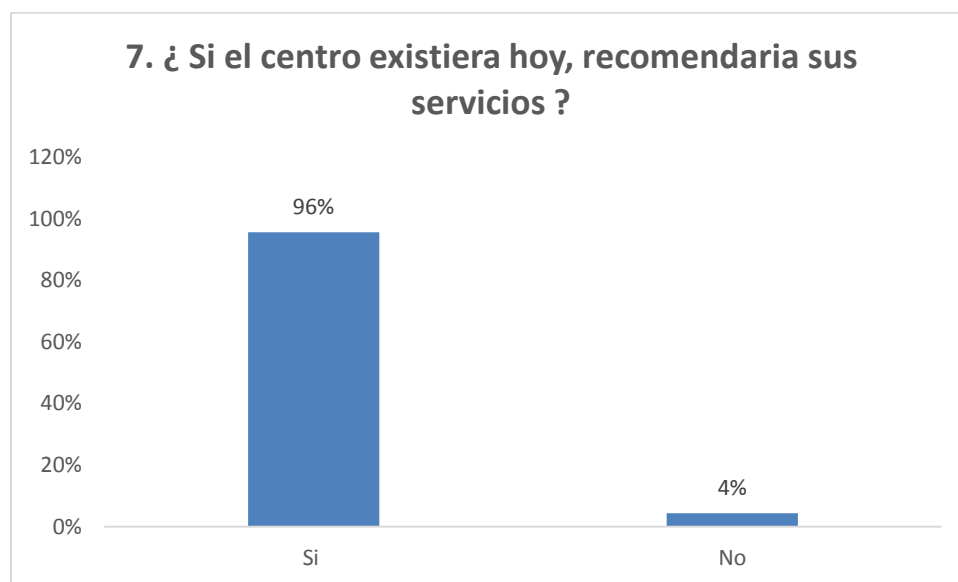
Tabla 17. ¿Si el centro existiera hoy, recomendaría sus servicios?

	Cantidad	Participación
<b>Si</b>	347	96%
<b>No</b>	16	4%

Fuente: Trabajo de campo

Con esto se quiso observar cual es la actitud que asumiria la persona frente a prestacion del servicio y que bondades observo para recomendarlo.

Grafico 9. ¿Si el centro existiera hoy, recomendaría sus servicios?



La investigación arrojo que el 96% de los encuestados recomendarían el centro para el control de peso.

### 8. ¿Estaría dispuesto a pagar por el control de su peso?

Tabla 18. ¿Estaría dispuesto a pagar por el control de su peso?

	Cantidad	Participación
<b>Si</b>	332	91%
<b>No</b>	33	9%

Fuente: Trabajo de campo

Esta pregunta se realizó con el propósito de definir si las personas están interesadas en asumir unos gastos para tratar de preservar su salud a través del control del sobrepeso.

Grafico 10. ¿Estaría dispuesto a pagar por el control de su peso?



Los datos recopilados por la investigación arrojan que el 91% de las personas encuestadas estarían dispuestas a pagar por el control de su peso.

**9. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio?**

Tabla 19. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio?

	Cantidad	Participación
<b>A</b>	220	65%
<b>B</b>	12	4%
<b>C</b>	6	2%
<b>D</b>	6	2%
<b>E</b>	12	4%
<b>F</b>	9	3%
<b>G</b>	72	21%

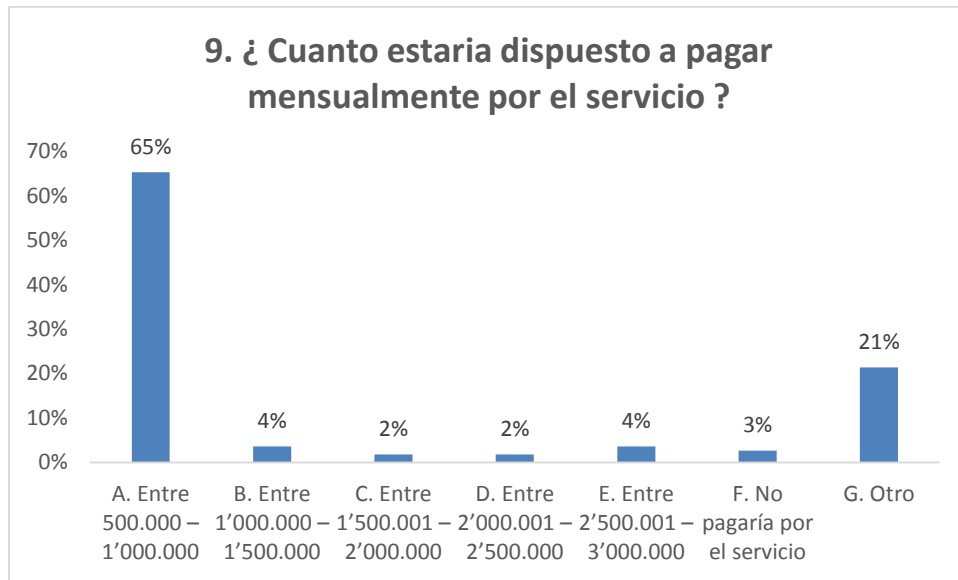
Fuente: Trabajo de campo

En la tabla 19 se puede observar la distribucion en cantidad y participacion para las opciones de respuestas:

- A. Entre 500.000 – 1'000.000
- B. Entre 1'000.000 – 1'500.000

- C. Entre 1'500.001 – 2'000.000
- D. Entre 2'000.001 – 2'500.000
- E. Entre 2'500.001 – 3'000.000
- F. No pagaría por el servicio
- G. Otro

Grafico 11. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por el servicio?



De las personas que hicieron parte del estudio el 65% que equivale a 220 personas pagarían por el servicio de control de peso entre 500.000 mil a 1.000.000 de pesos, mientras que el 21% pagaría menos de 500.000 mil.

### 10. Si no hay posibilidad de que use el servicio ¿cuál sería el motivo?

Tabla 20. Si no hay posibilidad de que use el servicio ¿cuál sería el motivo?

	Cantidad	Participación
<b>A</b>	109	33%
<b>B</b>	3	1%
<b>C</b>	133	41%
<b>D</b>	12	4%
<b>E</b>	70	21%

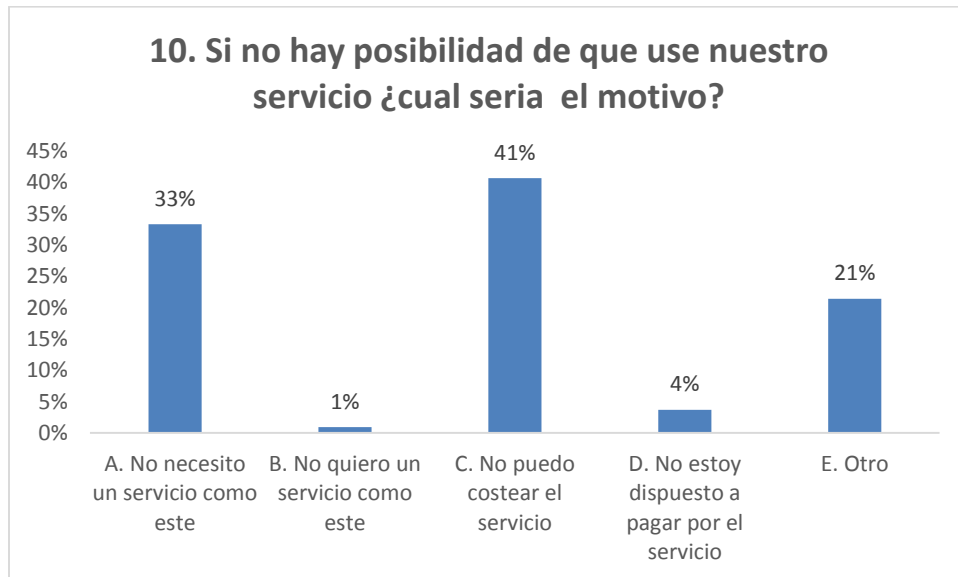
Fuente: Trabajo de campo



En la tabla 20 se puede observar la distribución en cantidad y participación para las opciones de respuestas:

- A. No necesito un servicio como este
- B. No quiero un servicio como este
- C. No puedo costear el servicio
- D. No estoy dispuesto a pagar por el servicio
- E. Otro

Gráfico 12. Si no hay posibilidad de que use el servicio ¿cuál sería el motivo?



Las personas encuestadas manifestaron en un 41% que no podrían costear el servicio, mientras que un 21% de personas si lo utilizarían.

## 2.11 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADOS

- El estudio de mercados reveló que la población objeto está en aumento, las soluciones que se brindan en el mercado no son contundentes, lo que ha conllevado a que no exista efectividad de los tratamientos, detectando así la necesidad y la oportunidad de ofrecer un servicio integral que apunte a la integralidad y al logro de un estilo de vida saludable, asociado a un peso adecuado.
- A través de la investigación realizada se determinó que en la ciudad de Pereira en el sector de bienestar y salud, específicamente en el tratamiento de la obesidad y el sobrepeso no ha sido lo suficientemente explorado, debido a que no se encontró un competidor directo que ofrezca un portafolio de servicios similar.
- Se estableció que darle un valor agregado a la prestación del servicio generará mayor interés en los potenciales clientes y nos diferenciará de los productos y servicios sustitutos.
- A través del estudio de mercados se descubrió que la población de personas con sobrepeso y obesidad en la ciudad de Pereira es de 218.478 personas.
- Gracias al estudio de mercados se logró determinar los rangos de precios que se puede cobrar por los tratamientos en la compañía.
- La encuesta realizada arrojó como resultado que los potenciales clientes presentan un alto grado de aceptación de adquirir este servicio.

### **3. ESTUDIO TECNICO**

Este estudio permitirá hacer un análisis del proceso de producción de un bien o la prestación de un servicio. Incluye aspectos como: mano de obra, maquinaria necesaria, inversión requerida, tamaño y localización de las instalaciones, forma en que se organizará la empresa y costos de inversión y operación.

#### **3.1 LOCALIZACION**

La localización de la empresa MOFIS debe ser estratégica, principalmente debe ubicarse en un lugar seguro, de fácil acceso, con posibilidad de ampliación, bajo nivel de riesgo por inundación, contaminación por emisiones químicas de otras empresas, entre otros aspectos.

La localización del proyecto es la ubicación física donde se construirá, comprende la macro-localización y el micro-localización.

#### **Orientación de la localización**

La localización se orientará de tal forma que se cumpla con las condiciones que se mencionan a continuación:

#### **Orientación a terrenos aptos para una excelente prestación de servicio.**

Consiste en ubicar las instalaciones en un punto que permita tener un espacio amplio donde se pueda ubicar consultorios, áreas de recuperación, áreas de entrenamiento físico y oficinas, facilitando así a los clientes el uso del espacio y puedan tener movilidad en la empresa encontrando todo en un mismo lugar sin tener que desplazarse hacia otro lugar para firmar papeles o recibir su diagnóstico, evaluación y tratamiento.

#### **Orientación al área de proveedores.**

La empresa debe localizarse lo más cerca posible de los proveedores de maquinaria, entre otros, minimizando los costos por transporte de los mismos.

### 3.2 MACRO LOCALIZACIÓN

Grafico 13. Mapa Macro-localización



La empresa se ubicará en el Departamento de Risaralda, específicamente en la ciudad de Pereira, por ser una zona geográfica que brinda terrenos aptos a la construcción o adecuación de una sede que brinde espacio confortables para la empresa, seguido de los altos índices presentes en la región de obesidad y sobrepeso. Se elige la ciudad de Pereira como plaza del presente proyecto, después de analizar el mercado y detectar que no existe competencia directa. Además este municipio se encuentra en el camino de la Autopista del Café la cual comunica a las principales ciudades del país proporcionando excelentes vías para su ingreso y salida

### 3.3 MICRO-LOCALIZACIÓN

Con el propósito de determinar la ubicación apropiada del lugar donde se desarrollara la idea de negocio, se evaluarán las siguientes variables:

- **Vías de acceso:** Es importante que el proyecto se encuentre ubicado en un lugar estratégico (fácil llegada y acceso de los clientes).
- **Espacio:** Es trascendental para el proyecto disponer de un sitio que cumpla con los requerimientos de espacio y distribución con el fin de dar cumplimiento a la planeación estipulada.

- **Seguridad:** Este aspecto respalda el éxito del negocio, porque protege la integridad física tanto de los colaboradores como de los clientes.
- **Costo Servicios públicos:** Es importante conocer el costo de los servicios públicos que se asumirán para la realización del proyecto dependiendo de la ubicación de este.
- **Cercanía proveedores:** Es un factor influyente la cercanía para facilitar y disminuir los costos de transporte de los equipos y maquinaria.

**Sitio A:** Centro de Pereira, ubicada en la peatonal de la 22.

Esta alternativa se encuentra ubicada a solo dos cuadras de la plaza de Bolívar y cuenta con 240m<sup>2</sup>

Grafico 14. Microlocalización Centro de Pereira



**Sitio B:** Ubicado en la avenida principal de la circunvalar

Esta alternativa se encuentra ubicada en una circunvalar, una zona cercana al centro de la ciudad y cuenta con 250m<sup>2</sup>

Grafico 15. Microlocalización Circunvalar



**Sitio C:** Calle 14 # 11-10

El sitio es espacioso y se encuentra ubicado en el barrio álamos muy cerca del centro de Pereira y del terminal de transporte.

Grafico 16. Microlocalización Álamos



Tabla 21. Calificación y ponderación de la Micro- localización.

Variables	%	Centro de la ciudad		Circunvalar		Álamos	
		Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación	Calificación	Ponderación
<i>Excelentes vías para ingreso y salida</i>	0,2	0,4	0,08	0,5	0,1	0,4	0,08
<i>Espacio</i>	0,5	0,4	0,2	0,1	0,05	0,3	0,15
<i>Seguridad</i>	0,4	0,5	0,2	0,3	0,12	0,3	0,12
<i>costos bajos por servicios públicos</i>	0,3	0,4	0,12	0,1	0,03	0,4	0,12
<i>Cercanía proveedores</i>	0,1	0,5	0,05	0,5	0,05	0,5	0,05
			<b>0,65</b>		0,35		0,52

Según el análisis de las variables el mejor lugar para la localización del proyecto será en el centro de la ciudad de Pereira, en la calle 22 # 7-70 se puede destacar que el centro de la ciudad es un sector con mucha afluencia de personas por lo cual la empresa puede tener mejor recordación en ellas.

### 3.4 MAQUINARIA Y EQUIPO REQUERIDO

Tabla 22. Maquinaria y Equipo Requerido

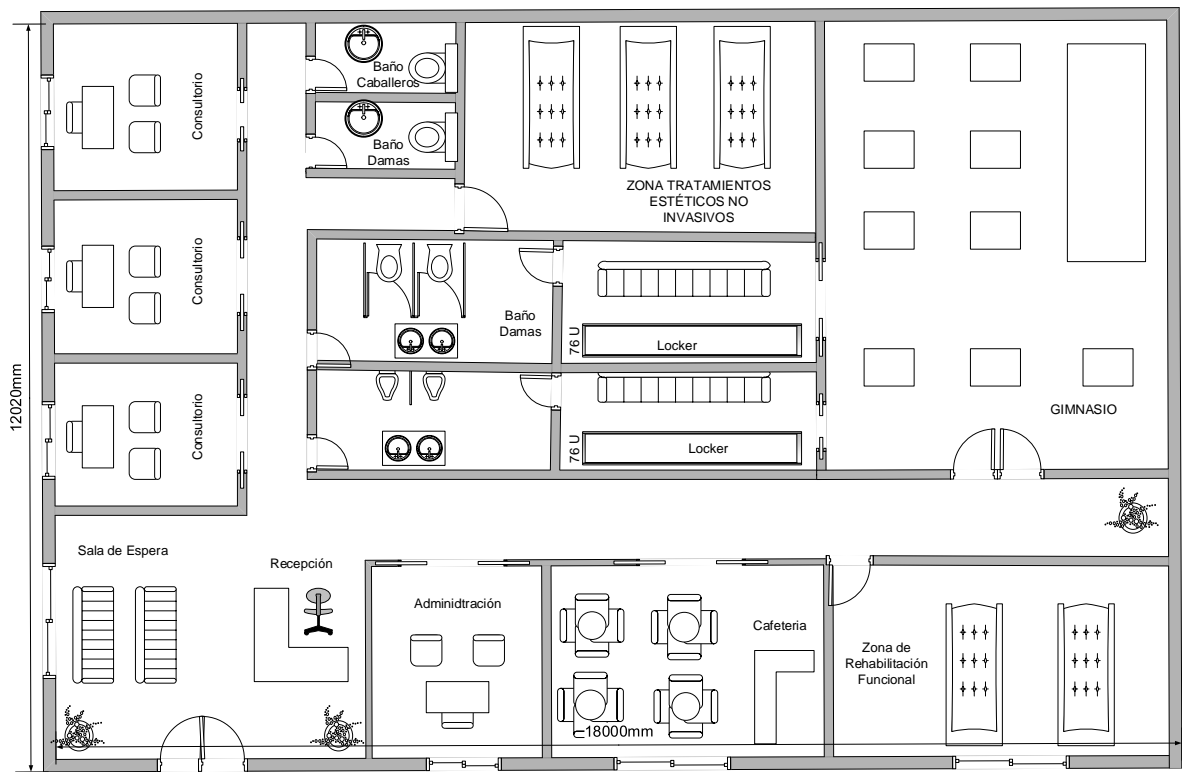
<b>Máquina y Equipo</b>	<b>Cantidad</b>
Bicicletas Estáticas	3
Elípticas	3
Bandas caminadoras	3
Televisores	1
Colchonetas	15
Resortes	10
Equipo de sonido con varias salidas	1
Multifuncional	2
Mancuernas	20
Sistema de ingreso biomédico	1
Computadores personales	5
Red Inalámbrica	1
Routers inalámbricos	1
Servidor	1
Escritorios	5
Silla giratoria	5
Telefonía	5
Mesas cafetería	4
Silletería varia	30
Fax	1
Impresora, fotocopidora y escáner	1
Lockers	1
Camillas	5
Software administrativo	1
Video Beam	1
Equipo para bioimpedancia	1
Adipómetro y cinta métrica digital	1
Equipo para tratamientos estéticos	1
Equipamiento cocina	1
Neveras	1

Fuente: Trabajo de campo

### 3.5 DISTRIBUCIÓN DE PLANTA.

La sede de la empresa, estará subdividida por áreas, entre ellas área de entrenamiento físico, área de recuperación, área de oficinas, área de recepción y facturación, consultorios, entre otros; a continuación se muestra el plano de distribución interna de la empresa.

Gráfico 17. Distribución de la Empresa





### 3.6 FLUJOGRAMA DE PROCESOS

(Ver Anexo B. Página 116)

Grafico 18. Esquema general de estructura en secuencia de procesos



**División Estratégica:** Las empresas hoy en día se encuentran expuestas a cambios constantes, ya que las nuevas tecnologías y el crecimiento del mercado hacen que las organizaciones obtengan la agilidad y disponibilidad para satisfacer la demanda con cumplimiento y compromiso; para ello es necesario un buen servicio al cliente y que los empleados tengan sentido de pertenencia para lograr así un trabajo en equipo óptimo, garantizando así confort y satisfacción a los clientes sobre nuestros servicios contra el sobrepeso y la obesidad.

**Publicación de los programas:** Para la mercantilización se tendrá un personal capacitado y calificado que brinde la información adecuada de los respectivos programas de salud relacionado con el sobrepeso y la obesidad. Para lograr óptimos resultados se inspeccionara de forma contante la manera que se está vendiendo la información con el fin de realizar mejoras y lograr beneficios para el negocio.

**Tratamiento del sobrepeso y/o obesidad:** Cada paciente recibirá evaluación médica, nutricional, psicóloga, enfocándonos en el cliente y racionalizando sus recursos y deseos se le recomendará el paquete más propicio, con el fin de lograr una intervención con estupendos resultados.

**Resultados del tratamiento:** Lograr que los pacientes con el equipo interdisciplinario obtengan tanto física, mental, y emocionalmente una estabilidad y un bienestar general.

**Formación:** Darle a conocer al paciente que es, porque se causa, que hace y que consecuencias trae esta enfermedad crónica no transmisible del sobrepeso y obesidad a través de capacitación, mostrándoles con ende la importancia de tener hábitos y estilos de vida saludable

**Gestión administrativa:** El centro MOFIS (Movimiento Físico) contara con las respectivas funciones financieras, gestión de personal, administrativa, atención al cliente con el fin de llevar un funcionamiento legal y óptimo y garantizar así la correcta ejecución y actividad del centro

### 3.7 CAPACIDAD DE SERVICIO

Para la realización de la capacidad del servicio se tuvo en cuenta las consultas y controles realizadas por cada profesional, en la respectiva tabla se dará a conocer la capacidad de servicio.

Tabla 23. Tabla. Capacidad máxima instalada por profesional/día

<b>CAPACIDAD DE SERVICIO</b>		
<b>ESPECIALISTA</b>	<b>CAPACIDAD MAXIMA INSTALADA</b>	
<b>Médico general</b>	5	Nuevo
	6	Controles
<b>Nutricionista</b>	5	Nuevos
	9	Controles
<b>Psicóloga</b>	10	Consultas
<b>Gimnasio</b>	500	Personas por día
<b>Tratamientos estético</b>	16	Consultas

Fuente: Autores de presente documento

### 3.8 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO TECNICO

- El estudio técnico arrojó que la ubicación de la empresa permitirá una mayor afluencia de clientes y que se generara un mayor reconocimiento de la misma.
- Mediante el estudio técnico se eligió como macro localización el departamento de Risaralda y la Ciudad de Pereira por el crecimiento, la calidad y las posibilidades que ofrece la región, además de su estratégica localización.
- Gracias al estudio de mercados se logró determinar los rangos de precios que se puede cobrar por los tratamientos en la compañía.
- Según los datos arrojados por la encuesta, se comprobó que existe una necesidad, lo cual da posibilidad de trabajar a la empresa MOFIS (movimiento físico)
- Existe interés de conocer la compañía por parte de los encuestados y adquirir este servicio.
- Por medio del estudio técnico se logró definir la capacidad del servicio, es decir, la cantidad de personas que se pueden atender por día, tanto por parte del área médica como del gimnasio.

## 4. ESTUDIO ORGANIZACIONAL

### 4.1 ANÁLISIS DOFA

Tabla 24. Análisis DOFA

<b>Fortalezas</b>	<b>Debilidades</b>
<p>1. El servicio a ofrecer tendrá intervención física, mental y emocional, ya que estos aspectos ayudan a tener un estilo de vida saludable, y mejorando con ende la calidad de vida.</p> <p>2. El acompañamiento se brindara en un espacio acogedor y seguro para nuestros clientes, dado con ello el cumplimiento de las expectativas de los clientes para una mayor satisfacción.</p> <p>3. los paquetes estarán acorde a cada persona y recursos del mismo, ya que todo cliente tiene un problema diferente a intervenir.</p> <p>4. La prestación del servicio será realizada por un grupo interdisciplinario de profesionales especializados tanto en el tema físico, psicológico y motivacional.</p>	<p>1. La organización será nueva en el mercado, y con ello, no hay posicionamiento sobre las marcas ya existentes.</p> <p>2. los competidores indirectos pueden ofrecer un servicio más rápido y más económico.</p> <p>3. A nivel comercial existen productos de cómo combatir el sobrepeso y la obesidad con el fin de obtener resultados rápidos</p>

Oportunidades	Amenazas
<p>1. A nivel regional existen competidores indirectos y centros, pero a nivel departamental no existe un centro como tal especializado.</p> <p>2. A nivel mundial los índices de sobrepeso y obesidad han estado incrementado, hoy en día se ha convertido es un prioridad en el tema de salud pública, lo cual beneficia a la empresa</p> <p>3. Aprovechar las inconformidades actuales del mercado, y ofrecer un servicio completo y satisfactorio.</p>	<p>1. El peligro de no tener claro los requerimientos legales claros antes de abrir el centro</p> <p>2. El crecimiento de la competencia indirecta en el mercado.</p> <p>3. la percepción de las personas sobre la importancia de tener hábitos de vida saludable</p>

### **Estrategias (F-O):**

- Detectar las necesidades y suplirles las inconformidades al mercado, haciendo uso de medios publicitarios, creándoles así la importancia de un peso y estilo de vida saludable.
- Aprovechar el problema actual de sobrepeso y obesidad, atrayendo los clientes al centro, brindándoles un espacio acogedor y seguro para beneficiar tanto al paciente como a la empresa.
- A través de los profesionales, se espera aprovechar las inconformidades del mercado ofreciendo así un servicio de calidad, fidelizando al cliente y darle reconocimiento a la marca

### **Estrategias (D-O):**

- Como el sobrepeso y la obesidad son una prioridad pública, y la empresa no es reconocida aun, se busca realizar estrategias junto a los entes gubernamentales para promocionar una posible solución al problema a través de la organización.
- Hoy en día existen en el mercado competidores indirectos que ofrecen de manera más rápida y económica la pérdida de peso, aprovechando este perfil de clientes con visión de preservar y mantener un hábito de vida saludable; como estrategia será llegar a estos clientes creándoles la necesidad de complementar los tratamientos o medicamentos alternativos, con actividad física, dietas, seguimientos mensuales con el fin de preservar la salud de los pacientes

### **Estrategias (F-A):**

- La organización tendrá profesionales en las diferentes áreas, logrando con esto tener más claridad y seguridad acerca de los requerimientos legales, buscando asesorías, y realizando investigaciones continuas de los cambios en cuando a ley.

### **Estrategias (D-A):**

- Debido a la cantidad de competencia indirecta en el mercado, se harán campañas para captar clientes en los dos primeros años de funcionamiento para ganar reconocimiento y captar falencias, y los años posteriores en el manteniendo de los mismos.
- Hoy en día la competencia indirecta ofrece servicios y resultados rápidos para combatir el sobrepeso y la obesidad, sumándose a este la percepción de la no importancia de tener un hábito de vida saludable, se sugiere fortalecer a la población con capacitación dando así conocer las causas y consecuencias que traen este tipo de enfermedades crónicas no transmisibles y con ende generar hábitos de vida saludable

## **Misión**

Ser la empresa líder para el 2021 en brindar oportunidad a sus pacientes de mejorar su condición de vida bajo parámetros de entrenamiento, rehabilitación terapéutica, tratamiento estéticos no invasivos. Orientada bajo la supervisión de un equipo profesional con la mejor calidad humana.

## **Visión**

Para el 2019 será una empresa reconocida y destacada a nivel nacional en el área de la salud, teniendo una cobertura amplia. Sus pacientes podrán contar con las mejores instalaciones y un servicio de muy buena calidad, será una empresa competente y respaldada por los mejores profesionales en cada una de sus áreas para brindar el mejor y óptimo servicio.

## **4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

- **Administración**

El objetivo de esta área es coordinar todos los recursos de la empresa a través de los procesos de planeación, organización, integración, dirección y control, con el fin de diseñar y mantener un ambiente en el cual, las personas trabajando juntas en grupo, alcanzan con eficiencia las metas propuestas.<sup>22</sup>

Tener una visión global del comportamiento tanto interno como externo de la organización, a la hora de tomar decisiones se tendrán en cuenta las opiniones de socios ya que la organización compete a todos, dentro de sus funciones deberá estar a cargo de las obligaciones financieras, legales, pago a proveedores realizando con ende informes del funcionamiento de la organización

Será el responsable de generar estrategias comerciales, como también de diseñar e implementar estrategias de mercadeo, publicidad, distribución del servicio y promoción. Además deberá diseñar estrategias de ventas, distribuir zonas entre el grupo de vendedores, establecer indicadores para los mismos y controlar su desempeño y cumplimiento de metas. Establecerá políticas de retribución,

---

<sup>22</sup> KOONTZ, Wehrich. Elementos de administración: su naturaleza y propósito. Quinta edición. 1995. Página 4. ISBN 0-0-35605-X

elaboración de presupuestos de ventas anuales y presupuestos de gastos, supervisará gastos comerciales y preparará y rendirá informes sobre su proyección de ventas y cumplimiento de metas del área

El administrador tendrá a su cargo la recepcionista quien a la vez será un apoyo para el área administrativa, además auditará el servicio el área de mantenimiento, la cual involucra los servicios generales.

- **Área financiera**

El objetivo del área financiera será velar por el control de los costos, contabilidad, inversión, patrimonio, pago de impuestos asegurar un eficiente cumplimiento de sus funciones, una gestión adecuada de las relaciones con los grupos de interés externos e internos y una labor de colaboración para la elaboración de planes estratégicos.

Por lo tanto, debe asegurar el correcto control de las transacciones, la comunicación y cumplimiento de las normas externas y la planificación y soporte a las decisiones<sup>23</sup>

La persona responsable antes de tomar decisiones deberá tener autorización de la parte administrativa antes de realizar los respectivos trámites pago de impuestos, afiliaciones legales de los impuestos entre otros.

- **Área médica**

Esta área se encuentra constituida por los especialistas en salud, que brindará el servicio de atención al usuario final. El equipo de especialistas está compuesto por:

- Médico general
- Nutricionista- dietista
- Psicólogo
- Acondicionador físico, rehabilitación funcional
- Especialista en tratamientos estéticos no invasivos

Dentro de las funciones de cada uno de estos especialistas, se encontrará la de mantener la salud y el bienestar, aplicando las medidas preventivas en todas las áreas, deberán dentro de sus funciones realizar: valoración diagnóstica,

---

<sup>23</sup> FAJARDO, Oscar. Las funciones básicas del área económico- financiero: la tecno estructura y el área económico-financiero [en línea]. No, 6 (2010) <<https://fbusiness.wordpress.com/2010/11/28/las-funciones-basicas-del-area-economico-financiero/>>



seguimiento y control a los clientes, creación de estilos de vida saludable, realizar historias clínicas, formatos o demás registros solicitados por la organización.

Se tendrá en cuenta a la hora de habilitar el consultorio las disposiciones establecidas por el Ministerio de Salud, cancelar dentro de las fechas establecidas el porcentaje de gastos previamente asignados.

- **Área comercial**

Será el área encargada de crear estrategias de mercado, con el fin de ofertarle el servicio de la organización al consumidor final, esta tarea será encargada a los vendedores externos.

Fuerza de ventas: se dedica a definir estratégicamente funciones y metas de cómo llegar al segmento de mercado, creando un plan de ventas para desarrollar relaciones con los clientes y con ende fidelización hacia la organización, se presentaran reportes diarios e informes periódicos para percibir lo que piensan los clientes, que perspectivas tienen, o problemas que se presenten en el transcurso del servicio.

- **Área de mantenimiento**

Serán los encargados de mantener las condiciones de la organización en óptimas condiciones, realizando así las actividades de mantenimientos preventivos, correctivos, rutinarios, con el fin de que haya continuidad en el servicio, seguridad, calidad y registros de limpieza y equipos.

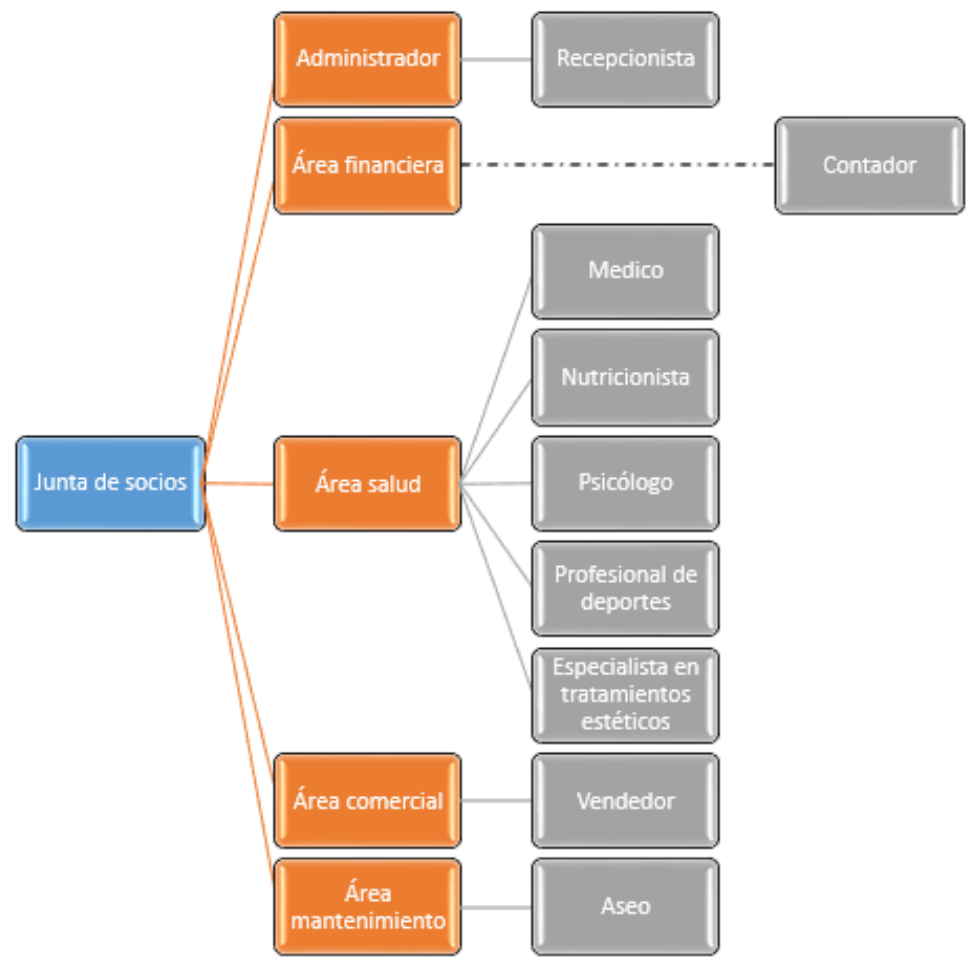
**Nota:** Dentro del perfil de cargos se especificara la recopilación de requisitos para cada área.

### 4.3 ORGANIGRAMA

#### El organigrama es de tipo horizontal:

Este organigrama despliega las funciones de izquierda a derecha, el titular en el extremo izquierdo y los niveles jerárquicos en forma de columnas.

Grafico 19. Organigrama



#### 4.4 PERFIL DE CARGO

Tabla 25. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Administrador

PERFIL DEL CARGO
<p><b>Cargo:</b> Administrador</p> <p><b>Área:</b> Administrativa</p> <p><b>Misión del cargo:</b> Planificar, dirigir y controlar los recursos de la organización, logrando así un buen funcionamiento y crecimiento de la misma.</p>
<p><b>Personal a cargo</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Recepcionista</li><li>• Aseo</li><li>• Vendedores</li><li>• Contador</li></ul>
<p><b>Educación:</b> Título profesional de ingeniero (a), comercial o administración de empresas.</p>
<p><b>Formación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Gestión recurso humano, atención al cliente</li><li>• funcionamiento de empresa, área de la salud</li><li>• Manejo de herramientas office</li></ul>
<p><b>Experiencia Requerida:</b> Experiencia en el cargo liderando áreas administrativas, sector público, experiencia mínima de 1 año en el área de la salud.</p>
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Responsable, comprometido, autónomo, con iniciativa e interés de aportar en las actividades en que le corresponde participar.</li><li>• Buena capacidad de comunicación y expresión de sus ideas e instrucciones, así como para establecer buenas relaciones interpersonales.</li><li>• Realizar contratación de personal teniendo en cuenta los resultados del proceso de selección.</li><li>• En el rol de liderazgo, con capacidad de entregar responsabilidades, orientando el trabajo y procurando una alta colaboración de parte de sus subalternos.</li><li>• Velar por la función de los indicadores propuestos por cada área; estar al tanto de la situación financiera de la empresa con el fin de prever el presupuesto de la organización.</li></ul>

- Velar por el cumplimiento de las normas y políticas de la organización.
- Implementar auditorías internas con el fin de crecer y mejorar como organización.
- Implementar sistemas de evaluación para controlar la calidad de los servicios de salud prestados a los pacientes.
- Controlar el pago oportuno a proveedores, pago de obligaciones financieras y legales de la organización.

Tabla 26. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Secretaria

<b>PERFIL DEL CARGO</b>
<p><b>Cargo:</b> Secretaria – Recepcionista</p> <p><b>Área:</b> Administrativa</p> <p><b>Misión del cargo:</b> Apoyar el desarrollo del área administrativa, atender a usuarios y realizar tareas del proceso.</p>
<p><b>Personal a cargo</b> N/A</p>
<p><b>Educación:</b> Título en secretariado</p>
<p><b>Formación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de agenda, archivos</li> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Manejo herramientas de office</li> </ul>
<p><b>Experiencia Requerida:</b> Mínimo 1 año de experiencia.</p>
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar en los procesos administrativos, atención de clientes internos y externos de la organización, respaldo en el cumplimiento de las tareas y procesos propios de su Área.</li> <li>• Organizar citas de cada de uno de los especialistas.</li> <li>• Programar citas y manejar agenda de cada uno de los especialistas, al igual que la parte administrativa, Recibir, enviar y clasificar correspondencia</li> </ul>

- Abrir expedientes y proporcionar los expedientes que le sean requeridos en cada servicio
- Operar eficientemente los programas de computadora que le sean proporcionados para las labores de apoyo administrativo
- Atender el teléfono de acuerdo a las normas de cortesía establecidas y dar a todas las llamadas el debido curso
- Gestionar los reembolsos de caja menor.

Tabla 27. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Contador Público.

<b>PERFIL DEL CARGO</b>
<p><b>Cargo:</b> Contador Publico</p> <p><b>Área:</b> Financiera</p> <p><b>Misión del cargo:</b> Responsable de la planificación, organización y coordinación de todas relacionadas con el área contable, con el objetivo de obtener las consolidaciones y estados financieros requeridos por la organización</p>
<p><b>Personal a cargo</b> N/A</p>
<p><b>Educación:</b> Contador Público Autorizado</p>
<p><b>Formación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicar métodos y procedimientos contables.</li> <li>• Preparar informes técnicos y analizar la información contable.</li> <li>• Tratar en forma cortés al público en general.</li> <li>• Realizar cálculos numéricos</li> </ul>
<p><b>Experiencia Requerida:</b> Mínimo 2 años de experiencia en el cargo</p>
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar, analizar, diseñar, implementar los asientos contables de la organización, desarrollando los sistemas contables necesarios para la institución.</li> <li>• Elaborar informes periódicos de las actividades realizadas en la organización.</li> </ul>

- Elaborar estados financieros en fechas requeridas con información oportuna y verídica.
- Controlar la cartera, facturación, pago de impuestos e inversiones, presupuestos
- Coordinar la elaboración del presupuesto general y dar seguimiento al mismo
- Tomar las decisiones financieras necesarias para hacer rentable la organización con previa autorización del área administrativa.
- Realizar y presentar informes a los entes legales que lo requieran, al igual que a la administración y junta directiva de manera periódica.

Tabla 28. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Medico General.

<b>PERFIL DEL CARGO</b>
<p><b>Cargo:</b> Medico General</p> <p><b>Área:</b> Medica</p> <p><b>Misión del cargo:</b> Brindar servicios médicos preventivos, atendiendo y examinando a los pacientes en general; a fin de preservar el bienestar y la salud.</p>
<p><b>Personal a cargo</b> N/A</p>
<p><b>Educación:</b> Título Profesional Médico General</p>
<p><b>Formación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Realización de historias clínicas</li> <li>• Manejo de personal</li> <li>• Relaciones humanas</li> <li>• Dominio de leyes y decretos en la salud</li> </ul>
<p><b>Experiencia Requerida:</b> Mínimo 2 años de experiencia en el cargo</p>
<p><b>Funciones:</b></p>

- Conocer el equipo, material e instrumental y las normas y reglamentos del Centro Médico.
- Tener habilidad para administrar personal, y realizar la valoración diagnóstica control y seguimiento a los clientes antes de remitirlo a los siguientes especialistas.
- Deberá tener habilidad para establecer y mantener buenas relaciones interpersonales.
- Concientizar a los pacientes de la importancia de un estilo de vida saludables.
- Realizar historias clínicas de cada uno de los pacientes y mantenerlas actualizadas, con el fin de hacerle seguimiento en el proceso.
- Cancelar dentro de las fechas establecidas el porcentaje de gastos previamente asignados.
- Remitir el informe médico al entrenador personal, para tener conocimiento del estado actual del paciente
- Diagnosticar y orientar oportunamente a los clientes cuyos problemas sobrepasan su capacidad.

Tabla 29. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Nutricionista.

<b>PERFIL DEL CARGO</b>
<p><b>Cargo:</b> Nutricionista- Dietista</p> <p><b>Área:</b> Medica</p> <p><b>Misión del cargo:</b> Brindar atención en la alimentación, control nutricional, consulta nutricional, actividades de promoción en salud.</p>
<p><b>Personal a cargo</b> N/A</p>
<p><b>Educación:</b> Título Profesional Nutricionista</p>
<p><b>Formación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Realización de historias clínicas</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de personal</li> <li>• Relaciones humanas</li> <li>• Dominio de leyes y decretos en la salud</li> </ul>
<p><b>Experiencia Requerida:</b> Mínimo 2 años de experiencia en el cargo</p>
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Comprensión del lenguaje médico para facilitar la coordinación de las partes y determinar así las necesidades nutricionales del paciente</li> <li>• Planear, organizar, dirigir y actualizar los programas de nutrición, dietas y servicio de alimentos</li> <li>• Realizar historias clínicas de cada uno de los pacientes y mantenerlas actualizadas, con el fin de hacerle seguimiento en el proceso.</li> <li>• Concientizar a los pacientes de la importancia de un estilo de vida saludables</li> <li>• Alto grado de compromiso con el cumplimiento de los planes y programas servicio de salud</li> <li>• Realizar historias clínicas de cada uno de los pacientes y mantenerlas actualizadas.</li> <li>• Cancelar dentro de las fechas establecidas el porcentaje de gastos previamente asignados.</li> </ul>

Tabla 30. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Psicólogo.

<b>PERFIL DEL CARGO</b>
<p><b>Cargo:</b> Psicólogo</p> <p><b>Área:</b> Medica</p> <p><b>Misión del cargo:</b> Brindar atención profesional psicológica a los pacientes en los diversos campos de la psicología, evaluándolos clínicamente, diagnosticando sus problemas y suministrándoles orientación vocacional y profesional con el fin de aportarles soluciones</p>
<p><b>Personal a cargo</b> N/A</p>
<p><b>Educación:</b></p>



Titulo Licenciado en Psicología

**Formación:**

- Teorías psicoeducativas y labores.
- Metodología de la investigación.
- Técnicas psicométricas.
- Relaciones humanas

**Experiencia Requerida:**

Mínimo 2 años de experiencia en el área

**Funciones:**

- Entrevista pacientes con problemas psicológicos.
- Planifica, coordina las actividades que se realizan en la unidad a su cargo
- Administra y corrige pruebas psicológicas individuales y/o de grupos.
- Supervisa las actividades que se realizan en la unidad a su cargo.
- Analiza y evalúa pruebas psicológicas y psicotécnicas.
- Aplica pruebas psicotécnicas a los pacientes, evaluando sus aptitudes, intereses y aspectos de la personalidad.
- Elabora informes de los resultados de las pruebas, diagnósticos y tratamiento a seguir.
- Aplica psicoterapia individual y/o de grupo.
- Suministra orientación vocacional y profesional a los usuarios.
- Coordina la elaboración de perfiles de aptitudes en lo concerniente a orientación y selección profesional.
- Realiza talleres de técnicos para modificar conductas.
- Participa en reuniones periódicas con el equipo de trabajo a fin de discernir sobre los problemas críticos observados en los pacientes y obtener o suministrar sugerencias de solución.
- Participa en la planificación, desarrollo y evaluación de campañas educacionales diversas.
- Participa en la elaboración de programas de evaluación motivacional y desarrollo personal.

- Presenta informes técnicos.
- Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral, establecidos por la organización.
- Mantiene en orden equipo y sitio de trabajo, reportando cualquier anomalía.
- Elabora informes periódicos de las actividades realizadas.
- Realiza cualquier otra tarea afín que le sea asignada

Tabla 31. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Especialista en tratamientos estéticos no invasivos.

<b>PERFIL DEL CARGO</b>
<p><b>Cargo:</b> Especialista en tratamientos estéticos no invasivos</p> <p><b>Área:</b> Médica</p> <p><b>Misión del cargo:</b> Brindar comodidad, tranquilidad y seguridad a los pacientes, teniendo en cuenta las necesidades detectadas</p>
<p><b>Personal a cargo</b> N/A</p>
<p><b>Educación:</b> Certificado en tratamientos no invasivos con licencia de funcionamiento vigente.</p>
<p><b>Formación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Realización de historias clínicas</li> <li>• Manejo de personal</li> <li>• Relaciones humanas</li> <li>• Atención en primeros auxilios</li> </ul>
<p><b>Experiencia Requerida:</b> Mínimo 1 año de experiencia en el área</p>
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar valoración física, captando las necesidades de cada uno de los pacientes, basados en el proceso de pérdida de peso.</li> <li>• Plantear el respectivo paquete de tratamientos estéticos no invasivos más indicados a las necesidades y preferencias y gustos del cliente.</li> </ul>

- Presentar a la administración el informe requerido acerca del tratamiento
- Atender las inquietudes de pacientes y brindarles apoyo para el entendimiento del tratamiento a realizar.
- Velar por la confidencialidad de cada paciente en cuanto a información de los procesos establecidos por el área.
- Leer y analizar la valoración realizada por los especialistas y actualizar de manera periódica el plan de tratamiento estéticos de cada uno de los clientes.
- Brindar un ambiente de comodidad y tranquilidad a cada uno de los clientes que le permita desarrollar vínculos empáticos hacia el encargado de esta área.
- Concientizar a los pacientes de la importancia de un estilo de vida saludables
- Realizar historias clínicas de cada uno de los pacientes y mantenerlas actualizadas

Tabla 32. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Acondicionador Físico.

<b>PERFIL DEL CARGO</b>
<p><b>Cargo:</b> Acondicionador Físico</p> <p><b>Área:</b> Medica</p> <p><b>Misión del cargo:</b> Desarrollar programas de ejercicios físicos orientados al entrenamiento y a la actividad física, con el propósito de mejorar el nivel de su condición física y promover una mejor calidad de vida y bienestar.</p>
<p><b>Personal a cargo</b> N/A</p>
<p><b>Educación:</b> Título profesional ciencias del deporte y la recreación, Licenciado en Educación Física, entrenador físico certificado</p>
<p><b>Formación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Realización de historias clínicas</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de personal</li> <li>• Relaciones humanas</li> <li>• Atención en primeros auxilios</li> </ul>
<p><b>Experiencia Requerida:</b> Mínimo 2 años de experiencia en el cargo</p>
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Leer y analizar la valoración realizada por los especialistas, teniendo en cuenta los resultados se procede a perfilar las rutinas para cada paciente.</li> <li>• Realizar valoración física a cada uno de los clientes que ingresen a realizar actividad física, encontrando así fortalezas y debilidades de los pacientes</li> <li>• Diseñar método de ejercicios acorde a las necesidades de cada cliente, teniendo en cuenta sus condiciones de salud.</li> <li>• Revisar de manera periódica la rutina de ejercicios y realizar las respectivas modificaciones cuando se considere necesario o ya se hayan alcanzado las metas trazadas.</li> <li>• Revisión a los procesos realizados por los profesionales del área médica.</li> <li>• Concientizar a los pacientes de la importancia de un estilo de vida saludables</li> <li>• Realizar historias clínicas de cada uno de los pacientes y mantenerlas actualizadas</li> <li>• Remitir a los profesionales, en caso de que se considere necesario si poseen dificultades referentes a su salud.</li> <li>• Conocimiento sobre rehabilitación funcional</li> </ul>

Tabla 33. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Director Comercial.

<b>PERFIL DEL CARGO</b>
<p><b>Cargo:</b> Director Comercial</p> <p><b>Área:</b> Comercial</p>

<p><b>Misión del cargo:</b> Promover, coordinar y supervisar todas las acciones destinadas a prestar una atención eficiente y cordial a los usuarios</p>
<p><b>Personal a cargo</b> Vendedores Externos</p>
<p><b>Educación:</b> Título Profesional en mercadeo y ventas, ingeniero (a), profesional comercial y mercadeo.</p>
<p><b>Formación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Área de mercadotecnia, ventas, calidad</li> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Manejo de personal</li> <li>• Relaciones humanas</li> <li>• Manejo de office</li> </ul>
<p><b>Experiencia Requerida:</b> Mínimo 2 años de experiencia en el cargo</p>
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Administrar, supervisar, controlar y coordinar todas las acciones del Área Comercial tendientes a promover la obtención de los recursos financieros.</li> <li>• Evaluar los resultados de análisis de consumo, para implementar políticas, planes y acciones, generando así una mejora continua del proceso</li> <li>• Cumplir con las metas de ventas previamente proyectadas.</li> <li>• Dirigir a los vendedores de la organización, realizando rutas, guías, dando apoyo y trabajo en equipo por el cumplimiento de las metas y funciones propuestas cumpliendo así con el presupuesto sugerido</li> <li>• Coordinar y supervisar las zonas que están bajo el direccionamiento del grupo de trabajo</li> <li>• Realizar seguimiento y análisis de la evolución de las ventas según información suministrada por el grupo de vendedores externos.</li> <li>• Dirigir estudios y estrategias de mercadeo y analizar los resultados aplicándolos para la mejora del servicio.</li> <li>• Manejar la imagen y comunicación corporativa</li> <li>• Desarrollar conservar y aumentar el número de clientes</li> </ul>

Tabla 34. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Vendedor externo.

<b>PERFIL DEL CARGO</b>
<p><b>Cargo:</b> Vendedor externo</p> <p><b>Área:</b> Comercial</p> <p><b>Misión del cargo:</b> Brindar un excelente servicio y atención a los clientes, dando a conocer el servicio</p>
<p><b>Personal a cargo</b> N/A</p>
<p><b>Educación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título Bachiller</li> <li>• Técnico o tecnólogo en el área de ventas o mercadeo</li> </ul>
<p><b>Formación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> <li>• Relaciones humanas</li> <li>• Conocimiento</li> <li>• del servicio a ofrecer (sector salud)</li> </ul>
<p><b>Experiencia Requerida:</b> Mínimo 2 años de experiencia en el cargo</p>
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Brindar el servicio en la zona asignada, y dar bienvenida al usuario, logrando así lealtad y fidelidad del cliente por la organización en la zona que sea asignada.</li> <li>• Proporcionar información clara y concisa a cerca de los servicios ofertados en la organización.</li> <li>• Orientar al cliente ofertándole los paquetes ofrecidos por la organización; detectando a través de opiniones, posibles valores agregados para la empresa</li> <li>• Retroalimentar el estado de mercadeo a la organización, informando la descripción de clientes potenciales.</li> <li>• Asistir con puntualidad y participar en todos los comités realizados por organización</li> <li>• Cumplir con las metas proyectadas por la organización, aumentando así la cantidad de clientes</li> </ul>

Tabla 35. Cargos, funciones, responsabilidades, requisitos Auxiliar de Aseo

<b>PERFIL DEL CARGO</b>
<p><b>Cargo:</b> Auxiliar de Aseo</p> <p><b>Área:</b> Mantenimiento</p> <p><b>Misión del cargo:</b> Prestar los servicios de aseo y cafetería observando las normas de higiene y seguridad industrial.</p>
<p><b>Personal a cargo</b> N/A</p>
<p><b>Educación:</b> Titulo Bachiller</p>
<p><b>Formación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Manejo de equipos e insumos de aseo</li> <li>• Manipulación de alimentos</li> <li>• Manejo de elementos e insumos de cafetería</li> <li>• Relaciones humanas</li> </ul>
<p><b>Experiencia Requerida:</b> Mínimo 6 meses de experiencia</p>
<p><b>Funciones:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar las labores de aseo, alistamiento y presentación de las áreas físicas.</li> <li>• Realizar los trámites de solicitud de los elementos de aseo.</li> <li>• Desempeñar las demás funciones que le sean asignadas por la autoridad competente, las que reciba por delegación y aquellas inherentes a las que desarrolla la dependencia.</li> <li>• Atender el servicio de cafetería para el personal y los usuarios de las áreas de la entidad.<sup>24</sup></li> </ul>

#### 4.5 ESTUDIO LEGAL, SOCIAL Y AMBIENTAL

<sup>24</sup> Descripción genérica de cargos [en línea], <[http://www.ula.ve/personal/cargos\\_unicos/psicologo.htm](http://www.ula.ve/personal/cargos_unicos/psicologo.htm)>

#### **4.5.1 ESTUDIO LEGAL**

Movimiento Físico (MOFIS), será constituida como una Sociedad por Acciones simplificadas (SAS), que le permitirá desarrollar sus funciones a cabalidad, bajo la normatividad colombiana, la cual permite fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad, de acuerdo con los intereses de los socios. Esta modalidad de asociación es elegida para la proyección de la empresa, puesto que en cuestiones de asociación es más flexible que otro tipo de sociedad. Otros de los beneficios de las SAS son:

- Se constituye por una o varias personas natural o jurídica.
- Para efectos tributarios la SAS se registrará por las normas de las sociedades por acciones.
- No se tiene un mínimo establecido para el aporte del capital.
- Los accionistas no serán responsables de las obligaciones tributarias.
- No es necesario la presencia de un revisor fiscal.

La Sociedad de Acciones Simplificada será constituida acorde a la ley 1258 de 2008, además del decreto 2020 de junio de 2009, basándose en la antigua ley de emprendimiento (1014 de 2006).

#### **4.5.2 ESTUDIO SOCIAL**

Desde el punto de vista social la creación de empresas promueve el desarrollo personal y profesional de las personas que están directamente involucradas con la empresa, al generar empleo.

La generación de empleo y la cobertura de las garantías laborales para los colaboradores de la empresa, certifica que Movimiento Físico (MOFIS) promoverá la estabilidad económica para los miembros y sus familias teniendo en la región un impacto positivo.

#### **4.5.3 ESTUDIO AMBIENTAL**

El desarrollo de la empresa asume el impacto ambiental que esta genere de acuerdo con la normatividad expuesta por parte de la Dirección Local del Ministerio del Medio Ambiente, que refiere al manejo adecuado de las basuras y desechos.



#### **4.6 CONCLUSIONES ESTUDIO ORGANIZACIONAL**

- El estudio permitió establecer que al aplicar la matriz DOFA las debilidades y amenazas presentan una gran posibilidad en convertirse en fortalezas y oportunidades debido al amplio crecimiento de la demanda y al valor agregado que la empresa quiere brindar en su servicio.
- Se determinó que la capacidad del personal requerido mientras la empresa se posiciona y establece en el mercado es limitada.
- Durante este estudio se determinó la misión, la visión, los perfiles requeridos, compromisos ambientales, legales y sociales, pensando en que la organización logre sus objetivos, en el bienestar del equipo de trabajo y en el sostenimiento financiero y organizacional.

## **5. ESTUDIO FINANCIERO**

Con la presentación de este capítulo se desea mostrar los elementos que participan en la formulación financiera del proyecto de creación de empresa “MOVIMIENTO FISICO (MOFIS)”, en la ciudad de Pereira. Este estudio parte de la información obtenida con base en la investigación de mercados realizada previamente.

Es importante anotar que los rubros de las proyecciones están en pesos corrientes, basándonos en el Índice de Precios al Consumidor (IPC) y en la proyección realizada por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE).

El estudio financiero de este proyecto se realizara sin el uso de sistema de financiamiento, es decir, con aportes de los socios.

### **5.1 PRESUPUESTO DE INVERSIONES**

En la siguiente tabla se muestra el total de la inversión que deben realizar los socios de la empresa “MOVIMIENTO FISICO (MOFIS)”. La inversión inicial es de \$89.255.110 será aportada en cuotas iguales de \$29.751.703 por cada uno de los tres socios del proyecto, los cuales cuentan con el capital requerido, por lo tanto no se asumirán préstamos.

En el año 0 se dan los valores de las inversiones requeridas para la instalación y puesta en marcha. Los valores registrados en el año cinco corresponden a los valores de recuperación del 50% de los activos fijos y del 100% del capital de trabajo invertido, al momento de liquidar el proyecto.

La estimación del efectivo se realizó para los primeros 90 días, siendo el 5% de los ingresos por ventas.

Para los años dos y tres se invertirá en activos fijos, que se pagaran de las ganancias obtenidas.

Tabla 36. Presupuesto de inversiones.

<b>PRESUPUESTO DE INVERSIONES</b>						
<b>Periodo</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Inversiones Fijas</b>	<b>64.580.000</b>		<b>54.000.000</b>	<b>48.923.000</b>		<b>83.751.500</b>
Depreciables	64.580.000		54.000.000	48.923.000		83.751.500
Equipo de computo	19.355.000			8.050.000		
Muebles y enseres	12.145.000			5.873.000		
Maquinaria y equipo	33.080.000		54.000.000	35.000.000		
<b>Inversiones Diferidas</b>	<b>2.800.000</b>					
insumos	600.000					
Alarmas de seguridad	1.200.000					
Publicidad	1.000.000					
<b>Capital de trabajo</b>	<b>21.875.110</b>					<b>21.875.110</b>
Efectivo	21.875.110					
<b>Total inversión inicial</b>	<b>89.255.110</b>		<b>54.000.000</b>	<b>48.923.000</b>		<b>105.626.610</b>

Fuente: Trabajo de campo

## 5.2 PRESUPUESTO DE VENTAS

En el presupuesto de ventas se estimó de acuerdo al estudio de mercados que para el primer año se tendrá una oferta del 65% en el plan Bronce que equivalen a 568 personas , 4% en el plan Plata que equivalen a 35% y 2% en el plan Oro que equivalen a 17 personas, como se muestra a continuación.

Tabla 37. Número de clientes Año 1.

	<b>PORCENTAJE EN CADA PLAN</b>	<b>Precios planes año 1</b>	<b># clientes año 1</b>	<b>TOTAL AÑO 1</b>
<b>PLAN ORO</b>	2%	1.650.000	13	21.629.322
<b>PLAN PLATA</b>	4%	1.400.000	26	36.704.304

<b>PLAN BRONCE</b>	65%	890.000	426	379.168.569
<b>TOTAL</b>			<b>465</b>	<b>437.502.195</b>

Fuente: Trabajo de campo

El número de clientes equivalen a la población que se espera tomar de la población objetivo, esta población equivale al 1%, el cálculo se muestra a continuación.

Tabla 38. Personas nuevas a atender Año 1.

<b>AÑO 1</b>				
<b>Producto</b>	<b>Precio Venta</b>	<b>Población Objetivo</b>	<b>Población tomada del objetivo</b>	<b># Personas nuevas a atender</b>
<b>PAQUETE ORO</b>	1.650.000	218.478	2185	13
<b>PAQUETE PLATA</b>	1400000	218.478	2185	26
<b>PAQUETE BRONCE</b>	890000	218.478	2185	426

Fuente: Trabajo de campo

Para los próximos años se estimó un incremento en la población objetivo en un 1% y en los precios de ventas se incrementaron de acuerdo al IPC.

Tabla 39. Número de Clientes por año.

	<b>Precios planes año 2</b>	<b># clientes año 2</b>	<b>TOTAL AÑO 2</b>
<b>PLAN ORO</b>	1.707.420	17	28.605.717
<b>PLAN PLATA</b>	1.448.720	34	48.543.035
<b>PLAN BRONCE</b>	920.972	544	501.466.883
<b>TOTAL</b>		<b>595</b>	<b>578.615.635</b>
	<b>Precios planes año 3</b>	<b># clientes año 3</b>	<b>TOTAL AÑO 3</b>
<b>PLAN ORO</b>	1.764.277	18	31.394.012
<b>PLAN PLATA</b>	1.496.962	36	53.274.688
<b>PLAN BRONCE</b>	951.640	578	550.346.550
<b>TOTAL</b>		<b>632</b>	<b>635.015.250</b>
	<b>Precios planes año 4</b>	<b># clientes año 4</b>	<b>TOTAL AÑO 4</b>
<b>PLAN ORO</b>	1.820.558	19	34.321.393
<b>PLAN PLATA</b>	1.544.715	38	58.242.363
<b>PLAN BRONCE</b>	981.998	613	601.664.414
<b>TOTAL</b>		<b>669</b>	<b>694.228.170</b>

	Precios planes año 5	# clientes año 5	TOTAL AÑO 5
<b>PLAN ORO</b>	1.875.174	20	38.216.993
<b>PLAN PLATA</b>	1.591.057	41	64.853.080
<b>PLAN BRONCE</b>	1.011.458	662	669.955.474
<b>TOTAL</b>		<b>724</b>	<b>773.025.547</b>

Fuente: Trabajo de campo

Tabla 40. Personas nuevas a atender por año.

<b>AÑO 2</b>				
Producto	Precio Venta	Población Objetivo	Población tomada del objetivo	# Personas nuevas a atender
<b>PAQUETE ORO</b>	1.707.420	220.444	2.204	17
<b>PAQUETE PLATA</b>	1.448.720	220.444	2.204	34
<b>PAQUETE BRONCE</b>	920.972	220.444	2.204	544
<b>AÑO 3</b>				
Producto	Precio Venta	Población Objetivo	Población tomada del objetivo	# Personas nuevas a atender
<b>PAQUETE ORO</b>	1.764.277	222.428	2.224	18
<b>PAQUETE PLATA</b>	1.496.962	222.428	2.224	36
<b>PAQUETE BRONCE</b>	951.640	222.428	2.224	578
<b>AÑO 4</b>				
Producto	Precio Venta	Población Objetivo	Población tomada del objetivo	# Personas nuevas a atender
<b>PAQUETE ORO</b>	1.820.558	224.430	2.244	19
<b>PAQUETE PLATA</b>	1.544.715	224.430	2.244	38
<b>PAQUETE BRONCE</b>	981.998	224.430	2.244	613
<b>AÑO 5</b>				
Producto	Precio Venta	Población Objetivo	Población tomada del objetivo	# Personas nuevas a atender
<b>PAQUETE ORO</b>	1.875.174	226.450	2.265	20
<b>PAQUETE PLATA</b>	1.591.057	226.450	2.265	41
<b>PAQUETE BRONCE</b>	1.011.458	226.450	2.265	662

Fuente: Trabajo de campo

En la siguiente tabla se observan las ventas proyectadas para cada año.

Tabla 41. Presupuesto de Ventas.

<b>INGRESOS PROYECTADOS</b>					
<b>Periodo</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>PLAN ORO</b>	21.629.322	28.605.717	31.394.012	34.321.393	38.216.993
<b>PLAN PLATA</b>	36.704.304	48.543.035	53.274.688	58.242.363	64.853.080
<b>PLAN BRONCE</b>	379.168.569	501.466.883	550.346.550	601.664.414	669.955.474
<b>TOTAL INGRESOS OPERATIVOS</b>	<b>437.502.195</b>	<b>578.615.635</b>	<b>635.015.250</b>	<b>694.228.170</b>	<b>773.025.547</b>

Fuente: Trabajo de campo

### 5.3 COSTOS DE OPERACIÓN

En el costo de operación se presenta un listado completo de todos los costos que la empresa presenta para su funcionamiento.

La amortización de la publicidad se efectuó a dos años, El sistema de seguridad se amortizó a tres años y los insumos se amortizaron a dos años.

Tabla 42. Costos de Operación.

<b>COSTOS INDIRECTOS</b>					
<b>Periodo</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Costos de operación</b>	<b>53.722.500</b>	<b>55.434.660</b>	<b>62.530.035</b>	<b>68.295.515</b>	<b>69.924.087</b>
<b>Costos indirectos</b>	<b>37.200.000</b>	<b>38.494.560</b>	<b>39.776.429</b>	<b>41.045.297</b>	<b>42.276.656</b>
Mantenimiento	1.200.000	1.241.760	1.283.111	1.324.042	1.363.763
Arrendamiento	36.000.000	37.252.800	38.493.318	39.721.255	40.912.893
<b>Otros costos indirectos</b>	<b>16.522.500</b>	<b>16.940.100</b>	<b>22.753.606</b>	<b>27.250.218</b>	<b>27.647.431</b>

Depreciación de maquinaria	4.522.500	4.522.500	9.922.500	14.009.800	14.009.800
Servicios públicos	12.000.000	12.417.600	12.831.106	13.240.418	13.637.631
<b>Gastos de administración</b>	<b>364.245.043</b>	<b>428.045.409</b>	<b>459.004.284</b>	<b>532.001.597</b>	<b>609.992.032</b>
Salario personal	211.236.600	252.343.017	273.243.536	317.952.096	368.447.283
Prestaciones sociales personal	46.119.991	55.094.892	58.755.351	69.419.541	80.444.324
Seguridad social	63.417.452	75.758.420	80.791.747	95.455.578	110.615.243
Depreciación equipo oficina	3.871.000	3.871.000	3.871.000	5.481.000	5.481.000
Honorarios	36.000.000	37.252.800	38.493.318	39.721.255	40.912.893
Papelería	2.400.000	2.483.520	2.566.221	2.648.084	2.727.526
Elementos de Aseo	1.200.000	1.241.760	1.283.111	1.324.042	1.363.763
<b>Gastos por venta</b>	<b>14.325.066</b>	<b>18.558.469</b>	<b>19.450.457</b>	<b>20.826.845</b>	<b>23.190.766</b>
Amortización publicidad diferida	500.000	500.000	-	-	-
Amortización alarmas de seguridad diferida	400.000	400.000	400.000	-	-
Amortización Insumos diferidos	300.000	300.000			
Comisiones	13.125.066	17.358.469	19.050.457	20.826.845	23.190.766
<b>Total costo de operación</b>	<b>432.292.609</b>	<b>502.038.538</b>	<b>540.984.776</b>	<b>621.123.957</b>	<b>703.106.885</b>

Fuente: Trabajo de campo

#### 5.4 ESTADO DE RESULTADOS

Este estado permite analizar al final de cada año de operación de la empresa, si se presentaron utilidades o pérdidas en el desarrollo de sus actividades operativas.

Tabla 43. Estado de Resultados Proyectado.

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
<b>Periodo</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Ventas	437.502.195	578.615.635	635.015.250	694.228.170	773.025.547
(-) Costos	53.722.500	55.434.660	62.530.035	68.295.515	69.924.087
<b>(=) Utilidad Bruta</b>	<b>383.779.695</b>	<b>523.180.975</b>	<b>572.485.215</b>	<b>625.932.655</b>	<b>703.101.460</b>
(-) Gastos Administrativos	364.245.043	428.045.409	459.004.284	532.001.597	609.992.032
(-) Gastos de ventas	14.325.066	18.558.469	19.450.457	20.826.845	23.190.766
<b>(=) Utilidad neta Operacional</b>	<b>5.209.586</b>	<b>76.577.097</b>	<b>94.030.474</b>	<b>73.104.214</b>	<b>69.918.662</b>
(+) Otros Ingresos	-	-	-	-	-
(-) Otros Egresos	-	-	-	-	-
(-) Gastos Financieros	-	-	-	-	-
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>5.209.586</b>	<b>76.577.097</b>	<b>94.030.474</b>	<b>73.104.214</b>	<b>69.918.662</b>
(-) Impuestos 34%	1.771.259	26.036.213	31.970.361	24.855.433	23.772.345
<b>(=) Utilidad neta</b>	<b>3.438.327</b>	<b>50.540.884</b>	<b>62.060.113</b>	<b>48.248.781</b>	<b>46.146.317</b>

Fuente: Trabajo de campo

## 5.5 FLUJO DE CAJA LIBRE

Es la resultante del flujo neto de inversiones y el flujo de operación, representa las salidas y las entradas de dinero a la empresa.

Tabla 44. Flujo de Caja Libre.

<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>						
<b>Periodo</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Utilidad Neta		3.438.327	50.540.884	62.060.113	48.248.781	46.146.317
(+) Depreciaciones		8.213.500	8.213.500	13.613.500	19.310.800	19.310.800
(+) Amortizaciones		1.200.000	1.200.000	400.000	-	-



(+) Impuestos		1.771.259	26.036.213	31.970.361	24.855.433	23.772.345
(-) Pagos de Capital		-	-	-	-	-
<b>(=) Flujo de Caja (1)</b>		<b>14.623.086</b>	<b>85.990.597</b>	<b>108.043.974</b>	<b>92.415.014</b>	<b>89.229.462</b>
Presupuesto de inversiones	89.255.110	-	54.000.000	48.923.000		-
(-) Recursos del crédito		-	-	-	-	-
<b>(=) Inversiones netas (2)</b>	<b>89.255.110</b>	<b>-</b>	<b>54.000.000</b>	<b>48.923.000</b>		<b>-</b>
Activo fijo Final		-	-	-	-	83.751.500
(+) Recuperación capital de trabajo		-	-	-	-	21.875.110
<b>(=) Liquidación del negocio (3)</b>		<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>105.626.610</b>
<b>Flujo de caja libre (1-2+3)</b>	<b>-</b>	<b>89.255.110</b>	<b>14.623.086</b>	<b>31.990.597</b>	<b>59.120.974</b>	<b>92.415.014</b>
						<b>194.856.072</b>

Fuente: Trabajo de campo

- Tasa Interna de Retorno (TIR):

$$\text{TIR} = 48,0820183\%$$

- Valor Presente Neto a una Tasa Representativa del Mercado del 12% EA.<sup>25</sup>

$$\text{VPN} = 160.683.046$$

## 5.6 FLUJO DE CAJA

Es el saldo disponible para pagar a los accionistas y para cubrir el servicio de la deuda de la empresa, después de descontar las inversiones realizadas en activos fijos y en necesidades operativas.

<sup>25</sup>Tasa Representativa del mercado Colombiano para el mes de Mayo 2015

Tabla 45. Flujo de Caja.

<b>FLUJO DE CAJA LIBRE</b>						
<b>Periodo</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Saldo inicial	-	21.875.110	36.678.196	67.077.533	100.342.294	160.966.946
(+) Aportes	89.255.110	-	-	-	-	-
(+) Ventas de contado		437.502.195	578.615.635	635.015.250	694.228.170	773.025.547
(+) Recuperación de cartera	-	-	-	-	-	-
(+) Otros	-	-	-	-	-	-
<b>(=) Total Disponible</b>	<b>89.255.110</b>	<b>459.377.305</b>	<b>615.293.830</b>	<b>702.092.783</b>	<b>794.570.464</b>	<b>933.992.494</b>
(-) Total inversiones	67.380.000	-	54.000.000	48.923.000	-	-
(-) Compras de contado	-	-	-	-	-	-
(-) Pago de proveedores	-	-	-	-	-	-
(-) Pago de M.O.D	-	211.236.600	252.343.017	273.243.536	317.952.096	368.447.283
(-) Pago a C.I.F	-	49.200.000	50.912.160	52.607.535	54.285.715	55.914.287
(-) Pagos a gastos administrativos	-	149.137.443	171.831.392	181.889.747	208.568.500	236.063.749
(-) Pagos a gastos de ventas	-	13.125.066	17.358.469	19.050.457	20.826.845	23.190.766
(-) Pago de impuestos			1.771.259	26.036.213	31.970.361	24.855.433
(-) Otros	-	-	-	-	-	-
<b>(=) Total Egresos</b>	<b>21.875.110</b>	<b>36.678.196</b>	<b>67.077.533</b>	<b>100.342.294</b>	<b>160.966.946</b>	<b>225.520.976</b>
<b>(=) SALDO FINAL EN CAJA</b>	<b>21.875.110</b>	<b>36.678.196</b>	<b>67.077.533</b>	<b>100.342.294</b>	<b>160.966.946</b>	<b>225.520.976</b>

Fuente: Trabajo de campo

## 5.7 PROYECCIÓN DEL BALANCE GENERAL

La elaboración del balance general permite determinar cuáles fueron los movimientos y el estado de los activos, los pasivos y el patrimonio durante dicho periodo, y así determinar si existió o no crecimiento económico en la empresa.

Tabla 46. Balance General Proyectado.

<b>BALANCE GENERAL</b>						
<b>Periodo</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Activo</b>						
<b>Activo Corriente</b>	<b>21.875.110</b>	<b>36.678.196</b>	<b>121.077.533</b>	<b>149.265.294</b>	<b>160.966.946</b>	<b>225.520.976</b>
Caja y bancos	21.875.110	36.678.196	67.077.533	100.342.294	160.966.946	225.520.976
Clientes CXC	-	-	-	-	-	-
Inventarios	-	-	-	-	-	-
Inversiones	-	-	54.000.000	48.923.000		
<b>Activo Fijo</b>	<b>64.580.000</b>	<b>56.186.500</b>	<b>47.793.000</b>	<b>87.999.500</b>	<b>117.431.700</b>	<b>97.940.900</b>
Equipo de computo	19.355.000	19.355.000	19.355.000	19.355.000	27.405.000	27.405.000
Muebles y enseres	12.145.000	12.145.000	12.145.000	12.145.000	18.018.000	18.018.000
Maquinaria y Equipo	33.080.000	33.080.000	33.080.000	87.080.000	122.080.000	122.080.000
(-) Depreciación Acumulada		8.393.500	16.787.000	30.580.500	50.071.300	69.562.100
<b>Diferido</b>	<b>2.800.000</b>	<b>1.600.000</b>	<b>400.000</b>	-	-	-
Alarmas de seguridad	1.200.000	800.000	400.000	-		
Publicidad	1.000.000	500.000	-	-	-	-
Insumos	600.000	300.000				
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>89.255.110</b>	<b>94.464.696</b>	<b>169.270.533</b>	<b>237.264.794</b>	<b>278.398.646</b>	<b>323.461.876</b>
<b>Pasivo</b>						
<b>Pasivo Corriente</b>	-	<b>1.771.259</b>	<b>26.036.213</b>	<b>31.970.361</b>	<b>24.855.433</b>	<b>23.772.345</b>

Proveedores	-	-	-	-	-	-
Obligaciones Bancarias	-	-	-	-	-	-
Impuestos por pagar		1.771.259	26.036.213	31.970.361	24.855.433	23.772.345
Gastos por pagar	-	-	-	-	-	-
<b>Pasivo no corriente</b>	-	-	-	-	-	-
Obligación bancarias	-	-	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-	-	-
<b>TOTAL PASIVO</b>	-	<b>1.771.259</b>	<b>26.036.213</b>	<b>31.970.361</b>	<b>24.855.433</b>	<b>23.772.345</b>
<b>Patrimonio</b>						
Aportes de Capital	89.255.110	89.255.110	89.255.110	89.255.110	89.255.110	89.255.110
Utilidades Retenidas			3.438.327	53.979.211	116.039.323	164.288.104
Utilidad del ejercicio		3.438.327	50.540.884	62.060.113	48.248.781	46.146.317
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>89.255.110</b>	<b>92.693.437</b>	<b>143.234.320</b>	<b>205.294.433</b>	<b>253.543.214</b>	<b>299.689.531</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>89.255.110</b>	<b>94.464.696</b>	<b>169.270.533</b>	<b>237.264.794</b>	<b>278.398.646</b>	<b>323.461.876</b>

Fuente: Trabajo de campo

## 5.8 CONCLUSIONES ESTUDIO FINANCIERO

- El estudio arrojó que la empresa obtiene ganancias en los primeros cinco años en los cuales tiene vida útil el proyecto, con un incremento anual que favorece las perspectivas del mismo, esto se debe a que hay una demanda creciente y una necesidad insatisfecha, que generaran ganancias año tras año a la empresa.
- Los costos iniciales para la constitución y puesta en marcha de la empresa son elevados ya que se hace necesario adquirir maquinaria y contratar personal.
- Se pudo determinar que los ingresos que se generaran en la empresa durante los primeros 5 años son suficientes para visualizar una expansión del proyecto.

## 6. CONCLUSIONES

- A través de los estudios realizados se concluye que es viable llevar a cabo la puesta en marcha de una empresa dedicada al tratamiento del sobrepeso u obesidad en la ciudad de Pereira.
- A través de la investigación realizada se determinó que en la ciudad de Pereira en el sector de bienestar y salud, específicamente en el tratamiento de la obesidad y el sobrepeso no ha sido lo suficientemente explorado, debido a que no se encontró un competidor directo que ofrezca un portafolio de servicios similar.
- Después de analizar los resultados obtenidos mediante la realización del estudio de mercados, implementado con el fin de identificar la aceptación de la propuesta por la población objetivo, se concluye que el 97% de la muestra poblacional cumple con las características del perfil del usuario de la empresa ratificando de esta manera la aprobación de las personas para la creación de la empresa Movimiento Físico (MOFIS).
- De acuerdo al análisis de los resultados obtenidos por el estudio financiero en lo concerniente a la viabilidad del proyecto de la creación de la empresa Movimiento Físico (MOFIS), se evaluaron dos criterios fundamentales: La Tasa Interna de Retorno (TIR) y el Valor Presente Neto (VPN), con el fin de determinar la eficacia de la inversión y el cumplimiento del objetivo financiero se concluye que el proyecto cumple con las expectativas planteadas al inicio del estudio.

## 7. RECOMENDACIONES

- El estudio Metodológico y de mercados elaborado en el presente proyecto define como población objetivo al 1% de la población con sobrepeso y obesidad en la ciudad de Pereira. Se considera importante para las proyecciones y expansión del proyecto que se continúe con dichos estudios para abarcar toda la población objetivo.
- Es importante tener en cuenta las sugerencias de otros servicios sugeridos por las personas encuestadas para incluirlos más adelante en el portafolio de servicios de la empresa.
- Es de vital importancia que la estética y presentación del lugar en el que se desarrollara el proyecto siempre inspire y transmita un ambiente de confort e higiene, por este motivo no se puede descuidar diariamente el proceso de mantenimiento y limpieza de las instalaciones y equipos.
- Las alianzas estratégicas con empresas del sector de la salud puede ser una propuesta a considerar, ya que se podría ampliar el mercado y abarcar más clientes.

## 8. BIBLIOGRAFIA

1. KOONTZ, Wehrich. Elementos de administración: su naturaleza y propósito. Quinta edición. 1995. Página 4. ISBN 0-0-35605-X
2. LOURDES MUNCH, Ernesto Ángeles. Métodos y técnicas de investigación. Ed. Trillas. México. 2003.
3. SOTO, Hernández Liliana. Obesidad “Pandemia del siglo XXI” [en línea]. <[www.lanacion.com.co](http://www.lanacion.com.co)> Marzo 14 2010.
4. Artículo sobrepeso y obesidad [en línea]. <[http://www.nhlbi.nih.gov/health/dcisp/diseases/obe/obe\\_risks.html](http://www.nhlbi.nih.gov/health/dcisp/diseases/obe/obe_risks.html)> [citado 18 enero 2015 ]
5. Así vamos en salud [en línea], < <http://www.asivamosensalud.org/>> [citado de enero 2015
6. DECRETO 3039 DE 2007 Plan Nacional de Salud Pública. Página web [en línea]. <<http://guajiros.udea.edu.co/fnsp/cvsp/politicaspUBLICAS/decreto%203039.pdf>> Hoja 25 [citado 21 de enero 2015]
7. Colombia.Como armar un plan de negocios. Revista Dinero.2003 [en línea]. < [www.dinero.com.ve/plan de negocios.html](http://www.dinero.com.ve/plan_de_negocios.html).>
8. Ley N° 1355. [en línea]. <<http://web.presidencia.gov.co/leyes/2009/octubre/ley135514102009.pdf>> [citado 25 enero 2015]
9. Tomado de: <<http://www.profesiones.cl/papers/lee.php?id=9>>
10. La investigación descriptiva [en línea]. <<http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigacion-descriptiva.php>>
11. La investigación descriptiva [en línea]. <<http://noemagico.blogia.com/2006/091301-la-investigaciondescriptiva.php>>
12. Dirección de promoción de la salud y control de enfermedades no transmisibles. [en línea], <<http://www.msal.gov.ar/ent/index.php/informacion-para-ciudadanos/obesidad>>



13. Dirección de promoción de la salud y control de enfermedades no transmisibles. [en línea] <<http://www.msal.gov.ar/ent/index.php/informacion-para-ciudadanos/obesidad>>
14. Sectores estratégicos de Colombia. [en línea], <<https://prezi.com/zhjqanx2l6xx/sectores-estrategicos-de-colombia/>>
15. Dinero. [en línea], <<http://www.dinero.com/empresas/articulo/progreso-sectores-del-programa-transformacion-productiva/199786>>
16. Organización mundial de la salud.[en línea]<<http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/>>
17. Marketing-xxi: las zonas y rutas de ventas.[en línea]<<http://www.marketing-xxi.com/zonas-rutas-ventas.html>>
18. Clínica Rangel.[en línea], <<http://rangelrehabilitacion.com.co/index.html>>
19. Fundación gorditos de corazón.[en línea], <[www.gorditosdecorazon.com](http://www.gorditosdecorazon.com)>
20. Clínica las Condes, [en línea] <[http://www.clinicalascondes.com/obesidad/tratamiento\\_quirurgico.htm](http://www.clinicalascondes.com/obesidad/tratamiento_quirurgico.htm)>
21. FAJARDO, Oscar. Las funciones básicas del área económico- financiero: la tecno estructura y el área económico-financiero [en línea]. No, 6 (2010) <<https://fbusiness.wordpress.com/2010/11/28/las-funciones-basicas-del-area-economico-financiero/>>
22. Descripción genérica de cargos [en línea], <[http://www.ula.ve/personal/cargos\\_unicos/psicologo.htm](http://www.ula.ve/personal/cargos_unicos/psicologo.htm)>
23. Institución universitaria CEIPA. Plan de empresa centro para el manejo integral del sobrepeso y la obesidad, 2010. Internet:<[http://aplicaciones.ceipa.edu.co/biblioteca/biblio\\_digital/virtualteca/monografias/plan\\_empresa\\_centro\\_para\\_manejo\\_integral\\_del\\_sobrepeso\\_y\\_la\\_obesidad.pdf](http://aplicaciones.ceipa.edu.co/biblioteca/biblio_digital/virtualteca/monografias/plan_empresa_centro_para_manejo_integral_del_sobrepeso_y_la_obesidad.pdf)>

## ANEXOS

### Anexo A. Encuesta.

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DE PEREIRA  
FACULTAD DE INGENIERÍA INDUSTRIAL  
ENCUESTA CREACION DE EMPRESA MOFIS (Movimiento –físico)

La presente encuesta es para el desarrollo de un trabajo de grado de estudiantes pertenecientes a la facultad de Ingeniería Industrial de la Universidad Tecnológica de Pereira.

**Objetivo:** Determinar el grado de aceptación para la creación de una empresa en la ciudad de Pereira dedicada a ofrecer un servicio que se encuentra en el campo de la salud, el cual consiste en tratamientos contra el sobrepeso y la obesidad, Basada en una atención personal e individual enfocándonos en los factores físicos, nutricionales, emocionales y requerimientos especiales.

Nombre: \_\_\_\_\_  
Barrio: \_\_\_\_\_  
Edad: \_\_\_\_\_  
Estrato: \_\_\_\_\_

1. ¿Con que frecuencia realiza usted ejercicios?

- A. Todos los días
- B. De 2 a 5 veces a la semana
- C. 1 vez a la semana
- D. No realiza

*(Si su respuesta es la D pase a la pregunta a la pregunta 3)*

2. ¿Pertenece usted a un centro especializado en el tratamiento contra el sobrepeso y obesidad?

Si \_\_\_ No \_\_\_

¿Cuál? \_\_\_\_\_

3. ¿Cree usted importante tener un peso saludable?

Si \_\_\_ No \_\_\_

4. Si usted sufriera de sobrepeso u Obesidad, y si existiera un centro especializado de servicios para manejar el control de peso, ¿Acudiría usted a este lugar?

Si \_\_\_ No \_\_\_

*(Si su respuesta es NO se da por terminada la encuesta)*

5. ¿Cuáles de los siguientes servicios le gustaría encontrar en el centro de control de peso y obesidad?

- A. Medicina General
- B. Medicina Nutricional
- C. Intervención a nivel físico, mental y emocional.
- D. Tratamiento Estético (Spa, masajes, tratamientos reductores, etc.)
- E. Gimnasio
- F. Todas las anteriores
- G. Otro \_\_\_\_\_

6. ¿Conoce a alguien cercano a usted que sufra de sobrepeso u obesidad?

Si \_\_\_ No \_\_\_

7. ¿Si el centro existiera hoy, lo recomendaría?

Si \_\_\_ No \_\_\_

8. ¿Estaría dispuesto(a) a pagar por el control de su peso?

Si \_\_\_ No \_\_\_

(Si su respuesta es NO pase a la pregunta 10)

9. ¿Cuánto estaría dispuesto(a) a pagar inicialmente por el servicio?

- A. Entre 500.000 – 1'000.000
- B. Entre 1'000.000 – 1'500.000
- C. Entre 1'500.001 – 2'000.000
- D. Entre 2'000.001 – 2'500.000
- E. Entre 2'500.001 – 3'000.000
- F. No pagaría por el servicio
- G. Otro \_\_\_\_\_

10. ¿Si no hay probabilidad de que use los servicios cual sería el motivo?

- A. No necesito un servicio como este\_\_\_
- B. No quiero un servicio como este\_\_\_
- C. No puedo costear el servicio\_\_\_
- D. No estoy dispuesto a pagar por el servicio\_\_\_
- E. Otro \_\_\_\_\_

*¡Muchas Gracias por su colaboración!*

Anexo B. Flujoograma de Procesos

