

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BAR DE OXÍGENO EN
LA COMUNA 17 DE LA CIUDAD SANTIAGO DE CALI

OSCAR ROLANDO PERNÍA MIRANDA

OSCAR ENRIQUE SUAREZ VALENCIA

DIEGO FERNANDO FERNÁNDEZ

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2017

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN BAR DE OXÍGENO EN
LA COMUNA 17 DE LA CIUDAD SANTIAGO DE CALI

OSCAR ROLANDO PERNÍA MIRANDA

OSCAR ENRIQUE SUAREZ VALENCIA

DIEGO FERNANDO FERNÁNDEZ

Trabajo de grado para optar el título de Administración de Empresas

Asesor

MG. ÁLVARO URIBE RESTREPO

FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA LUMEN GENTIUM

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

SANTIAGO DE CALI

2017

NOTA DE ACEPTACIÓN

Firma jurado I

Firma jurado II

Santiago de Cali, Mayo 30 de 2017

DEDICATORIA

A Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, además de su infinita bondad y amor. Por fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mi familia, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, pero más que nada, por su amor incondicional

A mis compañeros graduandos, que nos apoyamos mutuamente en nuestra formación profesional y que hasta ahora, seguimos siendo amigos.

Finalmente a los maestros, aquellos que marcaron cada etapa de nuestro camino universitario, y que me ayudaron en asesorías y dudas presentadas en la elaboración de la tesis

DIEGO FERNANDO FERNÁNDEZ

AGRADECIMIENTOS

A Dios por darme la vida y permitirme culminar esta etapa de mi vida, a alcanzar una de mis metas, por la paciencia y la sabiduría que me dio para el desarrollo de este trabajo.

A nuestras familias por apoyarnos cada día en este esfuerzo.

A mi asesor Álvaro Uribe Restrepo y al profesor Luis Mario Guerrero por compartir conmigo sus conocimientos, quienes estuvieron allí apoyándonos para seguir adelante con esta tarea, que Dios bendiga a todos; pero no olvidando que es el comienzo de un nuevo camino y un nuevo reto como administradores.

A mis amigos por brindarnos su apoyo mutuo.

A mis y profesores de todos los semestres por guiarnos y ofrecer sus conocimientos para la consecución de tan importante logro.

OSCAR ENRIQUE SUAREZ VALENCIA

A Dios por haberme prestado la vida, guiado durante estos 4 años proporcionándome de fortaleza y perseverancia para día a día afrontar los retos propuestos por el caminar de mi carrera y no dejar desfallecer ni en las circunstancias más complicadas de este trasegar y que el día de hoy me tenga acá culminando un peldaño más en mi vida.

A mis abuelos y mi madre, mis más infinitos agradecimientos porque gracias a ellos que me proporcionaron valores para mi vida y me dieron el aliento para que pudiera emprender esta gran aventura de formarme como un profesional creando las bases para que el día de hoy obtenga el título de administrador de empresas.

A los profesores quienes fueron los guías, con su confianza apoyo y dedicación fueron soporte para concluir este reto que había atrasado durante tanto tiempo.

A cada uno de mis amigos, y compañeros que en este camino confiaron y creyeron en mí e hicieron parte de mi etapa en la universidad y gracias a ellos voy a tener mi mente llena de vivencias que nunca olvidare.

DIEGO FERNANDO FERNÁNDEZ

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1	CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....26
1.1	TITULO DEL PROYECTO.....26
1.2	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN26
1.3	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....26
1.4	OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN29
1.5	JUSTIFICACIÓN29
1.6	ASPECTOS METODOLÓGICOS37
2	ESTUDIO DE MERCADO41
2.1	ANÁLISIS DEL MERCADO41
2.2	ANÁLISIS DEL SECTOR43
2.3	ESTRUCTURA DEL MERCADO48
2.4	CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO68
2.5	PLAN DE MERCADEO69
2.6	POLÍTICAS DE SERVICIO.....73
2.7	TÁCTICAS DE VENTA.....74
3	ESTUDIO TÉCNICO75
3.1	INGENIERÍA DEL PROYECTO.....75
3.2	LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO90
3.3	TAMAÑO DEL PROYECTO96
4	ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL.....99

4.1	DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO	99
4.2	ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	104
4.3	MODELO DE RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL	106
4.4	PROCESO DE SELECCIÓN PERSONAL.....	107
4.5	PROCESO DE CONTRATACIÓN	111
4.6	PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL .	113
4.7	PROGRAMA DE INCENTIVOS.....	113
4.8	ASPECTOS LEGALES EN EL PROYECTO DE GRADO.....	114
5	ANÁLISIS FINANCIERO	119
5.1	INVERSIÓN	119
5.2	DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS.....	121
5.3	BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN.....	121
5.4	BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN.....	123
5.5	AMORTIZACIÓN EN PESOS.....	124
5.6	PARÁMETROS GENERALES.....	125
5.7	PROYECCIÓN GASTOS GENERALES DE VENTAS, ADMINISTRACIÓN Y PRODUCCIÓN	128
5.8	PROYECCIÓN DE NÓMINA	130
5.9	PROYECCIÓN VENTAS, COSTOS UNITARIOS, COSTOS TOTALES, PRECIOS DE VENTA Y VENTAS TOTALES EN PESOS	134
5.10	CALCULO DE INC EN PESOS	137
5.11	CALCULO DE RECAUDOS Y PAGOS	138
5.12	CALCULO DE PAGOS.....	139

5.13	PROYECCIÓN ESTADOS DE RESULTADOS	140
5.14	FLUJOS DE CAJA EN PESOS	143
5.15	BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN Y CON FINANCIACIÓN.....	146
5.16	RAZONES FINANCIERAS ESTADOS FINANCIEROS CON Y SIN FINANCIACIÓN	148
5.17	PUNTO DE EQUILIBRIO	149
5.18	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD.....	150
6	CONCLUSIONES.....	151
7	RECOMENDACIONES	153
8	BIBLIOGRAFÍA	154
9	ANEXOS	157

LISTA DE CUADROS

	Pág.
Cuadro 1. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Demanda. Cali. 2017	53
Cuadro 2. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Precisión de la demanda Cali. 2017	54
Cuadro 3. Símbolo y denominación de los parámetros de la fórmula del cálculo muestral.....	55
Cuadro 4. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Ficha técnica de la encuesta. Cali. 2017	55
Cuadro 5. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Tabulación de la pregunta 1. Cali. 2017	56
Cuadro 6. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Tabulación de la pregunta 2. Cali. 2017	57
Cuadro 7. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Tabulación de la pregunta 3. Cali. 2017	58
Cuadro 8. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Tabulación de la pregunta 4. Cali. 2017	59
Cuadro 9. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Tabulación de la pregunta 5 Cali. 2017	60
Cuadro 10. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Tabulación de la pregunta 6 Cali. 2017	61
Cuadro 11. Esfuerzos y resultados de Empathy Map	64
Cuadro 12. Análisis del Empathy Map	64
Cuadro 13. Productos del portafolio del bar de oxígeno y su precio de venta.....	70
Cuadro 14. Publicidad pre-operativa de la empresa	71
Cuadro 15. Gastos de venta de la empresa.....	71
Cuadro 16. Relación de fragancias y sus valores unitarios	71

Cuadro 17. Descuentos de la empresa Oxi-Vida Sana	72
Cuadro 18. Costos de distribución	73
Cuadro 19. Insumos requeridos	76
Cuadro 20. Materiales requeridos	77
Cuadro 21. Equipos requeridos	79
Cuadro 22. Equipos de cómputo y comunicaciones.....	79
Cuadro 23. Adecuaciones de publicidad y tubería	80
Cuadro 24. Adecuaciones de baños, pisos y paredes	80
Cuadro 25. Tecnología	83
Cuadro 26. Descripción de los equipos.....	85
Cuadro 27. Relación y costos de maquinaria y equipo	86
Cuadro 28. Descripción de los equipos.....	87
Cuadro 29. Inventario del bar de oxígeno	88
Cuadro 30. Relación de Insumos de oficina y papelería	89
Cuadro 31. Relación de insumos de aseo y cafetería	90
Cuadro 32. Capacidad instalada.....	95
Cuadro 33. Bar de Oxígeno. Inversión total en pesos (\$)	96
Cuadro 34. Valores corporativos.....	101
Cuadro 35. Descripción del puesto de administrador.....	105
Cuadro 36. Descripción del puesto de contador	105
Cuadro 37. Descripción puesto enfermera.....	106

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen 1. Logo del bar de oxígeno.....	78
Imagen 2. Localización de la comuna 17	91
Imagen 3. Mapa de la comuna 17 por barrios.....	93
Imagen 4. Micro-localización del bar de oxígeno	94
Imagen 5. Distribución de espacios	95

LISTA DE GRÁFICOS

	Pág.
Gráfico 1. Visita a centros comerciales según género	51
Gráfico 2. Visita por estrato socioeconómico a centros comerciales	52
Gráfico 3. Beneficios del oxígeno puro	57
Gráfico 4. Formas del cuidado físico y mental	58
Gráfico 5. Complementos del cuidado físico y mental.....	59
Gráfico 6. Fragancias de preferencia de aromaterapia	60
Gráfico 7. Valor dispuesto a pagar.....	60
Gráfico 8. Frecuencia de asistencia	61
Gráfico 9. Estratificación de la comuna 17	92

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Modelo Emphaty Map	63
Figura 2. Diagrama de flujo de pedidos	81
Figura 3. Diagrama de procesos de producción.....	82
Figura 4. Valores de Oxi-Vida Sana S.A.S.....	101
Figura 5. Filosofía de trabajo de Oxi-Vida Sana S.A.S.....	102
Figura 6. Competencias organizacionales	103
Figura 7. Organigrama de la empresa Oxi-Vida Sana S.A.S.....	104
Figura 8. Pasos o fases a seguir para el proceso de reclutamiento	107
Figura 9. Proceso de selección de personal	108
Figura 10. Modelo de solicitud de empleo.....	109
Figura 11. Beneficios sociedad por acciones simplificas (S.A.S)	115

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Inversión inicial	120
Tabla 2. Depreciación	121
Tabla 3. Balance inicial sin financiación	122
Tabla 4. Balance inicial con financiación	123
Tabla 5. Amortización en pesos	124
Tabla 6. Parámetros económicos	125
Tabla 7. Parámetros laborales	126
Tabla 8. Cargos y salarios	127
Tabla 9. proyección de gastos	129
Tabla 10. Nómina de administración y ventas	131
Tabla 11. Nómina de producción	133
Tabla 12. Proyección de ventas	134
Tabla 13. Costos unitarios	135
Tabla 14. Costos totales	135
Tabla 15. Precios de venta	136
Tabla 16. Ventas totales	136
Tabla 17. Cálculo de INC en pesos	137
Tabla 18. Calculo de recaudos	139
Tabla 19. Calculo de pagos	139
Tabla 20. Estado de resultados sin financiación	141
Tabla 21. Estado de resultados con financiación	142
Tabla 22. Flujo de caja sin financiación	144
Tabla 23. Flujo de caja con financiación	145
Tabla 24. Balance general proyectado sin financiación	146
Tabla 25. Balance general proyectado con financiación	147

Tabla 26. Razones financieras estados financieros sin financiación	148
Tabla 27. Razones financieras estados financieros con financiación	149
Tabla 28. Punto de equilibrio	150
Tabla 29. Análisis de sensibilidad	150

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo 1. Bar de Oxigeno Oxi Vida Sana SAS. Preguntas de la encuesta aplicada. Cali. 2017	157

RESUMEN

Este proyecto que servirá para obtener el título de Administradores de Empresas, está presentado bajo la línea de investigación “emprendimiento”, por ser una opción de grado de la Universidad Católica Lumen Gentium el cual tiene como objetivo estudiar la viabilidad para la creación de un bar de oxígeno con el servicio de mezcla de esencias medicinales en el municipio de Cali en el Departamento del Valle del Cauca.

La realización del presente estudio de viabilidad se expone de forma escrita con el fin de documentar cada análisis a partir de la formulación del problema a investigar.

Se desarrolló a partir de la recopilación de información en fuentes primarias y secundarias realizando una contextualización del problema de investigación, se exponen los objetivos de la investigación, los aspectos metodológicos entre otros. Se hizo un estudio de mercado que determinó el grupo objetivo de los consumidores del servicio. Se determinaron los instrumentos necesarios para un estudio técnico y operativo del servicio o producto de la empresa y su ingeniería del proyecto. Se definió la estructura administrativa y legal para el desarrollo de la empresa y se realizó un estudio financiero que permitió determinar el monto de inversión necesaria para la ejecución del proyecto y su margen de ganancia en un periodo de 5 años.

Uno de los mayores problemas que surgió en el estudio del proyecto, fue la reticencia y poca actitud de las personas para probar algo innovador, que a la vez funciona como terapia de relajación, reduce el stress, aumenta la concentración y el estado de alerta, y fomenta sentimientos de bienestar general. Se busca que los habitantes de la comuna 17 y los de los barrios aledaños y en general los caleños de todos los estratos, conozcan del negocio y entiendan que actualmente en las

grandes ciudades se vive a un ritmo que a veces puede ser insostenible por las diferentes tareas diarias, carga laboral y mala alimentación.

La empresa llevará por nombre, OXI-VIDA SAS, mostrando que es una empresa joven y dinámica, que busca el reconocimiento de la ciudad y posicionarse en el mercado de la salud y entretenimiento

El local donde funcionará cumple con las diferentes normativas de obligado cumplimiento en materia de seguridad e higiene, medio ambiente y cuenta con todos los servicios públicos que demanda este tipo de negocio. Utilizará la tecnología más sofisticada y moderna del mercado actual, para ofrecer un servicio de calidad.

El Bar de Oxígeno funcionará en el siguiente horario: de Lunes a Sábado entre las 10:00 y las 22:00 horas, y estará dirigido al joven y adulto-joven de la ciudad.

El recaudo por los servicios prestados se cobrará en efectivo, dado que al iniciar labores se deben conseguir los documentos que solicitan los entes que dan la autorización y recibir tarjetas de crédito o débito.

La publicidad ocupada para el Bar de Oxígeno OXI-VIDA SAS radial, publicidad personalizada, afiches publicitarios etc. Para lograr tener una identidad propia totalmente nueva fuera de todos los estándares tradicionales se encargara a una empresa de publicidad el diseño la creación completa de una imagen corporativa que contará con: Logotipo, Tarjetas de Presentación, Invitaciones especiales, Letreros luminosos etc.

El Bar de Oxígeno, aquí descrito y que estará ubicado en el la comuna 17, en el centro comercial Jardín Plaza debido a que la locomoción colectiva circula por los alrededores de este sector y además es un lugar de reunión para el segmento social al pretendemos abarcar mediante el descreme de mercado (tipo de precio).

El equipamiento necesario como luces, equipo de sonido, mesas y sillas se pueden adquirir en cualquier casa comercial a un costo medio. A medida que el proyecto genere ganancias se deberá modernizar cada uno de estos implementos hasta utilizar la mejor infraestructura existente en el mercado en cuanto a sonido e iluminación, que es lo más llamativo para los clientes.

Palabras claves: Emprendimiento, oxígeno, salud. Comuna, tecnología.

ABSTRACT

This project that will serve to obtain the title of Business Administrators, is presented under the line of research "emprendimiento", for being a degree option of the Catholic University Lumen Gentium which aims to study the feasibility for the creation of a bar Of oxygen with the service of mixture of medicinal essences in the municipality of Cali in the Department of Valle del Cauca.

The realization of this feasibility study is presented in written form in order to document each analysis from the formulation of the problem to be investigated.

It was developed from the collection of information in primary and secondary sources, making a contextualization of the research problem, exposing the objectives of the research, the methodological aspects, among others. A market study was carried out which determined the target group of consumers of the service. The necessary instruments were determined for a technical and operational study of the service or product of the company and its engineering of the project. It was defined the administrative and legal structure for the development of the company and a financial study was carried out that allowed determining the amount of investment necessary for the execution of the project and its margin of profit in a period of 5 years.

One of the major problems that arose in the study of the project was the reluctance and low attitude of people to try something innovative, which simultaneously works as relaxation therapy, reduces stress, increases concentration and alertness, And fosters feelings of general well-being. It is sought that the inhabitants of the commune 17 and the neighborhoods and in general the people of all strata, know the business and understand that currently in large cities is lived at a pace that can sometimes be unsustainable by different Daily tasks, workload and poor diet.

The company will take its name, OXI-VIDA SAS, showing that it is a young and dynamic company that seeks the recognition of the city and position itself in the health and entertainment market.

The place where it will operate complies with the different regulations of mandatory compliance in matters of safety and hygiene, environment and has all the public services that this type of business demands. It will use the most sophisticated and modern technology in the market today, to offer a quality service.

The Oxygen Bar will operate in the following hours: from Monday to Saturday between 10:00 am and 10:00 pm, and will be directed to the young and young adult of the city.

The collection for services rendered will be charged in cash, since at the beginning of work the documents requested by the entities that give authorization and receive credit or debit cards must be obtained.

Occupied advertising for the Oxygen Bar OXI-VIDA SAS radial, personalized advertising, advertising posters etc. In order to achieve a totally new identity of its own outside all traditional standards, an advertising company will be responsible for designing the complete creation of a corporate image that will include: Logo, Business Cards, Special Invitations, Signs and so on.

The Oxigeno Bar, described here and which will be located in the 17rd commune, in the commercial center Garden Plaza because the collective locomotion circulates around this sector and is also a meeting place for the social segment to which we intend to cover Through the market skim (type of price).

The necessary equipment like lights, sound equipment, tables and chairs can be acquired in any commercial house at an average cost. As the project generates profits, each of these implements must be modernized to use the best existing

infrastructure in the market for sound and lighting, which is the most striking for customers.

Key words: Entrepreneurship, Oxygen, Health. Commune, Technology.

INTRODUCCIÓN

El ser humano es esencialmente un ser social y organizado. Ser social significa que el hombre por su misma naturaleza tiende a establecer relaciones de cooperación e interdependencia permanentes para el logro de sus propósitos, y las condiciones del entorno organizacional que los rodea.

Las condiciones de vida en las grandes ciudades y la forma en que los habitantes las llevan suelen producir dolores de cabeza y altos niveles de estrés, las actividades como el deporte, técnicas de relajación, masajes corporales, son servicios para mejorar nuestra calidad de vida, buscan que el ser humano pueda disfrutar de cada minuto que vive, pero estas actividades no cumplen la función de eliminar todas las toxinas del cuerpo, ya que, respiramos el mismo aire contaminado del medio ambiente.

En las grandes y contaminadas ciudades del mundo se ha creado una verdadera psicosis respecto al aire que se respira, y con total razón. Ya sea que estemos en la calle, en nuestro hogar o en cualquier local comercial, respiramos un aire altamente contaminado con los consiguientes perjuicios para la salud a mediano y largo plazo, por lo que disponer de un lugar para reponer energía, desintoxicar el organismo y oxigenar la sangre es un verdadero alivio.

Los Bares de Oxígeno son lugares donde se puede acudir para respirar oxígeno, lograr un estado de placer y bienestar, que le permita a la persona mejorar su calidad de vida.

Si bien a muchos nos sorprende escuchar el nombre de este tipo de emprendimiento, los Bares de Oxígeno no son tan nuevos, surgieron hace más o menos 15 años en Japón, de allí la idea se trasladó a Europa, los Estados Unidos y Canadá, y en la actualidad se está diseminando en las principales ciudades de Latinoamérica de la mano de visionarios emprendedores.

Están comprobados los increíbles efectos que produce al organismo, cuando se oxigena la sangre, que los lleva al nivel que tenía antes de aspirar el aire que cada día está más contaminado. Entre estos efectos benéficos podemos mencionar un notable aumento del rendimiento físico e intelectual y mejoramiento de la piel entre muchos otros.

Respirar oxígeno puro ayuda a la relajación, reduciendo el estrés y aumentando la concentración y el estado de alerta. Produce un efecto de bienestar general. Las personas que utilizan esta terapia con frecuencia aseguran que duermen mejor, se levantan más contentas, elevan su espíritu y ánimo y se sienten más activas.

En condiciones normales el oxígeno es un gas incoloro, inodoro e insípido. Mediante infusores se mezcla el oxígeno con aromas terapéuticos. De esta manera, se puede estar respirando oxígeno y a la vez oliendo eucalipto, limón, lavanda, mandarina, menta, etc. combinando dos técnicas anti-estrés como son la toma de oxígeno y la absorción de esencias medicinales.

No obstante, de acuerdo con la investigación hecha, se determina la necesidad de que los habitantes del sector objeto de estudio, debido a que es una zona industrial, frecuenten este tipo de negocio para mejorar su salud por que estos contribuyen a mejorar su calidad de vida, satisfaciendo así mismo sus necesidades de relajación y distracción.

1 CONTEXTUALIZACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1 TITULO DEL PROYECTO

Estudio de viabilidad para la creación de un bar de oxígeno en la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali.

1.2 LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

Emprendimiento

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Actualmente en las grandes ciudades se vive a un ritmo que a veces puede ser insostenible por las diferentes tareas diarias, carga laboral y mala alimentación. Todo esto tiene consecuencias negativas como el aumento del estrés, altos dolores de cabeza, desgaste físico, poca concentración y mala circulación de la sangre. Por eso cada vez son más necesarios servicios que contribuyen al cuidado del cuerpo y la mente. (Perez, 2016, párr. 2)

El aire se encuentra generalmente compuesto por un 78% de nitrógeno y un 21% de oxígeno. Los otros gases llamados gases traza, forman el 1% restante. Estos son argón, dióxido de carbono, neón, helio, metano, criptón, hidrógeno y xenón. El nivel de impurezas en el aire, varía según la situación geográfica es decir, la ubicación de las empresas industriales y en especial, la cantidad de vehículos que diariamente transitan por las autopistas generan mayor contaminación en sus procesos de producción y transporte. (Altman, 1996, párr. 1)

El oxígeno es un elemento químico de número atómico 8 y símbolo O. En su forma molecular más frecuente, O₂, es un gas a temperatura ambiente. Representa aproximadamente el 20,9% en volumen de la composición de la atmósfera terrestre. Es uno de los elementos más importantes de la química orgánica y participa de forma muy importante en el ciclo energético de los seres vivos, esencial en la respiración celular de los organismos aeróbicos. Es un gas incoloro, inodoro (sin olor) e insípido. Existe una forma molecular formada por tres átomos de oxígeno, O₃, denominada ozono cuya presencia en la atmósfera protege la tierra de la incidencia de radiación ultravioleta procedente del sol.

El oxígeno respirado por los organismos aerobios, liberado por la plantas mediante la fotosíntesis, participa en la conversión de nutrientes en energía (ATP). Su disminución provoca hipoxemia y la falta total de él anoxia pudiendo provocar la muerte del organismo.

La principal fuente de producción de energía eléctrica para el funcionamiento de los diferentes aparatos eléctricos está diseñada por medio de la quema de combustibles como la gasolina y el petróleo. Este proceso llamado combustión consume oxígeno y producen dióxido de carbono; esto significa que los seres vivos respiran oxígeno contaminante para nuestro cuerpo humano.

El cuerpo humano necesita tener oxígeno para los carbohidratos, grasas y proteínas suministradas por los alimentos y transformarlos en calor corporal, energía y vida.

Este proceso es conocido como “metabolismo”. El oxígeno es el elemento esencial en los procesos respiratorios de la mayor parte de las células vivas. Una de las funciones del oxígeno, es la oxigenación de los pulmones, que favorece la eliminación de las toxinas del sistema. Cuanto más oxígeno se obtiene en el sistema respiratorio, más energía es producida.

Por esto el problema que se pretende resolver es la eliminación de monóxido de carbono del cuerpo humano, por medio de la creación de un bar de oxígeno en la comuna 17 de Santiago de Cali. Debido que la falta de oxígeno puro produce los siguientes efectos: deterioro en pulmones; agotamiento físico; problemas respiratorios; mala circulación sanguínea; altos niveles de estrés que puede producir en casos extremos como muerte cerebral y activar células cancerígenas; dolores de cabeza frecuentes.

1.3.1 Formulación del problema. ¿Cuál es la viabilidad para la creación de un bar de oxígeno en la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali?

1.3.2 Sistematización del problema.

- ¿Cuáles son los aspectos que se deben tener en cuenta para realizar un estudio de mercado que determine el grupo objetivo de los consumidores del servicio, comportamiento de la oferta y demanda, propuesta del producto, precio de venta, canal de distribución y la estrategia de promoción para dar a conocer la empresa y su portafolio?
- ¿Cuáles son los instrumentos necesarios para determinar un estudio técnico y operativo del servicio del producto de la empresa y su ingeniería del proyecto?
- ¿Cuál es la composición más adecuada para determinar la estructura organizacional y legal requerida para la empresa?
- ¿Qué aspectos económicos contables y financieros se deben determinar, para poner en marcha el negocio y proyectar su rentabilidad en cinco años?

1.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.4.1 Objetivo general. Determinar la viabilidad para la creación de un bar de oxígeno en la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali.

1.4.2 Objetivos específicos.

- Realizar un estudio de mercado que determine el grupo objetivo de los consumidores del servicio, comportamiento de la oferta y demanda, propuesta del producto, precio de venta, canal de distribución y la estrategia de promoción para dar a conocer la empresa y su portafolio.
- Determinar los instrumentos necesarios para un estudio técnico y operativo del servicio o producto de la empresa y su ingeniería del proyecto.
- Definir la estructura administrativa y legal para el desarrollo de la empresa y cumplimiento de sus funciones.
- Realizar el estudio financiero que permita determina el monto de inversión necesaria para la ejecución del proyecto y su margen de ganancia en un periodo de cinco años.

1.5 JUSTIFICACIÓN

El presente trabajo de investigación pretende que los habitantes principalmente de las grandes ciudades tengan presente la importancia del oxígeno para la vida y realizar ejercicios, cuidados alimenticios y el descanso corporal, se considere al bar de oxígeno una nueva alternativa para el cuidado de la salud mental y corporal.

La vida no existe sin oxígeno. La forma más simple de obtener este gas es a través del aire que entra a los pulmones, pero en las principales ciudades del país el aire está altamente contaminado y su calidad es mala. La función principal del

oxígeno es obtener energía de los alimentos y a su vez suministrarla para que todos los órganos del cuerpo realicen un complejo proceso denominado oxidación, el cual tiene lugar en la sangre gracias a la proteína llamada hemoglobina, por la cual el vital líquido puede absorber 50 veces más oxígeno que el agua. (Altman, 1996, párr. 2)

Según la teoría de oxidación y envejecimiento a pronta edad por el deterioro de los pulmones y consumo excesivo de toxinas en el proceso de respiración, se encuentra en crecimiento constante debido a que los seres humanos requieren energía para la realización de diferentes actividades físicas por medio del proceso de oxidación de los alimentos con el aire. Por eso, se pretende ofrecer un producto y servicio de calidad a los ciudadanos de la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali, por medio de la creación de un bar de oxígeno con un plan de negocios estructurado para mejorar la calidad de vida de este sector. Dado que la comuna 17 cuentan con barrios estratificados 3, 4, 5, y 6 que tienen la capacidad económica para adquirir nuestro producto.

Sin embargo, factores como la contaminación ambiental por automóviles e industrias, determinados productos químicos de uso doméstico, medicamentos, tabaco, alcohol, radiación ultravioleta y exámenes de rayos X, dificultan la respiración y con ello generan importantes problemas de salud. Conllevando, al no haber suficiente cantidad de nutrientes en el cerebro, y la ejecución de las actividades que requieren alta concentración será deficiente.

La contaminación atmosférica es un grave problema para todas las naciones del mundo. El aire recibe emisiones naturales de diversos productos químicos, tanto naturales como de origen humano. Esas emisiones producen una concentración natural de fondo que varía según la fuente natural de emisión y las condiciones atmosféricas imperantes. Los seres humanos han contaminado el aire desde que aprendieron a utilizar el fuego, pero la contaminación atmosférica de los seres

humanos se ha incrementado rápidamente desde que se inició el proceso de industrialización. Las investigaciones realizadas durante los últimos dos decenios han revelado que además de los contaminantes atmosféricos, conocidos anteriormente, (óxidos de azufre, óxidos de nitrógeno, partículas sólidas en suspensión, hidrocarburos y monóxido de carbono), las actividades humanas emiten a la atmosfera muchos más (Rico, López, & Jaimes, 2001, p. 12)

En las grandes y contaminadas ciudades del mundo se ha creado una verdadera psicosis respecto al aire que se respira y con total razón. Ya sea que estemos en la calle, en nuestro hogar o en cualquier tienda comercial, respiramos un aire altamente contaminado con los consiguientes perjuicios para la salud a mediano y largo plazo, por lo que disponer de un lugar para reponer energía, desintoxicar el organismo y oxigenar la sangre es un verdadero alivio y un buen negocio.

Por estas razones se desea crear un bar de oxígeno en la ciudad de Santiago de Cali, para que cada persona pueda responder a sus diversas actividades cotidianas. Debido a que los beneficios adquiridos por los bares de oxígeno son armonía en cuerpo y mente, mayor eficiencia en tareas o actividades curriculares o extracurriculares, mejor bombeo de sangre al corazón. (Altman, 1996, párr. 3)

1.5.1 Teórica. Según George Elton Mayo, el ser humano se desempeñará mejor si las condiciones ambientales que lo rodean, tales como luz, calor, aire, humedad, están en armonía con su organismo y aumenta su eficiencia cuando su trabajo es valorado por entornos externos. (Chiavenato, 2001, p. 101)

La administración ambiental responde al “como hay que hacer” para conseguir lo planteado para el desarrollo sostenible del organismo, es decir, para conseguir un equilibrio de actividades físicas labores por medio de la protección y conservación del ambiente.

Por lo anterior, para obtener mayor productividad por parte del trabajador, las condiciones deben ser agradables y valoradas por los diferentes ecosistemas del medio ambiente, obteniendo así crecimiento personal, laboral y empresarial.

1.5.2 Metodológica. Este trabajo de investigación es el resultado de un estudio tanto cuantitativo como cualitativo, en el que se utilizaron métodos de investigación como el cuestionario estructurado con conceptos y definiciones administrativas para determinar el mercado objetivo, la aceptación del producto y las estrategias de generación de conciencia sobre el control y prevención de enfermedades, los cuales permitieron la recolección de información, identificar características importantes del mercado, clientes y proveedores, normatividad, costos y gastos del mismo. Para su posterior análisis e interpretación.

Por otra parte el estudio realizado del plan de negocios determina el perfil de los consumidores, su capacidad económica, gustos y preferencia de un producto a otro. Lo anterior con el fin de establecer la toma de decisiones y la viabilidad de este proyecto.

1.5.3 Práctica. Como estudiantes de Administración de Empresa de la fundación Universitaria Católica Lumen Gentium, se pretende desarrollar un plan de negocios nuevo en la ciudad de Santiago de Cali, con la creación de un bar de oxígeno en la comuna 17, como un aporte a la salud, control y prevención de enfermedades por medio de la eliminación de toxinas del cuerpo con dosis de aire puro combinadas con aromas que sean agradables y beneficiosas para los usuarios. Buscamos aplicar los conocimientos adquiridos en cada una de los cursos que conforman el plan de estudios.

1.5.4 Referente teórico. Este concepto nació en 1997 en Estados Unidos, en el estado de Nevada. Allí se fundó la Asociación Nacional de Bares de Oxígenos con la finalidad de definir las políticas y procedimientos de seguridad. Su popularidad se ha extendido a países como Japón, España, Canadá, México, entre otros

Los científicos afirman que la mayoría de las enfermedades incluyendo las de corazón, problemas de origen inmunológico como la candida o infecciones relacionadas con el VIH son debidas a la carencia de oxígeno a nivel celular. El organismo recibe la mayor parte del oxígeno mediante el aire que lo rodea, pero la respiración no siempre es suficiente. Con las nuevas terapias se puede generar más cantidad de oxígeno en el organismo a fin de lograr una óptima salud y longevidad. (Altman, 1996, párr. 3)

En la actualidad se han realizado estudios sobre los bares y formas de innovar en el mercado con productos beneficiosos para la salud y componentes utilizados para dar mejor calidad de vida y la circulación sanguínea. Esta tendencia es utilizada principalmente en países europeos como bares de relajación donde de adquieren pequeñas dosis de oxígeno.

OXYCOOLD Bar oxígeno Barranquilla Colombia es un Bar Oxígeno donde las personas disfrutan de sesiones de oxígeno puro con variedad de aromas, lo que le permite al ser humano la disminución del estrés y el cansancio producidos por la contaminación ambiental y las actividades diarias BRINDANDO bienestar a la comunidad, no como punto central de ganar dinero sino el de poder colaborar a mejorar la vida de cada uno de los Colombianos.

En México existen varios establecimientos: Bar Mogón Life, Ciudad de México, Bar Eli-Terr, Ciudad de México, DesertikaSpa, Ciudad de México, Ozenergy, Ciudad de México, O2 for you, Monterrey, NL.

“En Estados Unidos fue el actor Woody Harrelson quien inauguró el primer bar de oxígeno de Hollywood, CA (O2bar.com) y desde entonces se han abierto en ese país más de 60 locales”. (Entrepreneur, 2008, párr. 2)

1.5.5 Referente legal. La innovación de una idea de negocio al mercado proporciona el poder para la creación de una empresa, fomentando empleo y crecimiento urbanístico. Además genera beneficios personales y colectivos para los diferentes sectores económicos de la ciudad, donde se regula por medio de leyes y fomenta la innovación y creación de nuevos emprendedores.

Para la creación de un bar de oxígeno en la ciudad de Santiago de Cali, es necesario tener en cuenta la iniciación formal de la actividad empresarial por medio de la Constitución Política de Colombia, promoviendo el registro y tipo de sociedad para acceder a los diferentes programas de financiación del estado por medio del Fondo Emprender.

- **MINISTERIO DE SALUD:**

Resolución 2003 de 2014 (28 de mayo). Artículo 8. Responsabilidad: El Prestador de Servicios de Salud que habilite un servicio, es el responsable del cumplimiento de todos los estándares aplicables al servicio que se habilite, independientemente de que para su funcionamiento concurren diferentes organizaciones o personas para aportar al cumplimiento de los estándares. En consecuencia, el servicio debe ser habilitado únicamente por el prestador responsable del mismo, y no se permite la doble habilitación (Ministerio de Salud y Protección social, 2014, párr. 1)

- **INVIMA:**

Ley 9 de 1979 (Enero 24) Artículo 244º. Para instalación y funcionamiento de establecimientos industriales o comerciales, relacionados con alimentos o bebidas, se requerirá licencia sanitaria expedida conforme a lo establecido en esta Ley. (Congreso de Colombia, 1979, párr. 1)

Ley 9 de 1979 (Enero 24). Artículo 247º. Para realizar en un mismo establecimiento actividades de producción, elaboración, transformación, fraccionamiento, conservación, almacenamiento, expendio, consumo de alimentos o bebidas y de otros productos diferentes a éstos, se requiere autorización previa del Ministerio de Salud o de la autoridad delegada al efecto (Congreso de Colombia, 1.979, párr. 1)

Ministerio de la Protección social. Resolución 4410 de 2009 (Noviembre 17). “Manual de buenas prácticas de manufactura de los gases medicinales” (Ministerio de la Protección Social, 2009, párr. 1)

Ley 1014 de 2006 (Enero 26): “Fomento la creación de la cultura de emprendimiento”. (Congreso de Colombia, 2006, párr. 1)

Ley 590 de 2000 (Julio 10). “Promover el desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresa en el territorio colombiano”. (Congreso de Colombia, 2000, párr. 1)

Ley 590 de 2000 (Julio 10).Constitución de la superintendencia de sociedades. (Congreso de Colombia, 2008, párr. 1)

Para estética facial y corporal (Sin incluir servicios de salud habilitados):

Ley 711 de 2001 (Noviembre 30), por la cual se reglamenta el ejercicio de la ocupación de la cosmetología y se dictan otras disposiciones en materia de salud estética. (Congreso de Colombia, 2001, párr. 1)

Ministerio de la Protección social. Resolución 2263 de 2004 (Julio 14): Por la cual se establecen los requisitos para la apertura y funcionamiento de los centros de estética y similares y se dictan otras disposiciones. (Ministerio de la Protección Social, 2001, párr. 1)

Ministerio de la Protección social. Resolución 3924 de 2005 (Noviembre 10) por la cual se adopta la Guía de Inspección para la Apertura y Funcionamiento de los Centros de Estética y Similares y se dictan otras disposiciones. Particularmente, esta resolución presenta en uno de sus anexos un cuadro con las tecnologías que no son de competencia de las esteticistas (Ministerio de la Protección Social, 2005, párr. 1)

Ministerio de la Protección Social. Resolución 2827 de 2006 (Agosto 8): por la cual se adopta el Manual de bioseguridad para establecimientos que desarrollen actividades cosméticas (Peluquería).o con fines de embellecimiento facial, capilar, corporal y ornamental (Ministerio de la Protección Social, 2006, párr. 1)

1.6 ASPECTOS METODOLÓGICOS

1.6.1 Tipo de estudio. Será de tipo descriptivo porque se recolectará información en aspectos personales de los ciudadanos, midiendo cada una de las variables analizadas independientemente una de otra y se describirá sus comportamientos frente a un nuevo producto que se lanza al mercado.

Se analizará la información a través de un enfoque cualitativo recogida de las preguntas del cuestionario encuesta planteada en el desarrollo del trabajo; se basa en métodos estadísticos para establecer con exactitud comportamientos y aceptación de un producto o variable en el mercado.

1.6.2 Método de investigación. El presente trabajo tendrá investigación cualitativa porque está encaminado a solucionar problemas prácticos a través de la evaluación y analizar las variables a resolver del problema planteado de contaminación del aire para la ciudad de Santiago de Cali. De igual manera, será descriptivo por no haber un antecedente de bares de oxígeno en la ciudad, lo cual hace necesario realizar una descripción detallada de la percepción de los clientes frente al producto, el mercado y el sector.

1.6.3 Método de recolección de la información.

1.6.3.1 Método de encuesta. La encuesta se construye mediante el programa de la página de internet www.encuestafacil.com realizando las preguntas en orden vertical, con respuestas de múltiple selección, permitiendo a los encuestados anexar opiniones. El programa permitirá conocer la información detallada de las personas encuestadas. Para construcción y posterior aplicación, primero se realiza las preguntas con base a las necesidades que tienen las personas para tabular la información; segundo el cuestionario se validará por proyecto piloto, es decir, se presentará la encuesta para tener pruebas físicas, poder evaluar a los clientes, saber sus comentarios, opiniones, para así realizar una implementación sin problemas.

1.6.4 Fuentes de información. En todo proceso de investigación es necesario que los investigadores definan cuales son las fuentes más confiables para recolectar la información y que le puedan dar validez al estudio, es decir deben realizar un trabajo de campo que les permitan alcanzar los objetivos del estudio originados del problema de investigación.

1.6.4.1 Fuentes primaria. Para la investigación se diseñará una encuesta dirigida al público meta del bar de oxígeno, con pregunta de selección múltiple de única respuesta para medir el grado de satisfacción y preferencia de una variable a otra. De igual forma se realizara entrevista y secciones grupales para tener la perspectiva de los consumidores frente al producto de bares de oxígeno.

1.6.4.2 Fuentes secundarias. Se realizará una investigación por medio de páginas web relacionadas con bares de oxígeno, empresas creadas con la misma razón social, entorno demográfico y demás paginas gubernamentales que proporcionen información detallada y cuantificada para la ejecución del presente proyecto. Las páginas a consulta, son, entre otras las de la Alcaldía de Santiago de Cali, Cámara de Comercio de Cali, Departamento Administrativo Nacional de Estadística, Corporación Autónoma Regional del Valle del Cauca, Ministerio de Salud y Protección Social. Además se tendrán en cuenta autores de diferentes teorías administrativas para complementar y sustentar la creación de bar de oxígeno tales como, Idalberto Chiavenato (Introducción a la teoría general de la administración); Frederick Taylor (Principios de la administración científica, Gerencia de la administración)

1.6.5 Tratamiento de la información. Se trabajará mediante modelo de encuestas, es decir, se establecerá el tamaño de la muestra, clasificando, identificando y analizando los factores de riesgos, preferencias, entre otras. La fórmula del tamaño de la muestra es una forma de sacar una estadística para indicar los procedimientos necesarios; de ahí se representa el valor del cálculo de la población.

La tabulación es una herramienta para diferir valores exactos. Se distribuirán los datos en columnas para facilitar su interpretación, eligiendo un formato que permita

clasificar los resultados y así trabajarlos rápidamente buscando realizar cruces de variables si fuere necesario.

La información obtenida se representará en gráficas, es decir, se implementa en forma de graficas circulares principalmente para exponer los datos en secciones que se divida en cantidad total de los resultados, para una mayor comprensión.

1.6.6 Presentación de los resultados. Los resultados de la investigación realizada y obtenidos por medio del modelo de encuesta se unificaran en una tabla en Excel para su debido análisis y presentación grafica por medio de diagrama de barras para comparar un valor frente a otro y tortas de pasteles para medir el grado de participación. Cada una de las gráficas mostradas será analizada según su mercado objetivo.

2 ESTUDIO DE MERCADO

2.1 ANÁLISIS DEL MERCADO

Los bares de oxígeno se extienden por el mundo. Países como México, Colombia, Chile, Argentina, Japón, Estados Unidos, Canadá y, recientemente, España ya los poseen y se ha puesto de moda entre artistas, deportistas y gente de la alta sociedad; además tienen éxito, los adictos a ese componente tan necesario para la vida, y cada día más despreciado, encuentran *en* su consumo un placer solo comparado con el que le da estar en familia.

A partir de 1997, fueron introducidos en Estados Unidos. Se fundó una asociación llamada NOBA (Nacional Oxygen Bar Association) o (Asociación Nacional de Bares de Oxígeno) con el fin de definir las políticas y procedimientos de seguridad. Los clientes encuentran en su consumo, un placer del que posiblemente supieran los antiguos pobladores de nuestro planeta azul.

Los bares de oxígeno son locales de diseño, donde el ambiente está creado para que los clientes se sientan confortablemente en un lugar tranquilo y sosegado, de tal manera que el oxígeno puro haga su trabajo, es decir, procure el mayor bienestar a los clientes.

En los últimos quince años, Cali se transformó en una ciudad de servicios y comercio, mientras la industria manufacturera redujo su participación en la composición del tejido empresarial local, en la capital del Valle, se encontraron 4.827 sociedades más, respecto al último censo de 2000. En efecto, de 70.383 empresas se pasó a 75.210 en el 2015. La mayoría tienen menos de un año de operaciones. (Periódico El País, 2014, párr. 2)

El 90% de esas nuevas sociedades fueron pequeñas y medianas empresas, al igual que microempresas, dedicadas especialmente a la prestación de servicios, tales como hoteles, restaurantes, transporte en todas sus modalidades, agencias de viajes y turismo, telecomunicaciones, clínicas, asistencia médica y profesional, consultorías, asesorías informáticas, entre otros. El sector servicios con 16.238 empresas presenta la creación más intensiva de empleo, seguida por el comercio donde 32.535 sociedades ocupan hoy a 95.015 ciudadanos. La industria manufacturera da empleo a 55.960 caleños a través de 5.148 empresas. (Periódico El País, 2014, párr. 3)

El sector terciario, que es comercio y servicios, participa con el 63% del Producto Interno Bruto, PIB, local, mientras la construcción y la industria lo hacen con el 36%. La agricultura apenas participa con el 1% en la economía local. (Periódico El País, 2014, párr. 3)

Según estadísticas del DANE, el mercado laboral a nivel nacional ha mejorado tanto en el empleo formal como en el informal, lo que ha inducido un incremento en productividad mostrando una tasa de ocupación favorable centrados en la producción, distribución, comercialización de equipos y productos para la estética, la belleza y el cuidado de la salud. También se extiende a todas las personas que prestan servicios en los centros de estética, gimnasios y las empresas que están trabajando en la modalidad de la venta directa, produciendo ingresos para más de 400.000 mil personas que hoy viven de la venta por sistema multinivel de estos productos.

2.1.1 Entorno tecnológico. En este entorno se aborda la descripción tecnológica de seis campos ocupacionales. Servicios de peluquería, cosmetología y estética, micro pigmentación, tatuaje y body piercing, odontología estética y la práctica médica que agrupa la medicina estética y la cirugía plástica, y una ocupación: Cuidados cosmético- estéticos de manos y pies. A los campos tecnológicos, representación del proceso de prestación de servicios y situación actual de cada uno, se llegó después de analizar las tendencias educativas mundiales y la ocupación en el contexto colombiano.

2.2 ANÁLISIS DEL SECTOR

Imagen 1. Barra de un bar de oxígeno



Fuente: (Lenntech, 2017, fig. 1)

Imagen 2. Barra de un bar de oxígeno



Fuente: (Lenntech, 2017, fig. 2)

2.2.1 ¿Qué es un bar de oxígeno?. Hoy en las grandes ciudades se vive a un ritmo de vida acelerado, producto de la cantidad de personas que cada día transitan por las calles y por el desarrollo de las empresas que a veces puede ser insostenible. Esto trae consecuencias negativas como aumento del estrés, irritabilidad, desánimo y en algunas veces brotes de violencia. Por eso cada vez se están generando servicios que contribuyen al cuidado del cuerpo y la mente. Las actividades como el deporte, técnicas de relajación, masajes y bares de oxígeno son servicios esenciales para mejorar la calidad de vida. (Entrepreneur, 2008, párr. 3)

2.2.2 Para que respires mejor: hacen furor los bares de oxígeno

Esta moderna propuesta ya funciona en las ciudades del mundo que han sido reconocidas como las de más altos niveles de contaminación. Se presentan como una alternativa express y accesible para oxigenar el organismo. Este proyecto trae muchos beneficios ya que está relacionado con la salud, debido a que está demostrado que cada día el aire que se respira está deteriorado por las causas ya enumeradas en párrafos anteriores.

El negocio que se pretende crear, está dirigido a todo tipo de personas, mayores de 15 años, en el que recibirán un excelente trato personal.

2.2.3 Barreras especiales de ingreso o salida

Los bares de oxígeno son espacios donde las personas buscan aire puro para mejorar su salud y su cuerpo, buscando retrasar el envejecimiento. Aunque este tipo de negocios está tomando auge en el mundo, aún existen barreras culturales, las personas no se han adaptado a los cambios tecnológicos, y sienten temor al

cambio en especial en el área de la salud. El consumo individual de aire enriquecido con oxígeno como método de relajación produce un aumento del estado de bienestar, descansa cuerpo y mente. Los beneficios de estas inhalaciones son instantáneos.

Otra barrera para ingresar al negocio, es la alta inversión por el alto costo de los equipos e insumos empezando por los equipos y la adaptación de los locales para poder operar. Se necesita mucha tecnología y equipos sofisticados los cuales deben ser importados.

Imagen 3. Personas recibiendo oxígeno en un bar de oxígeno



Fuente: (Lenntech, 2017, fig. 3)

2.2.4 Rivalidad. Es preocupante porque el termino bar se relaciona con el consumo de bebidas, refrescos y alcohol, lo que se enmarca en una fuerte competencia. Para este caso y debido al sector en que se ubicara el establecimiento, no se tiene competencia directa, pues revisados los archivos de la Cámara de Comercio de la ciudad, no hay negocios matriculados bajo este esquema. Es por esto que estamos convencidos de la bondad de estos productos y la aceptación de los clientes en la medida que vaya conociendo de los beneficios que brinda el consumo de oxígeno puro en sus cuerpos. Se brindarán servicios de excelente calidad con precios asequibles y personal capacitado, teniendo la ventaja de ser el único bar que ofrecerá un servicio diferente.

2.2.5 El poder de negociación de los consumidores. Dado que este trabajo de grado es un proyecto en el que se está analizando la viabilidad de crearlo y colocarlo en funcionamiento y aún no se tienen clientes o consumidores, no se puede desarrollar este punto, porque en la ciudad no existe este tipo de negocio, lo que se convierte en una gran oportunidad para fidelizar los clientes que vayan conociendo el negocio.

2.2.6 El poder de negociación de los proveedores. Ya existen empresas que ofrecen y comercializan los generadores de oxígeno portátiles y todos los elementos necesarios para que se pueda montar el negocio y consumir el oxígeno puro, e incluso para que se pueda colocar en cualquier parte de la oficina o residencia y casi sin instalación. Una de estas empresas es **EXAR**, una empresa italiana que ha sacado al mercado O2BAR, una amplia gama de generadores de oxígeno portátiles. También existen otras en el mundo que comercializan con bastante éxito, entre las que se encuentran, Oxygenbars, 22O2Bar, To Be O2, Oxygen Bar, Personal Oxygen Machine, Oximaster, empresa encargada de la distribución de los infusores, las pipetas y las cánulas para la prestación del servicio de oxigenoterapia, con 16 años de experiencia en el mercado ofreciendo un servicio de alta calidad.

Imagen 4. Maquina proveedora de oxígeno puro con su cánula



Fuente: (Lenntech, 2017, fig. 4)

Imagen 5. Barra y equipos necesarios para el funcionamiento del bar



Fuente: (Lenntech, 2017, fig. 5)

2.3 ESTRUCTURA DEL MERCADO

Los bares de Oxígeno nacieron en el Japón, como respuesta a los altos niveles de polución ambiental, pero rápidamente se extendieron al mundo, en especial a Europa, Canadá y Estados Unidos, con el objetivo de brindar a las personas la posibilidad de respirar aire puro, relajarse y hasta saborear jugos orgánicos. Fueron instalados para que los jugadores se relajaran y luego siguieran jugando. La ambientación de estos lugares suele acompañar a los conceptos de relax y vitalidad, recostándose en un cómodo asiento, con música suave y material de lectura. En algunos lugares incluso los clientes usan unas gafas virtuales en las que se proyectan imágenes. Asimismo, la sesión se combina con las propiedades de las plantas medicinales ya que al oxígeno se le adhieren agradables esencias elegidas a gusto.

Entre los beneficios que han sido reconocidos hasta la fecha se encuentran: oxigenación de las células del cuerpo, relajación, mejora de la respiración,

fortalecimiento del sistema inmune, ayuda a la digestión y asimilación de nutrientes en el organismo, desintoxicación del organismo, ayuda a la concentración, por lo que es muy beneficioso para los estudiantes.

Imagen 6. Imagen de clientes en un bar de oxígeno en Japón



Fuente: (Lenntech, 2017, fig. 6)

La idea de la utilización de oxígeno como técnica de relajación y mejora del bienestar individual en las ciudades está creando grandes perspectivas de negocio y extensión de este mercado. Se prevé un boom de expansión del negocio en los próximos años.

Las sesiones en los bares de oxígeno son de entre 15 y 30 minutos. No suponen ningún riesgo para la salud, con lo cual, cualquier persona puede pasar-se a tomar un poco de agua enriquecida con oxígeno y/o realizar sesiones de revitalización. Cada persona tiene unas sesiones individuales que variaran según su edad, su estilo de vida, sus patologías, etc.

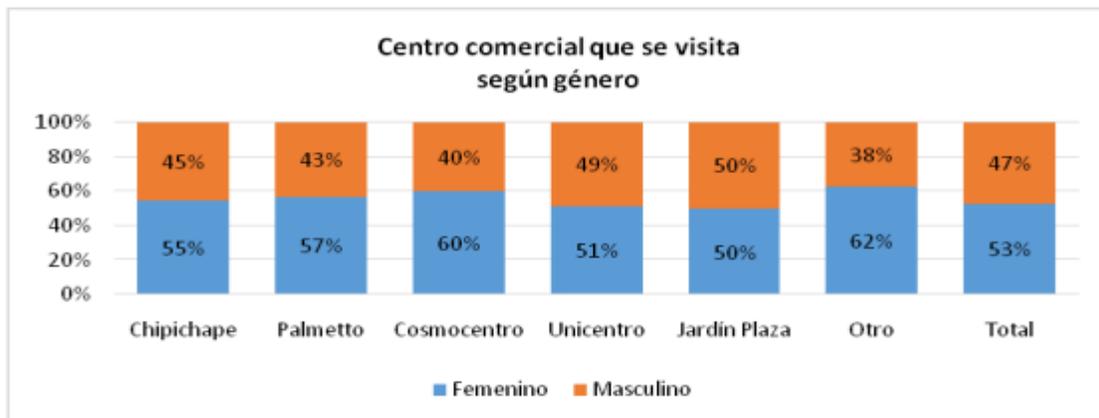
2.3.1 Análisis de demanda. En Colombia cada vez se aumenta la demanda de procesos y procedimientos estética, la comodidad, la salud y demás, desean sentirse bien sin importar el cambio del ambiente y que esto no afecte su vida, lo que genera una excelente oportunidad de innovación y emprendimiento. Lo que genera una demanda potencial alta.

Los demandantes del bar de oxígeno Oxi-Vida Sana principalmente serán los habitantes de la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali, cuyas edades oscilen entre los 15 y 89 años sin importar que sean estudiantes, empleados, independientes y profesionales, porque es un servicio que busca proteger la salud de la comunidad y mejorar su calidad de vida. El bar de oxígeno está dirigido a todo tipo de personas, entre ellas, comerciantes, como una terapia anti-estrés, consumidores que buscan nuevas sensaciones y experiencias, clientes que persiguen objetivos de vanguardia o probar nuevos productos buscando su bienestar y salud; además para todas aquellas personas que tengan solvencia económica para poder pagar un servicio de excelente calidad y totalmente diferente, y como complemento de ejercicios y respiración en bienestar de la salud.

Para determinar la demanda del bar de oxígeno Oxi-Vida Sana S.A.S. es necesario determinar la cantidad de hombres y mujeres que transitan en los diferentes centros comerciales de la ciudad. Creemos que al ofrecer o colocar en funcionamiento el Bar las personas optarían por un lugar donde le brinden serenidad, relajación, al mismo tiempo distracción. No es un secreto que a medida que al ser humano le pasan los años, está más propensa a tener una vida más plena, placentera, sostenible y sobre todo responsable. En estas edades las personas tienen su vida definida y balanceada, son edades que buscan tener una mejor calidad de vida, porque se van presentando enfermedades, se van deteriorando físicamente, pues no han tenido buenos hábitos alimenticios y de ejercicio. Se debe considerar que La Comuna 17 cuenta en la actualidad con los centros comerciales Unicentro, Jardín

Plaza, La 14 de Paso ancho y Hoguines Trade Center. Con la información recogida del anuario de la Alcaldía de Santiago de Cali, en lo referente a tipo y cantidad de población que visita estos centros comerciales, se puede identificar el potencial de la demanda para colocar en funcionamiento el negocio.

Gráfico 1. Visita a centros comerciales según género



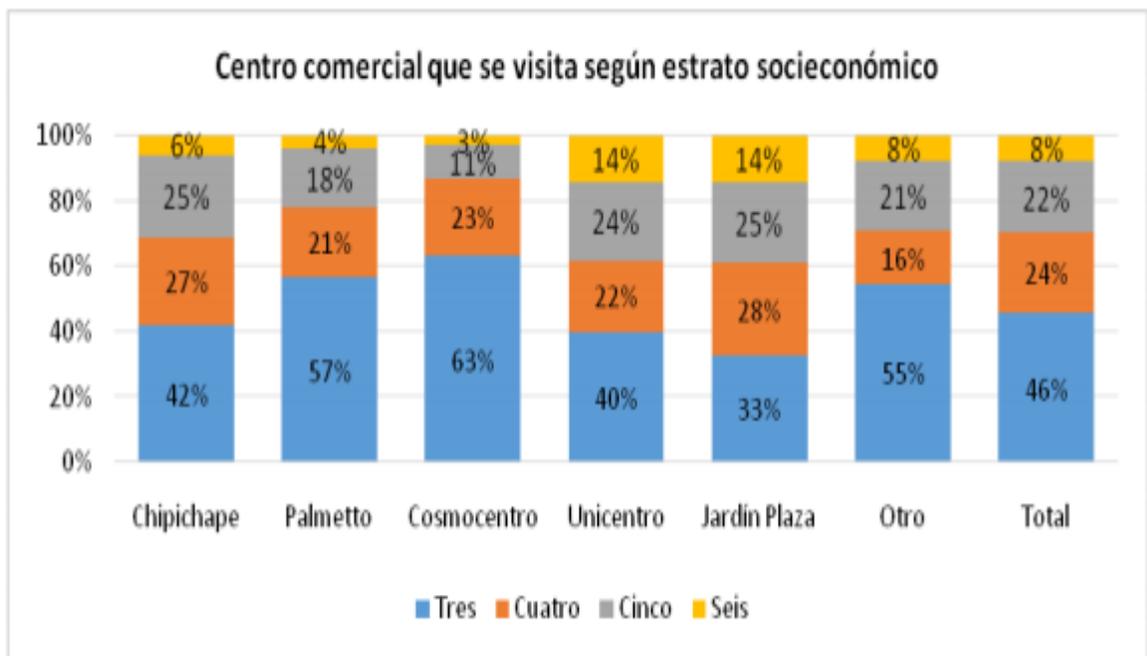
Fuente: (Alcaldía de Santiago de Cali, 2016, p. 112)

De acuerdo con el gráfico anterior, los centros comerciales por su posicionamiento geográfico en la Comuna 17 y su trayectoria en el mercado cuentan con un 51% de visitas femeninas y un 49% masculinas, lo que establece en un promedio ponderado una igualdad de visitas frente a los otros centros comerciales.

Según el informe de la Cámara de Comercio de Cali, en el cual informa que las personas de mayor actividad física, son aquellas cercanas a amplias zonas verdes para la recreación y deporte, con edades comprendidas de 15 a 65 años de edad. Por ende el Centro Comercial Unicentro es el más acorde para establecer el local comercial del bar de oxígeno como servicio complementario al deporte por su cercanía al Parque del Ingenio.

La comuna 17 cuenta con cinco niveles socioeconómicos según el censo del DANE del 2010 que son 2, 3, 4, 5 y 6 de los cuales, el porcentaje de niveles que visitan el Centro Comercial Unicentro, se presenta a continuación.

Gráfico 2. Visita por estrato socioeconómico a centros comerciales



Fuente: (Alcaldía de Santiago de Cali, 2016, p. 113)

La grafica anterior permite determinar la cantidad de usuarios que visitan el Centro Comercial Unicentro por estratos socioeconómicos, con el fin de establecer estrategias de mercado para los diferentes consumidores de los niveles jerárquicos de la Comuna 17 en el consumo de los productos del bar de oxigeno Oxi-Vida Sana S.A.S.

De acuerdo con lo anterior, para determinar la demanda de la empresa Oxi-Vida Sana S.A.S. es necesario determinar el mercado objetivo de la empresa, según la información obtenida en la investigación.

- **Mercado global:** Se compone por la totalidad de la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali.
- **Mercado potencial:** se compone de la población de 15 años a 89 de la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali.
- **Mercado objetivo:** Se componen de la población totalmente activa económicamente de la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali de 15 a 89 años.

Cuadro 1. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Demanda. Cali. 2017

Mercado global	Mercado Potencial	Mercado objetivo
149.740	107,774	85.661
Población de la Comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali	Población total de 15 a 69 años de la Comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali	Población económicamente activa de la Comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali

Fuente: Elaboración propia

El cuadro anterior muestra la cantidad de personas a ofrecer el producto de la empresa Oxi-Vida Sana S.A.S. de la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali, estimando así una proyección de sostenimiento en el mercado de los bares de oxígenos.

El mercado global se determinó en la Comuna 17 por tener amplias zonas verdes para la ejecución de diferentes actividades físicas, el parque en especial que posee mayor influencia de personas es el parque del Ingenio. Según la Alcaldía Santiago de Cali, en su informe “lugares con mayor densidad deportiva” de septiembre de 15 de 2015, la asistencia mensual de personas en el parque en el mes es de 56.323 usuarios principalmente de la Comuna 17. (Alcaldía de Cali, 2016, p. 12)

Para precisar la demanda de la empresa Oxi-Vida Sana S.A.S. es necesario determinar el mercado objetivo y la participación de este. Por lo anterior, la tasa de participación del bar de oxígeno se determina según la capacidad instalada de la empresa con seis máquinas de oxígeno trabajando ocho horas de lunes a viernes y

cuatro horas el sábado. De acuerdo con lo anterior, la capacidad de producción de la empresa Oxi-Vida Sana mensual es de 200 servicios de dosis de oxígeno con olores de aromaterapia según el gusto y necesidad del cliente. Para así calcular 2.400 servicios anuales, distribuidos entre los productos ofrecidos, tal como se presenta en el siguiente cuadro:

Cuadro 2. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Precisión de la demanda Cali. 2017

Análisis		Penetración del mercado	
Tipo de cliente	Mercado objetivo	Año	Mensual
Bar de Oxígeno	85.661 Personas	2.400 Servicios	200 Servicios
Participación en el mercado	1.40%		

Fuente: Elaboración propia

2.3.2 Objetivos de la investigación.

1. Definir las necesidades y preferencias de los clientes respecto a los servicios que se ofrecerán en el bar
2. Analizar costos de instalación e inicio para determinar los precios de venta de nuestros servicios.
3. Estudiar entre la población de la comuna 17 los clientes potenciales para vincularlos al negocio.

2.3.3 Cálculo de la muestra. La muestra se calcula utilizando la siguiente fórmula estadística. (Herrera, 2016, p. 7)

$$M = \frac{Z^2 * N * P * Q}{E^2 (N - 1) + (Z^2 * P * Q)}$$

En el cuadro siguiente se presentan los parámetros de la fórmula:

Cuadro 3. Símbolo y denominación de los parámetros de la fórmula del cálculo muestral

Símbolo	Denominación
M	Tamaño de la muestra
Z	1,96 para un nivel de confianza de 95%
P	Probabilidad de que el evento ocurra (50%)
Q	Probabilidad de que el evento no ocurra (50%)
E	Error permitido (5%)
N	Universo o población

Fuente: Elaboración propia

El tamaño de la muestra para determinar los objetivos de la investigación necesaria es de 383 encuestas.

En el cuadro siguiente se presenta la ficha técnica del cuestionario:

Cuadro 4. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Ficha técnica de la encuesta. Cali. 2017

Realizada por	Autores del proyecto
Población dirigida	Población económicamente activa de la Comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali
Marco muestral	Personas de estratos económicos 3, 4, 5, y 8 de la Comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali
Tamaño muestral	383 encuesta
Técnica de recolección de datos	Encuesta estructurada
Márgenes de error	Límite de 0,90 de confianza y 0,05 de margen de error

Entrevistadores	Autores del proyecto
Financiación	Recursos propios
Número de preguntas realizadas	Cinco preguntas de selección múltiple, única respuesta
Temas referidos	Cultura, salud, medio ambiente, preferencia de gusto y consumo sobre los bares de oxígeno

Fuente: Elaboración propia

2.3.4 Modelo de la encuesta. La encuesta aplicada se presenta en los anexos

- **Resultados, tabulación y análisis de la encuesta.**

Se aplicaron 383 encuestas entre la población de la comuna 17. Personas de diferentes estratos que concurren a los diferentes centros comerciales, objeto de nuestro estudio, manejando las características de género y edad, los cuales respondieron a una información con datos específicos de la asistencia a bares de diferente tipo, encontrando los siguientes resultados.

Pregunta 1. ¿Conoce cuáles son los beneficios de respirar oxígeno puro en los bares de oxígeno?

En el cuadro siguiente se presenta la tabulación de las respuestas

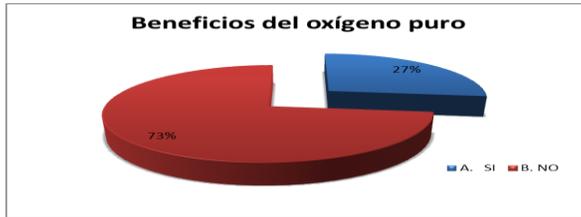
Cuadro 5. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Tabulación de la pregunta 1. Cali. 2017

Opciones	Numero	Porcentaje
A SI	103	27%
B NO	280	73%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Con los datos del cuadro anterior, se construye gráfico que se presenta a continuación.

Gráfico 3. Beneficios del oxígeno puro



Fuente: Elaboración propia

Análisis: La gráfica anterior proporciona información sobre el conocimiento de los bares de oxígeno y la publicidad que debe realizar la empresa Oxi-Vida Sana S.A.S. para captar clientes. Ya que, según la encuesta realizada el 73% de la muestra no conoce los beneficios de respirar oxígeno 100% puro. Mientras que el 27% restante conoce los beneficios, sea por su profesión o algún otro medio.

Pregunta 2. ¿Cuál es la forma de cuidar su salud física y mental?

En el cuadro siguiente se presenta la tabulación de las respuestas:

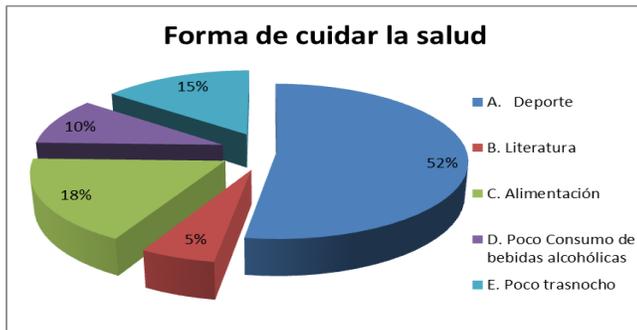
Cuadro 6. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Tabulación de la pregunta 2. Cali. 2017

Opciones	Numero	Porcentaje
A Deporte	201	52 %
B Literatura	21	5 %
C Alimentación	67	18 %
D Poco consumo de bebidas alcohólicas	38	10 %
E Poco trasnocho	56	15 %
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Con los datos del cuadro anterior, se construye gráfico que se presenta a continuación.

Gráfico 4. Formas del cuidado físico y mental



Fuente: Elaboración propia

Análisis. La grafica anterior, proporciona información sobre la cantidad de hábitos que poseen los ciudadanos de la comuna 17, como la participación del deporte en un 52%. Esto con el fin, de elaborar estrategias de venta a deportistas como complemento a su actividad física y para otras actividades como literatura, buena alimentación, poco traspasado y consumo mínimo de bebidas alcohólicas; generar espacios y productos de más que proporcionen una integración de sus actividades y el consumo del bar de oxígeno.

Pregunta 3. ¿Le gustaría complementar su cuidado físico por medio de secciones de bar de oxígeno y aromaterapia?

Cuadro 7. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Tabulación de la pregunta 3. Cali. 2017

Opciones	Numero	Porcentaje
A SI	321	84%
B NO	62	16%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Con los datos del cuadro anterior, se construye gráfico que se presenta a continuación.

Gráfico 5. Complementos del cuidado físico y mental



Fuente: Elaboración propia

Análisis. La grafica anterior, muestra la aceptación del bar de oxígeno en el mercado con una buena publicidad de sus beneficios, dando a conocer la aromaterapia con el oxígeno 100% puro, proporciona una aceptación de 84% en un mercado desconocido sin costumbres de complementar el deporte con terapias de respiración y relajamiento corporal, físico y mental. Mientras que el 16% faltante se debe realizar una estrategia de publicidad intensiva que proporcione información más clara del producto en el mercado.

Pregunta 4. ¿Cuáles son las fragancias de aromaterapia de mayor preferencia según su necesidad?

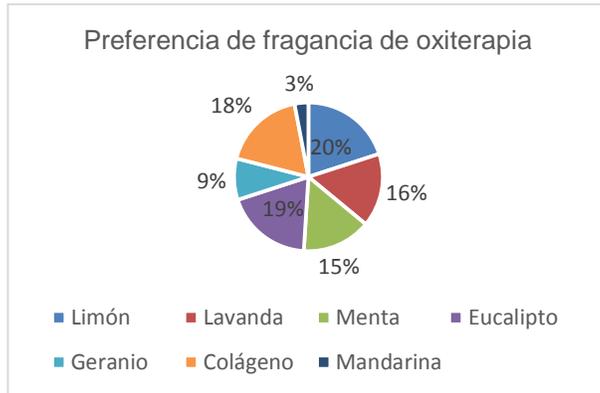
Cuadro 8. Bar de Oxigeno Oxi Vida Sana SAS. Tabulación de la pregunta 4. Cali. 2017

Opciones	Numero	Porcentaje
A Limón	78	20%
B Lavanda	62	16%
C Menta	57	15%
D Eucalipto	71	19%
E Geranio	34	9%
F Colágeno	68	18%
G Mandarina	13	3%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Con los datos del cuadro anterior, se construye gráfico que se presenta a continuación.

Gráfico 6. Fragancias de preferencia de aromaterapia



Fuente: Elaboración propia

Análisis. La grafica anterior, muestra la aceptación de los diferentes aromas según sus necesidades en el mercado, por diferentes usos en tradiciones y conocimientos de sus propiedades, proporcionando para la empresa Oxi-Vida Sana información sobre la preferencia de una fragancia frente a otra.

Pregunta 5. ¿Cuál sería el valor dispuesto a pagar por una sección de oxiterapia promedio?

Cuadro 9. Bar de Oxigeno Oxi Vida Sana SAS. Tabulación de la pregunta 5 Cali. 2017

Opciones	Numero	Porcentaje
A \$ 10.000	24	6%
B \$ 30.000	207	54%
C \$ 15.000	87	23%
D \$ 22.000	65	17%
Total	383	100%

Fuente: Elaboración propia

Con los datos del cuadro anterior, se construye gráfico que se presenta a continuación.

Gráfico 7. Valor dispuesto a pagar



Fuente: Elaboración propia

Análisis. La grafica anterior, proporciona información sobre el valor promedio dispuesto a pagar por los clientes por secciones de oxiterapia, siendo aceptado en un 54% frente a un producto innovador y nuevo en el mercado caleño, que proporciona salud para el cuerpo humano y mente.

Pregunta 6. ¿Cuántas veces asistirías a tomar el servicio de oxígeno con fragancias en el mes?

Cuadro 10. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Tabulación de la pregunta 6 Cali. 2017

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 – 2 al mes	62	43%
3 – 4 al mes	71	49%
Más de 5	11	8
Total	144	100%

Fuente: Elaboración propia

Con los datos del cuadro anterior, se construye gráfico que se presenta a continuación.

Gráfico 8. Frecuencia de asistencia



Fuente: Elaboración propia

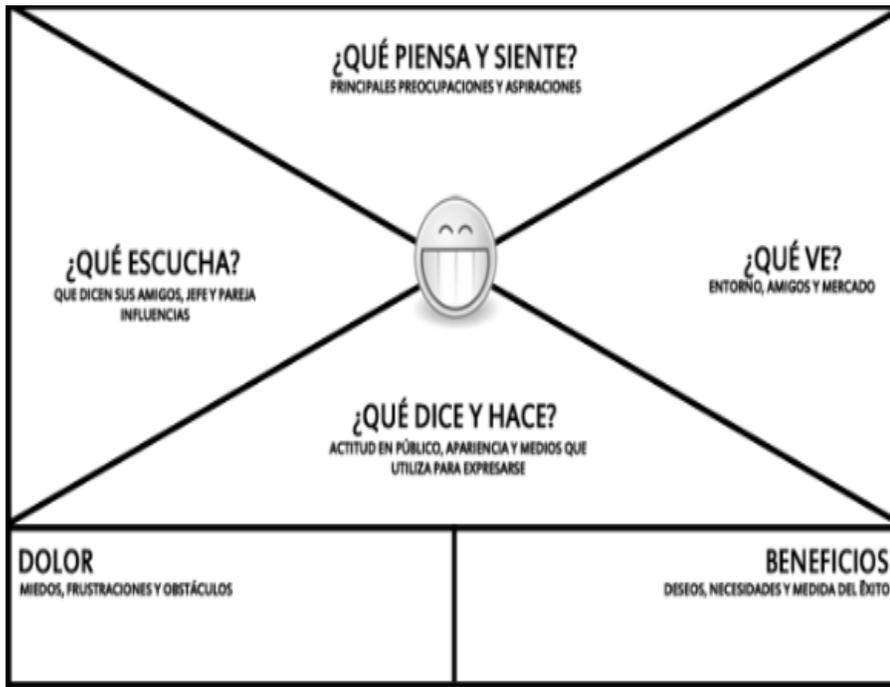
Análisis. La grafica se muestra que del total de la población el 43% de ellos asistirían al bar de 1 a 2 veces en el mes, el 49% dijo que asistirían entre 3 a 4 veces al mes y por último el 8% respondieron que asistirían más de 5 veces, esto demuestra que la mayor frecuencia es el 49% 3 veces al mes.

2.3.4.1 Clientes. Los clientes del bar de oxigeno son los ciudadanos delas grandes ciudades debido al alto grado de contaminación en el aire. De igual manera los deportistas de alto rendimiento, personas con altos niveles de estrés, estudiantes, empleados, independientes, entre otros.

Con el fin de determinar más que una ubicación demográfica, capacidad presupuestal y actividad laboral de los diferentes ciudadanos de la comuna 17 en la ciudad Santiago de Cali, se realizó un Empathy Map (herramienta utilizada para identificar a nuestro público meta) que tenía como objetivo establecer un mejor perfil de estos y realizar estrategias de marketing mix efectivas al mercado.

Las preguntas que se realizaron: ¿Qué escucha el cliente? ¿Qué piensa y siente? ¿Qué ve el cliente? ¿Qué dice y hace el cliente?. A continuación se presenta el modelo de Empathy Map

Figura 1. Modelo Emphaty Map



Fuente: Elaboración propia

- **¿Qué escucha el cliente?**

Las grandes ciudades están siendo contaminadas por los diferentes medios de transporte. El desarrollo industrial y el ataque permanente por el hombre del medio ambiente. Además de la situación económica de algunos empresarios y personas en general.

- **¿Qué piensa y siente?**

Tener mejores ingresos por medio de la ampliación de su empresa y mejores resultados. Generar mayor ingresos por medio del incremento de las ventas y mayor participación de los clientes.

- **¿Qué ve el cliente?**

Principalmente escucha radio por su cantidad de tiempo en sus trabajos. De igual forma, páginas web, periódicos, televisión en el medio día, noches y fines de semana. Diferentes páginas de redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube.

- **¿Qué dice y hace el Cliente?**

Preservación del medio ambiente y los diferentes ecosistemas por intermedio del reciclaje en sus hogares; programas de recreación y deporte para obtener una mejor salud y estado físico para las diferentes actividades diarias.

En el cuadro siguiente se presenta la percepción de esfuerzos y resultados de Empathy Map.

Cuadro 11. Esfuerzos y resultados de Empathy Map

ESFUERZOS	RESULTADOS
Su mayor gran temor en el casos de los independientes perder sus empresas ya que, impedirá el incremento de sus ingresos y no podrán cumplir sus metas o sueños pactados	Actualmente buscan una mayor posición y reconocimiento de marca en el mercado para una mejor remuneración salarial

Fuente: Elaboración propia

En el cuadro siguiente se presenta el análisis del Empathy Map:

Cuadro 12. Análisis del Empathy Map

Aspectos de trabajo	Eslogan y publicidad enfocados en la superación de metas y conservación del medio ambiente
Medios de información	Medios de publicidad de los productos del bar de oxígeno Oxi-vida Sana SAS que el cliente frecuenta mayormente como: Cuñas radiales Publicidad online como páginas web Periódicos gratuitos de circulación masiva como ADN

Usuarios activos de redes sociales	Se puede definir círculos sociales en los que comparten los clientes en gustos, preferencias y tendencias de moda y deporte. Permitiendo definir un cliente y sus amigos alrededor para así no despegarse del perfil a buscar del público meta
------------------------------------	--

Fuente: Elaboración propia

2.3.5 Análisis de la oferta. Para determinar este punto se tiene en cuenta el método de la observación, verificando primero si en los centros comerciales que existen en la comuna hay bares de oxígeno, luego se hace un recorrido por toda la comuna para tener la certeza de que no habrá competencia, y así poder ofrecer nuestros productos.

El oxígeno está de moda y se nos presenta a través de multitud de tratamientos: de belleza, agua enriquecida en oxígeno, inhalaciones etc.

Lo cierto es que nos rejuvenece, mejora la producción de colágeno, nos ayuda a combatir el estrés y el cansancio y a superar el *jet lag*, mejora la circulación sanguínea, la respiración y favorece la digestión y elimina toxinas. Las inhalaciones son de 15 o 20 minutos y varían dependiendo de los hábitos de la persona, su edad y su estado.

Imagen 7. Clientes en un bar de oxígeno



Fuente: (Lenntech, 2017, fig. 7)

Imagen 8. Barra de un bar de oxígeno adornado con un bonsái



Fuente: (Lenntech, 2017, fig. 8)

En este bar no se piden refrescos o tapas, sino dosis de oxígeno que entran directamente a nuestras fosas nasales. Al grito de ¡una de oxígeno para esta mesa! Sus camareros te servirán este "elixir de la belleza", que tan solicitado está entre los amantes de la belleza, el lujo y el bienestar.

En la actualidad, en la ciudad de Santiago de Cali **NO** existe ningún Bar de Oxígeno. Por lo que la empresa Oxi-Vida Sana será pionera en este servicio. Ya que, sólo existe en países como Japón, Canadá, México, Chile, Estados Unidos, EN Colombia existe en Barranquilla, Bogotá y Medellín entre otros. Existe un sistema parecido, pero sólo aplicado como un servicio adicional en los Spa.

El servicio a ofrecer es diferente, innovador y único en la comuna 17 y la Ciudad de Santiago de Cali. *Para* su desarrollo se contara con productos de alta calidad ya que los proveedores son empresas reconocidas y confiables.

2.3.5.1 Competencia. El bar de oxígeno Oxi-Vida Sana S.A.S. en la actualidad no cuenta con un competidor directo que se dedique a la misma actividad comercial de la empresa en la ciudad Santiago de Cali.

Pero los centros de estética en la ciudad ofrece a sus clientes tratamientos para el embellecimiento, conservación e higiene de la piel, con servicios complementarios como la oxiterapia, sin prestar un servicio de bienestar y cuidado de la salud como el bar que hoy pensamos establecer en la ciudad.

Por lo anterior, los diferentes centros de estética de la ciudad Santiago de Cali, proporcionan tratamientos de belleza físicos y cuidado de la piel que resultan ser muy costosos, sin preocuparse de la parte interna del cliente o de saber cómo está su estado interno frente a sus componentes celulares. Por lo anterior, la empresa Oxi-Vida Sana considera que los centros de estética son competidores indirectos, porque su actividad comercial es la belleza y salud física externa mas no interna.

Los centros de estética que en la actualidad utilizan la oxiterapia como valor agregado a su actividad del cuidado de belleza física externa son: Centro de estética silueta y stylo; Centro de estética Carmen Galindo; Centro de estética Sag; Ariadna clínica de estética integral; Centro de estética natural SPA; Centro de belleza Yubitza internacional; Centro de medicina estética Zanna.

Los centros de estética están ubicados especialmente en el norte de la ciudad, mientras que Centro de medicina estética Zanna, está ubicado en la comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali, pero su fuerte son los tratamientos post-quirúrgicos, lo cual no representa un competidor directo para la empresa Oxi-Vida Sana S.A.S.

Como referencia se toma el Bar O2 oxígeno ubicado en la ciudad de Bogotá, el cual ofrece terapias alternativas como la oxigenación, aplicación de aromaterapia e iluminación, su mercado potencial son las personas entre 26 y 65 años ya que estas

tienen mayor poder adquisitivo. El tiempo de la sesión de oxígeno es de 30 minutos y el precio de la misma es de \$ 25.000.

2.4 CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTO

2.4.1 Descripción del servicio. El bar de oxígeno está ideado para ofrecer inhalaciones de oxígeno, con las que el cansancio va desapareciendo paulatinamente, al tiempo que disminuye la carga de estrés, entre otros beneficios. La forma de administrarlo es muy sencilla: una moderna máquina, como la denominada Airnergy, activa las moléculas de O₂ del agua enriquecida con oxígeno para que lleguen a las células, a través de un respirador que se aplica a la nariz mediante dos cánulas.

Imagen 9. Infusor



Fuente: (Lenntech, 2017, fig. 9)

La idea de la utilización de oxígeno como técnica de relajación y mejora del bienestar individual, sirve para mejorar la salud y calidad de vida. La aplicación de

esencias naturales brinda a los clientes un estado de tranquilidad, seguridad, relajación y bienestar, así como un cálido y grato ambiente interior.

El aire obtenido por medio de los diferentes bares de oxígeno, posee una concentración del (50% de oxígeno). Las sesiones varían de 15 a 30 minutos. Dependiendo el estado físico de la persona y su peso corporal, ya que el consumo desproporcionado de dosis puede proporcionar mareos y náuseas. Por el contrario, combinado con las esencias de eucalipto, limón, lavanda, mandarina, menta, etc crean un estado de bienestar, relajación y aporta beneficios potenciales a la salud y calidad de vida.

Respirar oxígeno puro ayuda a la relajación, reduciendo el estrés y aumento de la concentración y estado de alerta.

Muchos son los factores que tiene el oxígeno y que inciden en la salud y el estado psíquico. El aspecto de la piel, la calidad del sueño o la capacidad para luchar contra el estrés pueden depender de la cantidad de oxígeno que inhalamos.

La porción de oxígeno apropiada compensa el paso del tiempo, la herencia genética y la agresión de diversos agentes externos como la contaminación medioambiental, la excesiva exposición al sol, los medicamentos y el consumo del tabaco.

2.5 PLAN DE MERCADEO

Son todas aquellas estrategias que utiliza la empresa Oxi-Vida Sana S.A.S. para la captación de clientes y ofertar sus servicios de inhalación de oxígeno combinado con las esencias de eucalipto, limón, lavanda, mandarina, menta, etc a los diferentes personas de la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali., sin importar su estrato socioeconómico.

2.5.1 Estrategia de precio. Bar de oxígeno Oxi-Vida Sana, establece su precio de venta según el costo de los insumos que utilizara o proveerá al cliente sin discriminar que el precio tiene como objetivo tener mayor participación en el mercado frente a competidores o productos sustitutos. De igual forma, para atraer mayor cantidad de clientes, se realiza un tarjeting, el cual permite realizar promociones u ofertas puntuales a clientes de un sector específico. Esto con la finalidad de brindar un mejor servicio y reconocimiento por su calidad y precio.

En el cuadro siguiente se presenta el portafolio de productos:

Cuadro 13. Productos del portafolio del bar de oxígeno y su precio de venta

PRODUCTOS	COSTO	MARGEN	PRECIO DE VENTA
Dosis de oxígeno con fragancia de limon	6.924	330%	29.771
Dosis de oxígeno con fragancia de menta	6.924	330%	29.771
Dosis de oxígeno con fragancia de eucalipto	6.674	330%	28.696
Dosis de oxígeno con fragancia de geranio	7.049	330%	30.309
Dosis de oxígeno con fragancia de lavanda	7.234	330%	31.104
Dosis de oxígeno con fragancia de colageno	7.199	330%	30.954

Fuente: Elaboración propia

2.5.2 Estrategia de venta. La empresa Oxi-Vida Sana contara con 2 estrategias de venta, la cuales cuentan primero con clientes más cercanos como lo son amigos, familiares y empresas de los alrededores. Ya que, permiten el crecimiento y publicidad de la empresa por medio del voz a voz.

La segunda estrategia de la empresa está relacionada con la publicidad, por medio de volantes, tarjetas y publicaciones en periódicos para captar clientes a mayores distancias y nichos diferentes de mercado. Esta publicidad tiene como objetivo mostrar los beneficios de los bares de oxígeno para el cuidado de la salud y mejora de la calidad de vida.

Cuadro 14. Publicidad pre-operativa de la empresa

Ítem	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Volantes	1.000	50	50.000
Tarjetas	1.000	50	50.000
Total publicidad preoperativa			100.000

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 15. Gastos de venta de la empresa

GASTOS DE VENTAS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Publicidad en Prensa ADN	1	22.268	23.159
Publicidad en Prensa El País	1	41.900	43.576
TOTAL GASTOS VENTAS			66.735

Fuente: Elaboración propia

2.5.3 Estrategia de promocional. Para atraer a las personas y que se conviertan en clientes, conozcan el lugar y los servicios que ofrecemos, se utilizara el medio de comunicación radial, pautando con emisoras de la ciudad y en los programas de mayor sintonía. También optaremos por las redes sociales.

La empresa Oxi-Vida Sana contara con 3 estrategias de promoción para el incremento de sus ventas y clientes.

Valera: la empresa contara con talonario de 10 cupones a un precio de \$250.000 para ser consumido en cualquiera de los seis servicios ofrecidos por la empresa sin costo adicional, los cuales se presentan a continuación:

Cuadro 16. Relación de fragancias y sus valores unitarios

Fragancia	Valor unitario
Limón	\$ 29.771
Menta	\$ 29.771

Eucalipto	\$ 28.696
Geranio	\$ 30.309
Lavanda	\$ 31.104
Colágeno	\$ 30.954

Fuente: Elaboración propia

Referidos: La empresa Oxi-vida Sana contara con una base de datos de sus clientes en los cuales se evaluara frecuencia de consumo, consumo favorito, datos personales (nombre, teléfono y correo electrónico) y referidos. Por cada referido que traiga un cliente la empresa le otorgara un descuento del cincuenta por ciento del servicio solicitado. Esto con el fin, de proporcionar descuentos personalizados por el consumo en el bar.

Plataforma virtual: La empresa Oxi-Vida Sana contara con una página web en la cual se podrá agendar citas previas para el servicio del bar de oxígeno, esto con la finalidad de disminuir tiempos de atención a los clientes y optimizar la atención a estos. Por medio, de la página web www.Bardeoxigeno/oxi-vida-sana.com se podrán agendar las citas previas, los clientes que utilicen este medio se realizara un descuento del 8% sobre cualquiera de los productos ofrecidos por la empresa.

Cuadro 17. Descuentos de la empresa Oxi-Vida Sana

PRODUCTO	PRECIO	DESCUENTO EN %	DESCUENTO EN \$	PRECIO FINAL
Dosis de oxigeno con fragancia de limon	29.771	8%	2.382	27.390
Dosis de oxigeno con fragancia de menta	29.771	8%	2.382	27.390
Dosis de oxigeno con fragancia de eucalipto	28.696	8%	2.296	26.401
Dosis de oxigeno con fragancia de geranio	30.309	8%	2.425	27.884
Dosis de oxigeno con fragancia de lavanda	31.104	8%	2.488	28.616
Dosis de oxigeno con fragancia de colageno	30.954	8%	2.476	28.478

Fuente: Elaboración propia

2.5.4 Estrategia distribución. El bar de oxígeno Oxi-Vida Sana contará con un canal de distribución directa.

Canal directo: Venta de productos directo → consumidor final, es decir, Bar de oxígeno → cliente, porque no cuenta con intermediarios para vender el servicio de aire puro y sus clientes deben desplazarse al establecimiento comercial donde está localizada la empresa.

Cuadro 18. Costos de distribución

Pipeta de oxígeno	\$ 100.000 c/u Con transporte incluido	El transporte de las pipetas y los infusores será realizado por la empresa oxymaster que cuenta con personal altamente calificado en el tema de manipulación de cilindros y equipos de oxigenoterapia.
Infusor	\$2.500.000 c/u Con transporte incluido	

Fuente: Elaboración propia

Para evitar costos algunos en la ejecución de actividades la empresa realizará su pedido de materia prima e insumos cada 2 meses. O hasta que la demanda lo amerite para no incrementar sus gastos en transporte y bodegaje.

2.6 POLÍTICAS DE SERVICIO

Las políticas de servicio están enfocadas al cliente objetivo. Ya que, este es el ente importante de la empresa. Porque proporciona buena credibilidad al producto y brinda referidos para que el bar alcance las metas planeadas. De igual forma, el

servicio se presta en las mejores condiciones de salubridad, logística, aseo y respeto por los usuarios, además de la confianza, tolerancia, buscando la satisfacción del cliente.

2.7 TÁCTICAS DE VENTA

Las tácticas de venta son todos aquellos mecanismos que proporciona la empresa para promocionar sus productos y servicios buscando posicionarse en el mercado y crear un reconocimiento de marca por parte de la fuerza de ventas. Algunas de ellas son: Promociones y ofertas como por ejemplo “Trae a un amigo y recibirás el 10% de descuento en la próxima Visita; Bono por referido, se hará efectivo cuando el cliente lleve a otra persona y utilice nuestros servicios. Tendrá el 10% de descuento; Canales de comunicación personales y no personales; La tarjeta VIP acumula la base de datos para enviar a nuestros clientes que siempre asisten AL BAR un regalo a sus oficinas o su hogar; La publicidad como cuñas de radio y folletos

3 ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico busca responder a las interrogantes: ¿cuánto, dónde, cómo y con qué producirá la empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado (Arango, 2014, p. 15)

Este estudio describe aspectos relevantes en materia técnica y operativa necesarios para llevar a cabo el montaje de una empresa. Inicialmente la ingeniería del proyecto describe los factores relacionados al producto, la metodología, los diagramas de procesos, la tecnología a implementar, la selección del equipo en donde se presentan los muebles y enseres necesarios para el normal funcionamiento de la empresa, los softwares y los equipos de cómputo y telecomunicaciones acordes para facilitar actividades administrativas y de ventas. También se establece el cálculo de la cantidad de materia prima o insumos a utilizar para cumplir con todos los productos ofertados, con el fin de realizar un coste real y formalizar la proyección de ventas anuales que se deben alcanzar para establecer márgenes brutos óptimos que indiquen que la empresa es rentable y auto sostenible.

Así mismo, se define la localización de la sede operativa y administrativa, se ilustra la distribución de la planta y se sustenta el tamaño del proyecto, y se analiza la información que permita la cuantificación de los montos para realizar la inversión del proyecto.

3.1 INGENIERÍA DEL PROYECTO

Este punto ayuda a detallar todas las fases para la prestación de los servicios ofertados, seleccionando la tecnología a utilizar, maquinaria y equipos e indicando las técnicas, procesos y prácticas para dar satisfacción al cliente, manejando insumos de la mejor calidad y preocupados por la obras civiles y las adecuaciones

necesarias para el funcionamiento de la empresa. También permite establecer los requerimientos de personal, los costos y la inversión inicial necesaria, siendo esta la base para la realización de los estudios organizacional y financiero.

El bar iniciara labores en un local arrendado y la tecnología que usará será la más sofisticada y moderna para ofrecer un servicio de calidad.

Abrirá sus puertas en el siguiente horario: de Lunes a Sábado entre las 10:00 y las 22:00 horas, y estará dirigido al joven y adulto-joven y todas las personas que necesiten oxigenar sus células y buscan mejor calidad de vida.

3.1.1 Producto. Cuando el cliente ingrese al negocio se le ilustrara sobre los beneficios del oxígeno en la recuperación de las células en todo el organismo. Le ofreceremos una bebida aromática o un líquido y se les indica el tiempo de duración de la sesión. Se les dará a conocer los aromas y fragancias que se manejan en el negocio para que ellos elijan y se les ubicará en una de las máquinas para que empiece su sesión. Al término de la sesión se le facilitará un folleto informativo.

El bar de oxígeno es una terapia de respiración por medio de inhaladores que dura de 15 a 30 minutos y suelen añadirse con elementos de aromaterapia, es decir, a través de fragancias naturales que se incorporan a los dosificadores de oxígeno.

Cuadro 19. Insumos requeridos

Insumos	Características	Función	Proveedor
Esencias	Fragancia de limón	Antioxidante (Retrasa el envejecimiento de las células)	Oximaster
	Fragancia de menta	Contrarresta los efectos dañinos de nerviosismo y ansiedad, reduce la fiebre y mejora la digestión. Ayuda a controlar dolores de cabeza intensos, fiebre y náuseas; regula la digestión y colabora para despejar la mente	Oximaster

	Fragancia de eucalipto	Mejora dolores de garganta, gripe, descongiona y calma la tos	Oximaster
	Fragancia de geranio	Excelente reconstituyente de la piel, ayuda a la circulación sanguínea y reduce depresión y ansiedad	
	Fragancia de lavanda	Tranquilizante, principalmente ante estrés y migraña.	Oximaster
Cánula	Desechable	Se usa para la conexión a la pipeta	Oximaster

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 20. Materiales requeridos

Materiales	Características	Función	Proveedor
Pipeta de Oxígeno	100 Libras c/uno	Mantener el aire almacenado para el consumo de los clientes	Oximaster
Tubería de Traslado de Oxígeno	Tubería cobre de alta pureza	Es el conductor del oxígeno desde la pipeta hasta el infusor.	Oximaster
Infusor	4 Salidas independientes Botón de encendido y apagado, Colores diversos	Mezcla el oxígeno y las esencias que el cliente solicita.	Oximaster

Fuente: Elaboración propia

- **Logotipo**

Los autores y/o empresarios decidieron diseñar un emblema para mostrar el negocio y posicionarlo en el mercado como marca personal y de fácil recordación en la mente de los clientes.

Imagen 1. Logo del bar de oxígeno



Fuente: Elaboración propia

- **Eslogan**

En reunión sostenida entre los inversionistas decidieron acuñar una frase que llamara la atención y fuera utilizada por la publicidad, la propaganda etc y que fuera atractiva para las personas en sus diarios comentarios. Siempre se dirá: Bar de oxígeno: **Oxivida –Sana**

3.1.2 Metodología en el estudio de la ingeniería del proyecto.

- **Ámbito del proyecto**

Existe una capacidad máxima de sesiones que se podrían ofrecer por día, teniendo en cuenta que se trabajará con horario de centro comercial, se tendrán 10 horas disponibles diariamente. Se tendrá un total de 3 Infusores de oxígeno, los mismos que por hora permitirían ofrecer 12 sesiones. De esta forma se tendría una capacidad máxima anual de 39.420 sesiones.

- **Tamaño del proyecto**

La empresa Oxi-Vida Sana S.A.S. estará ubicada en la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali precisamente en el Centro Comercial Jardín Plaza, el mercado objetivo de la empresa son las personas activamente económicas de la comuna, pero el mercado potencial contempla los habitantes de los estratos 3, 4 y 5 de la ciudad en especial los moradores de las comunas vecinas, y usuarios del lugar en que ubicaremos el negocio.

- **Maquinaria y equipos requeridos**

Todo negocio para poder cumplir el objeto para el cual fue creado necesita de insumos, personal y maquinaria y equipo para alcanzar las metas propuestas. Oxi-vida S.A.S no es la excepción, por lo tanto presentamos lo que en esta materia tendremos para atender con garantía y calidad a nuestros visitantes.

Cuadro 21. Equipos requeridos

Muebles y Enseres	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Enfriador	1	1.100.000	1.100.000
Equipo de sonido	1	450.000	450.000
Máquinas de oxígeno	4	470.000	1.880.000
Infusor	4	250.000	1.000.000
Sillas relajantes Tipo Sofá	3	440.000	1.320.000
Sillas secretariales	1	60.000	60.000
Cánula	100	500.	50.000
Escritorio	1	270.000.	270.000
Total Muebles y Enseres			6.030.000.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 22. Equipos de cómputo y comunicaciones

Equipos de cómputo y comunicaciones	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Computador portátil Intel Celeron	1	600.000	600.000
Impresora Canon	1	230.000	230.000
Video Beam	1	350.000	350.000
Total Equipo de Computo			1.280.000.

Fuente: Elaboración propia

- **Edificios, estructuras y obras de ingeniería civil**

Se alquilara un local en el Centro Comercial Jardín Plaza, ubicado en la comuna 17, el cual se adecuará de acuerdo a nuestras necesidades, manteniendo siempre de presente que el Logo que nos identifica debe resaltar al frente de la entrada.

Además se harán las adecuaciones civiles que demande el iniciar las labores de la prestación del servicio. Adecuaremos los baños, pisos y paredes, la instalación de las máquinas de oxígeno y las tuberías necesarias para que ellas funcionen, y así garantizar el excelente servicio que ofreceremos, creando un ambiente placentero, acogedor y agradable, para que los usuarios se relajen y disfruten de su estadía.

Cuadro 23. Adecuaciones de publicidad y tubería

ADECUACIONES	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Instalaciones de Tubería		
Tubos	8	90.000.
Pegante	2	30.000
Llaves	4	30.000
Mano de obra	1	100.000
Total Instalaciones		250.000
Adecuación Eléctrica		
Tomas eléctricos	10	125.000
Cables de alta capacidad	50 metros	125.000
Mano de obra	1	100.000
Publicidad Radial	10 Cuñas diarias	500.000
Total Adecuación Eléctrica y Publicidad		850.000

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 24. Adecuaciones de baños, pisos y paredes

ADECUACIONES	CANTIDAD	VALOR TOTAL
Adecuación de baños, pisos y paredes		
Cerámica	60 mts	320.000
Pegacort	80 Kgs	100.000

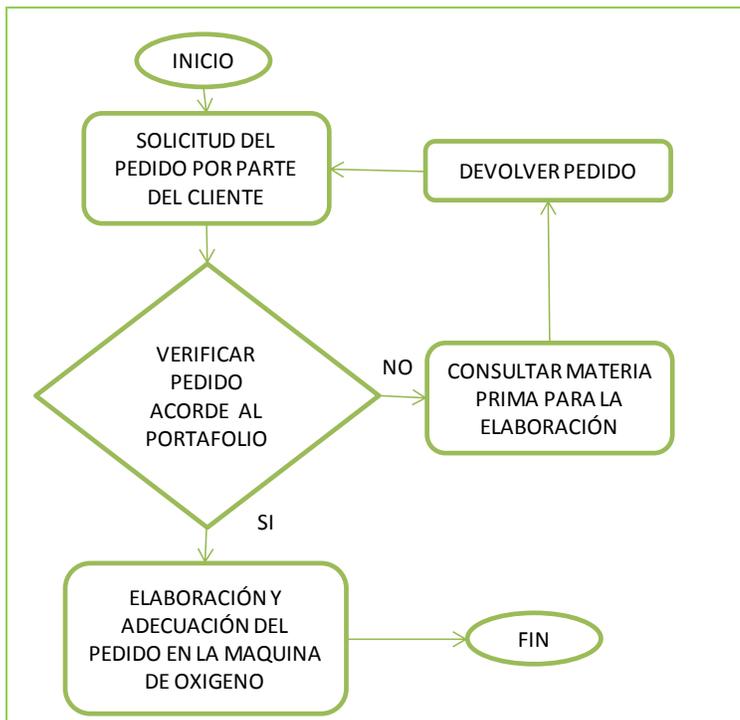
Pintura	2 galones	100.000
Espejos	2	60.000
Mano de obra	1	320.000
Total Adecuación obra civil		900.000

Fuente: Elaboración propia

3.1.3 Diagramas de planes de desarrollo.

A continuación, la empresa Oxi-Vida Sana S.A.S. presenta el diagrama de flujo de pedidos de los clientes de secciones respiratorias combinados con aromaterapia.

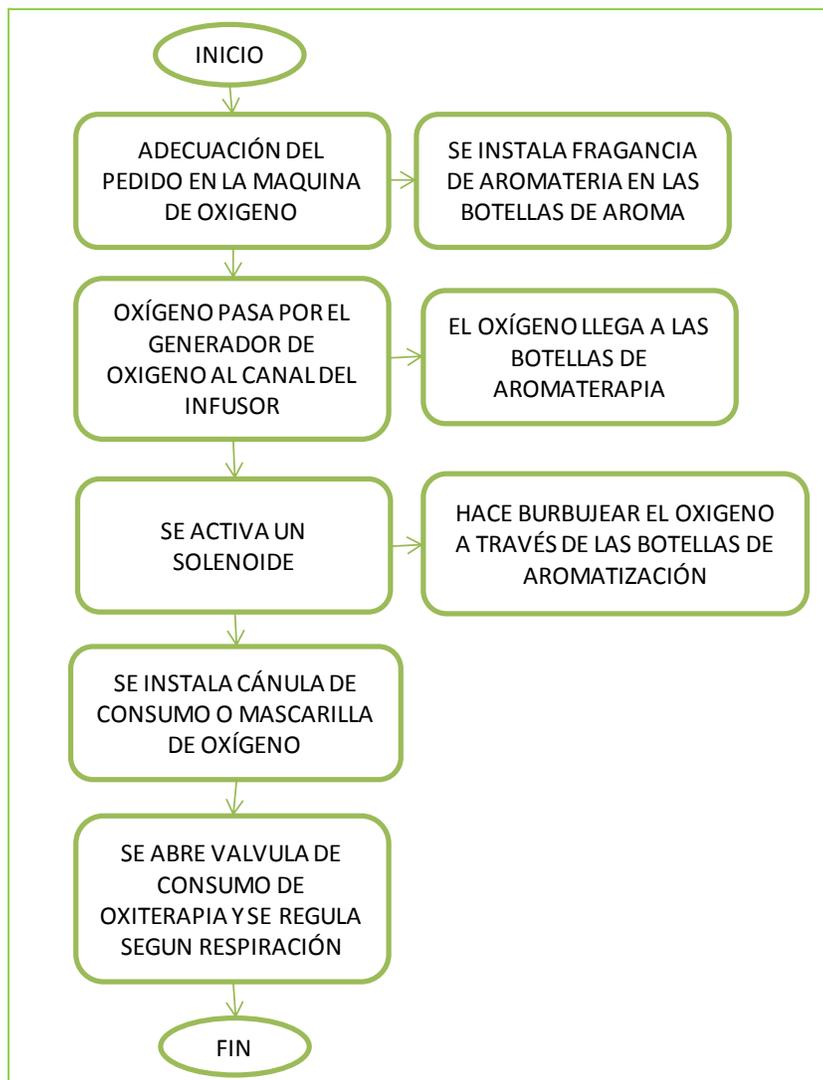
Figura 2. Diagrama de flujo de pedidos



Fuente: Elaboración propia

A continuación la empresa Oxi-Vida Sana S.A.S. presenta el diagrama de procesos de producción de las secciones respiratorias con aromaterapia de cada uno de sus pedidos.

Figura 3. Diagrama de procesos de producción



Fuente: Elaboración propia

3.1.4 Tecnología. El Bar de oxígeno iniciará con la más sofisticada del mercado, se compraran luces, equipo de sonido, computadores, mesas y sillas que sean de última moda, cuando el proyecto genere ganancias se ira modernizando cada uno de estos implementos.

Además en cuanto a tecnología con relación a la seguridad del establecimiento, se le dará un mayor énfasis para que no ocurran robos ni asaltos.

Cuadro 25. Tecnología

<p style="text-align: center;">COMPUTADOR PORTÁTIL</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: (Longfian, 2017, fig. 1)</p>	<p>Descripción El portátil nuevo ASUS R454LA-WX516AU es un computador nuevo, en perfecto estado, con garantía de 1 Año. Marca: ASUS Referencia: R454LA-WX516AU Tamaño de pantalla en pulgadas: 14 Pulgadas Procesador: Intel Core i7 Memoria: 8GB Disco Duro: 1 Tera Unidad de DVD: RW Puerto HDMI: SI Sistema Operativo: Endeless Cámara: SI Color: Negro</p>
<p style="text-align: center;">IMPRESORA MULTIFUNCIONAL</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: (Longfian, 2017, fig. 2)</p>	<p style="text-align: center;">Descripción</p> <p>Funciones impresión, copia, scanner Velocidad impresión blanco y negro 8.8 ppm Impresión automática a doble cara si Conectividad WiFi</p>

<p style="text-align: center;">MÁQUINAS DE OXIGENO</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: (Longfian, 2017, fig. 3)</p>	<p style="text-align: center;">Descripción</p> <p>Tasa de flujo: 0-8 L / min Pureza: 93 ± 3% Presión de salida (Mpa): 0,04-0,07 Nivel de sonido: ≤50db Poder: AC230V, 50Hz (AC220V / 110 V ± 10%, 50/60 ± 1 Hz El consumo de energía: ≤480 W Pantalla LCD: Swith veces, la presión de funcionamiento, presente el tiempo de trabajo, tiempo de acumulación, Tiempo reajuste de 10 minutos a 40 horas Alarma: alarma de falla de energía, alta y baja alarma de presión Peso neto: 26 Kg Dimensiones (mm): 365 × 375 × 600 mm</p>
<p style="text-align: center;">VIDEO BEAM</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: (Longfian, 2017, fig. 5)</p>	<p>Se utilizará para proyectar lo que el cliente desee ver. Además servirá para que los usuarios del bar vean programas y películas alusivas al tema objeto social del negocio</p>
<p style="text-align: center;">EQUIPO DE SONIDO</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: (Longfian, 2017, fig. 6)</p>	<p>Tiene como función ambientar los cubículos en los que se ubicaran nuestros usuarios o clientes</p>

--	--

3.1.4.1 Equipos.

Cuadro 26. Descripción de los equipos

<p style="text-align: center;">ESCRITORIO</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: (Thmbcache, 2017, fig. 1)</p>	<p style="text-align: center;">Descripción</p> <p>Spazio Secretarial Medidas: 142 x 160 cms. Mesa punta bala, Cubierta lateral, Pedestal fijo. Color cherry</p>
<p style="text-align: center;">SILLAS ERGONÓMICAS</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: (Office, 2017, fig. 2)</p>	<p style="text-align: center;">Descripción</p> <p>Silla tipo ejecutivo espaldar alto de 49 cms, Sistema de contacto permanente. Base en nylon diámetro 60 cm, Rodachina de nylon. Espaldar graduable en altura y profundidad, espaldar internos y externos en polipropileno. Brazos graduables con plataforma en poliuretano importado</p>
<p style="text-align: center;">SILLAS RELAJANTES</p> 	<p style="text-align: center;">Descripción</p> <p>Silla de gama ejecutiva, diseño ejecutivo Elaborada en elegante cuero sintético, material suave muy resistente a la abrasión. Completo sistema de masajes en una silla de gama ejecutiva para uso institucional o domiciliario. Da masajes donde la mayoría de las sillas no la hacen, des los puntos "Tsubo" en la nuca hasta el coxis. Ajustable en la zona de los hombros para el cuerpo, configuración almacenable. Tres bolsas de aire en el asiento, ocho en el apoyo de la pantorrilla y cuatro modos de masajes de aire.</p>

<p>Fuente: (Medicalatina, 2017, fig. 3)</p>	<p>Dimensiones 111 x 75 x 80 cm Peso neto 75 kg Potencia 180 w</p>
<p style="text-align: center;">PIPETA DE OXIGENO</p>  <p style="text-align: center;">Fuente: (Mimgs, 2017, fig. 4)</p>	<p style="text-align: center;">Descripción</p> <p>El tanque de oxígeno portátil con capacidad de 682 litros carro transportador para para fácil transporte El tanque tiene una altura de 73 cm. Las dimensiones de la base son (carro transportador) 1 metro de altura, 31x 25 cm, Además este es ajustable tiene un humidificador Tiene un peso de 6.82 kg.</p>

Fuente: (Mimgs, 2017), (Medicalatina; 2017)

3.1.5 Selección de equipo.

3.1.5.1 Cálculo de la maquinaria y equipos.

Cuadro 27. Relación y costos de maquinaria y equipo

Muebles y Enseres	Cantidad	Valor Unitario	Valor total
Enfriador	1	1.100.000	1.100.000
Equipo de sonido	1	450.000	450.000
Máquinas de oxígeno	12	100.000	1.200.000
Infusor	4	250.000	1.000.000
Sillas relajantes Tipo Sofá	3	440.000	1.320.000
Sillas ergonómica	1	60.000	60.000
Cánula	100	500	50.000
Escritorio	1	270.000.	270.000

Total Muebles y Enseres			5.450.000
Equipos de cómputo y comunicaciones			
Computador portátil Intel Celeron	1	600.000.	600.000.
Impresora Canon	1	230.000.	230.000
Video Beam	1	350.000.	350.000
Teléfono Móvil	1	600.000	600.000
Total Equipo de Computo			1.880.000

Fuente: Elaboración propia

3.1.5.2 Descripción de la maquinaria y equipos.

Cuadro 28. Descripción de los equipos

EQUIPOS	DESCRIPCION
Enfriador	Función de congelamiento rápido, condensador oculto, puerta con seguro
Equipo de sonido	Minicomponente con potencia RMS de 2150 watts y 3 parlantes
Pipetas de oxígeno	Son de 100 libras cada una
Infusor	Tiene cuatro salidas independientes y un botón de encendido y apagado
Sillas relajantes	Silla de gama ejecutiva, diseño ejecutivo
Tipo Sofá	Elaborada en elegante cuero sintético, material suave muy resistente a la abrasión.
Sillas ergonómica	Completo sistema de masajes en una silla de gama ejecutiva para uso institucional o domiciliario.
Cánula	En cuero y material especial para que el paciente se adapte a su cuerpo
Escritorio	Mangueras esterilizada que transporta el oxígeno hasta la nariz y cuerpo del usuario
Camilla de estética	Spazio Secretarial Medidas: 142 x 160 cms. Mesa punta bala, Cubierta lateral, Pedestal fijo. Color cherry. En madera de Pino
	Regulable en altura. Medidas 186 cm. x 65 cm. Medida de camilla plegada 93 cm. x 55 cm y 17 cm de ancho. Peso 12 Kg.

Equipos de cómputo y comunicaciones

Descripción	
Computador portátil Intel Celeron	El portátil nuevo ASUS R454LA-WX516AU es un computador nuevo, en perfecto estado, con garantía de 1 Año. Marca: ASUS Referencia: R454LA-WX516AU Tamaño de pantalla en pulgadas: 14 Pulgadas Procesador: Intel Core i7 Memoria: 8GB Disco Duro: 1 Tera Unidad de DVD: RW Puerto HDMI: SI Sistema Operativo: Endeless Cámara: SI Color: Negro
Video Beam	Lámpara larga duración, resolución HD, dos puertos USB y Zoom óptico
Teléfono Móvil	Función mute, volumen de auricular ajustable, llamada en espera.

Fuente: Elaboración propia

3.1.6 Cálculo de cantidades de materia prima e insumos.

La materia prima e insumos requeridos para la ejecución de la actividad comercial del bar de oxígeno Oxi-Vida Sana S.A.S. se presenta a continuación:

Cuadro 29. Inventario del bar de oxígeno

INVENTARIO DE BAR DE OXIGENO			
MATERIA PRIMA	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
Esencia en litros de colageno	5	4.200	21.000
Esencia en litros de limon	5	3.100	15.500
Esencia en litros de menta	5	3.100	15.500
Esencia en litros de eucalipto	5	2.100	10.500
Esencia en litros de geranio	5	3.600	18.000
Esencia en litros de lavanda	7	3.100	21.700
Pipa de oxígeno de 10 libras	1	1.500.000	1.500.000
Mascarillas de canula	800	1.700	1.360.000
TOTAL			2.962.200

Fuente: Elaboración propia

Para la empresa Oxi – Vida Sana, la materia prima e insumos requeridos para la actividad comercial del bar de oxígeno, es necesario adquirirla cada 2 meses para suplir la demanda de la empresa.

Cuadro 30. Relación de Insumos de oficina y papelería

UTILES DE OFICINA Y PAPELERIA	CANTIDAD
Resma de papel carta	5
Resma de papel oficio	3
Sacaganchos	2
Caja de lapiceros negros	2
Caja de lapiceros de colores	2
Cosedora	2
Tijeras	2
Caja de lapices x 12	1
Pegastic	1
Regla	2
Calculadora	2
Sobres de manila carta X 100	1
Sacapunta	3
Bisturi	2
Caja de clips	2
Corrector	2
A-Z	5
Borrador	3
Sobres de manila oficio X 100	1
Ganchos para cosedora x 20	1
Cinta delgada	3
Cinta ancha	3
Resaltadores	3

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 31. Relación de insumos de aseo y cafetería

IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA	CANTIDAD
Jabon liquido	1
Jabon en polvo	1
Trapiador	2
Escoba	2
Papel higienico x 10 unds	2
Balde	1
Recogedor	1
Limpiones	6
Café	2
Aromaticas x 20 unds	2
Azucar	2
Vasos desechables x 50 unds	4

Fuente: Elaboración propia

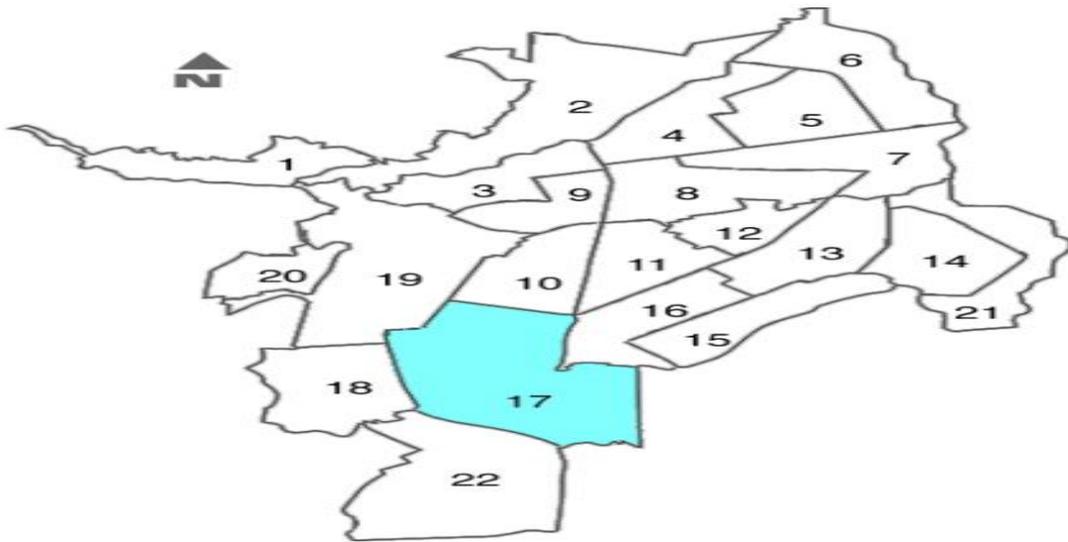
3.2 LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

La localización tiene por objeto establecer un lugar donde se instala el negocio para desarrollar el proyecto.

La ubicación para iniciar y desarrollar nuestro proyecto no tiene dificultad ya que en el Centro Comercial hay alrededor de 135 locales para arrendar con un precio que está dentro de lo presupuestado a pagar en nuestro proyecto, además es una zona de alta concurrencia y fácil accesibilidad.

3.2.1 Macro localización. La comuna 17 se encuentra en el suroriente de la ciudad. Limita por el sur con la comuna 22 y el corregimiento de Hormiguero, por el oriente con el corregimiento de Navarro, por el nororiente con la comuna 16, por el norte con la comuna 10, por el noroeste con la comuna 19 y por el occidente con la comuna 18. (Alcaldía de Cali, 2016, p. 13)

Imagen 2. Localización de la comuna 17

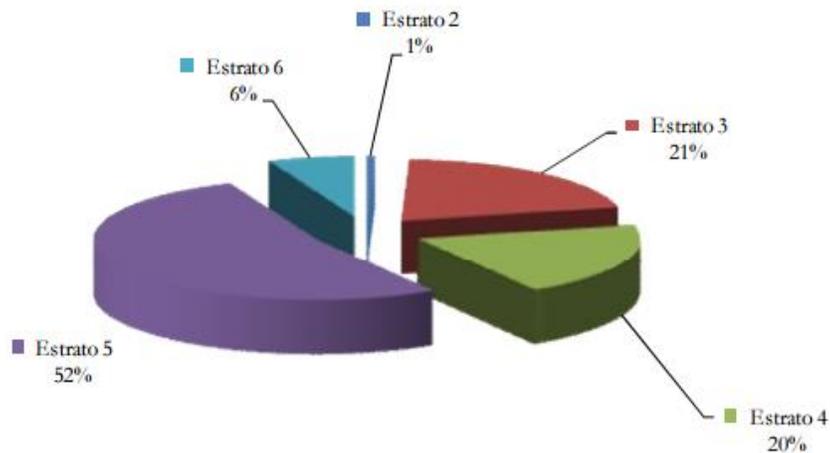


Fuente: (Alcaldía Santiago de Cali, 2016, p. 12)

Cubre el 10,4% del total de la ciudad Santiago de Cali, con 796 manzanas compuesta por 3 barrios y 19 urbanizaciones: La Playa, La Hacienda, Primero de Mayo, Los Portales Nuevo Rey, Ciudadela Comfandi, Cañaverales Los Samanes, Ciudad Universitaria, El Limonar, Caney, Bosques del Limonar, Valle del Lili, El Gran Limonar, Conjunto residencial Cataya, Santa Anita, La Selva, El Gran Limonar, El Ingenio, Centro Comercial Unicentro Cali, Mayapan, Las Vegas, Ciudadela Paso Ancho, Las Quintas de Don Simón, Prados del Limonar, Ciudad Capri, Urbanización San Joaquín, Centro Comercial Jardín Plaza. (Alcaldía de Cali, 2016, p. 13)

Por lo anterior, la comuna 17 cuenta con 47.249 predios construidos, con 149.740 ciudadanos representados en el 44,2% por hombres que constituyen 66.185 y mujeres con un 55,8% que están conformadas por un 83.555. La estratificación de la comuna 17 de mayor participación es el estrato 5. (Alcaldía de Cali, 2016, p. 14)

Gráfico 9. Estratificación de la comuna 17



Fuente: (Alcaldía Santiago de Cali, 2016, p. 16)

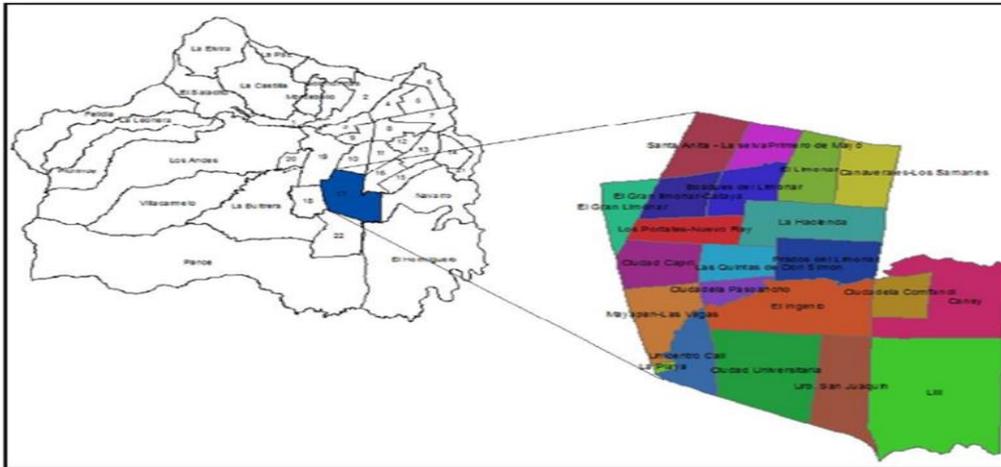
Todos cuentan con los servicios Públicos de agua, luz y alcantarillado, además del servicio de gas domiciliario y todas sus calles son pavimentadas y de fácil acceso al lugar donde localizaremos nuestro negocio.

Frente a las comunicaciones contaremos con todo el servicio de teléfono fijo y móvil, internet y correo electrónico, además de la publicidad hablada y escrita.

El ámbito del proyecto es en Colombia, en el departamento del Valle del Cauca, en el municipio de Santiago de Cali, donde se llevara a cabo el desarrollo de todos los aspectos relacionados con el barde oxígeno OXI-VIDA SAS.

3.2.2 Micro localización. El bar de oxígeno estará ubicado en la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali, en el Centro Comercial Jardín Plaza localizado en el sur de la ciudad en el barrio Valle del Lili con la dirección Cra. 98 # 100 – 416.

Imagen 3. Mapa de la comuna 17 por barrios



Fuente: (Alcaldía Santiago de Cali, 2016, p. 18)

Se seleccionó la comuna 17 en especial en el Centro Comercial Jardín Plaza porque posee 3 entradas vehiculares por la calle 16. La carrera 100 y calle 25, además cuenta con amplias instalaciones para parqueadero sin costo adicional, además tiene características especiales que permiten que nuestro negocio crezca tales como: amplias zonas de parqueo sin costo alguno, cercanía con proveedores, afluencia de personas que asisten al centro comercial entre semana y fines de semana, conocimiento de la ubicación del centro comercial, excelentes redes de acueducto, alcantarillado aseo, energía y telefonía, fácil accesibilidad por medio de transporte público o privado, por medio de la calle 5 con el transporte público MIO, disponibilidad de mano de obra, por ser una de las comunas más grandes en la ciudad su tasa de desempleo es mayor.

El bar de oxígeno tienen una descripción de sus clientes, tales como, personas que residan especialmente en la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali; Estrato económico 3, 4, 5 y 6 de la misma comuna, que posean la capacidad de pago para adquirir el servicio del bar de oxígeno; Los bares de oxígeno son diseñados para complementar un estilo de vida sano, para aquellas personas que practican deporte y poseen los cuidados mínimos en su alimentación; El servicio de bares de oxígeno está dirigido para hombres y mujeres de 18 a 65 años promedio, que son las personas que empiezan en su formación laboral, académica y deportiva.

Imagen 4. Micro-localización del bar de oxígeno



Fuente: (Static.panorama, 2017, fig. 8)

- **Espacio integral.**

Para el funcionamiento del Bar de Oxígeno que estamos planteando en este trabajo, es necesario arrendar un local que tenga al menos 60 mts, para realizar las instalaciones y adecuaciones necesarias para que nuestros clientes se sientan a gusto y puedan recomendarnos, por el excelente servicio que les brindaremos.

- **Capacidad proyectada**

Se estima que del total de horas disponibles sólo se ocupará el 60%, por los picos de asistencia en los centros comerciales, por lo tanto se utilizarán únicamente 1.971 horas para realizar la proyección. Adicionalmente, con los tres Infusores de oxígeno se proyectará brindar un total de 9 sesiones por hora. La cantidad de sesiones al año será 17.739, utilizando únicamente el 45% de la capacidad máxima.

Cuadro 32. Capacidad instalada

Item	Valor
Horas producción anual	3.285
Ocupación (60%)	1.971
Sesiones por hora	3
Infusores de oxígenos	3
Sesiones totales por hora	9
Producción proyectada anual	17.739

Fuente: Elaboración propia

- **Distribución de espacios**

A continuación, se puede observar una clara descripción de todas las áreas del bar oxígeno, distribuidas en el plano con un área total de 60 mt².

Imagen 5. Distribución de espacios



Fuente: Elaboración propia

3.3 TAMAÑO DEL PROYECTO

El tamaño del proyecto se define con base a la capacidad de producción, del tiempo y de las operaciones en conjunto que se realizan en el negocio y la capacidad de inversión por parte de los accionistas y los costos de operación.

- **Financiamiento del proyecto:**

Los integrantes del grupo aportaran para la creación y puesta en funcionamiento el negocio la suma de 10.000.000 de pesos, obtenidos de sus ahorros o préstamos bancarios o venta de algún activo fijo etc.

Se constituirá como una SAS. En caso de que los autores del proyecto no dispongan de todo el dinero, tienen una opción y es financiar la inversión a través de leasing operativo y/o préstamos bancarios.

Para iniciar el proyecto se requiere una inversión total de \$ 19.303.387 representada en \$ 8, 010.000 de activos fijos, \$ 3.933,000, en activos diferidos y \$ 7.360.387 en capital de trabajo.

Cuadro 33. Bar de Oxígeno. Inversión total en pesos (\$)

BAR DE OXIGENO. INVERSIÓN TOTAL EN PESOS

ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	1	270.000	270.000
Enfriador	1	1,100,000,	1,100,000
Sillas secretariales	1	60.000	60.000
Equipo de sonido	1	450,000,	450,000,
Sillas relajantes	3	440.000	1.320.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			3,200,000
EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN			
Computador portátil	1	600,000,	600,000,
Video Beam	1	350,000,	350,000,
Teléfono móvil	1	600,000,	600,000,

Impresora multifuncional	1	230,000,	230,000,
TOTAL EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN			1,880,000,
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Infusor	4	250,000,	1,000,000,
Cánulas	100	500	50,000,
Máquinas de oxígeno	4	470.000	1.880.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			2,930,000,
TOTAL ACTIVOS FIJOS			8,010,000,
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Registro Mercantil	1	70.000	70.000
Uso De Suelos	1	65.000	65.000
Bomberos	1	67.000	67.000
Higiene y Sanidad	1	35.000	35.000
TOTAL GASTOS CONSTITUCIÓN			237.000
ADECUACIONES			
Instalaciones eléctricas (iluminación, tomas, mano de obra para máquinas)	5	45.000	225.000
Cables de alta capacidad			125,000,
Remodelación (m2)	60	15.000	900.000
TOTAL ADECUACIONES			1,250,000
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Grapadora	1	8.000	8.000
Perforadora	1	8.000	8.000
Insumos de aseo y cafetería			500,000,
Insumos de oficina			600,000,
Papeleras	1	10.000	10.000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			1,126,000,
ACTIVOS INTANGIBLES			
Software paquete de Office	1	90.000	90.000
Antivirus	1	50.000	50.000
Diseño página web (Dominio, Hosting, Marketing Online)	1	200.000	200.000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			340.000
PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
Volantes	1.000	50	50.000
Cuñas radiales	10		500,000,
Tarjetas	1.000	50	50.000
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA			600,000,
PÓLIZAS			
Seguro todo riesgo	1	380.000	380.000
TOTAL PÓLIZAS			380.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			3,933,000,

CAPITAL DE TRABAJO			
Nómina de Administración	1	1.346.911	1.346.911
Nómina de Producción y servicios	1	2.326.429	2.326.429
Gastos de Administración	1	658.112	658.112
Gastos de Venta	1	66.735	66.735
Inventarios trimestral	1	2.962.200	2.962.200
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			7.360.387
TOTAL INVERSIÓN			19,303,387,
% INVERSIÓN A FINANCIAR			30,00%
INVERSIÓN A FINANCIAR			5,791,016
MESES A DIFERIR			12
VALOR A DIFERIR			482,584,

Fuente: Elaboración propia

4 ESTUDIO ORGANIZACIONAL Y LEGAL

Corresponde a la presentación administrativa y legal del negocio, que cumpla con las especificidades de los propietarios y este acorde con las leyes y requerimientos del estado para el funcionamiento de este tipo de negocio.

Se presenta, la misión, visión, los valores corporativos, el organigrama de la compañía, el perfil de los cargos y sus respectivas funciones.

Además, se busca conocer el marco legal, las disposiciones aplicables al proyecto y la reglamentación particular del sector en el que se sitúa la unidad de negocio

4.1 DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO

El presente proyecto está elaborado bajo la línea del emprendimiento, el cual tiene como objetivo analizar la posibilidad de crear e implementar un Bar de Oxígeno en la Comuna 17 de la ciudad de Santiago de Cali para brindar, al adulto joven de la ciudad y otras personas a probar algo diferente e innovador, una terapia alternativa diferente.

El bar de oxígeno es una terapia de respiración por medio de inhaladores que dura de 15 a 30 minutos y suelen añadirse con elementos de aromaterapia, es decir, a través de fragancias naturales que se incorporan a los dosificadores de oxígeno que brindará a las personas una forma diferente de esparcimiento y sana entretención, la cual está recién implementándose en la ciudad.

4.1.1 Misión. Atender a la población adulto joven y mayor en sus necesidades de oxigenar sus células, a través del consumo de oxígeno 100% puro y con fragancias saludables cuidando así la salud y belleza y buscando la armonización entre el espíritu, la mente y el cuerpo. Brindando un excelente servicio, disminuir el estrés, dolores de cabeza, retraso del envejecimiento, dolores de garganta, gripe y mejora en la circulación de la sangre.

4.1.2 Visión. Ser reconocida en el 2020 como la única alternativa para el mejoramiento de la calidad de vida de los usuarios por medio de la venta de oxígeno puro. Posicionarnos como una empresa líder en la ciudad Santiago de Cali, prestando servicios con excelente calidad humana, ética, profesional, eficiencia y con capacidad de transformar el concepto de bar en la ciudad y en el ámbito de la salud.

4.1.3 Valores corporativos. Los valores corporativos de la empresa Oxi-Vida Sana S.A.S. que determinan su funcionamiento y razón de ser son:

- Innovación: porque busca la prestación de un servicio que beneficiará a muchos usuarios del mercado de la salud.
- Excelencia: acuñada en cada parte del servicio prestado y en especial con los clientes y los productos. y en una búsqueda constante de la perfección.
- Responsabilidad: en cada acto o actividad realizada con los clientes, proveedores, empleados y el estado.

Figura 4. Valores de Oxi-Vida Sana S.A.S



Fuente: Elaboración propia

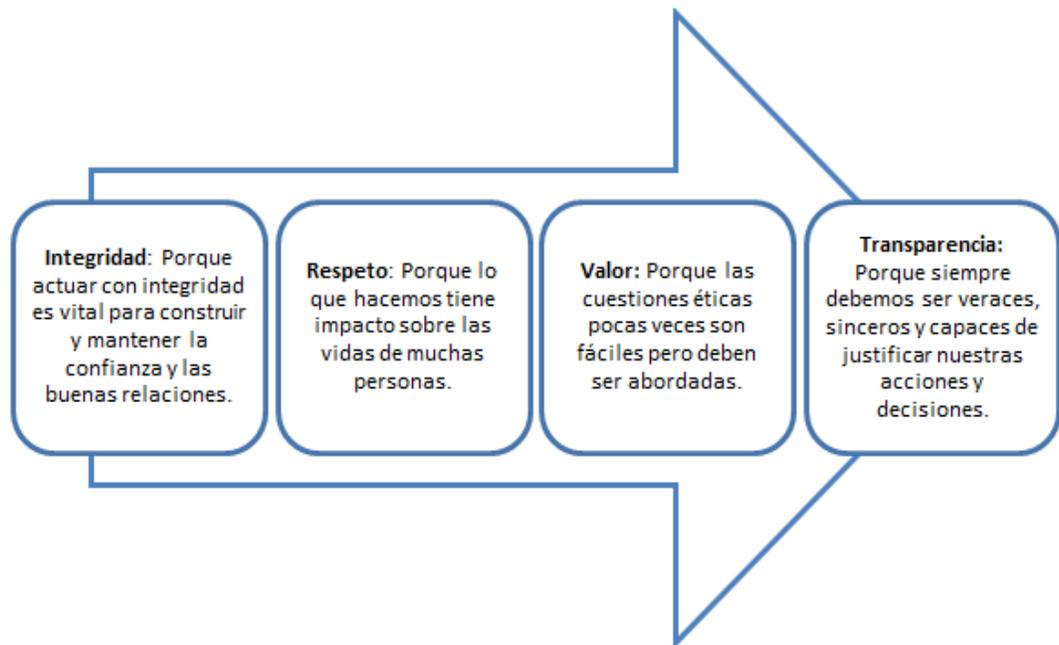
Cuadro 34. Valores corporativos

VALORES CORPORATIVOS	
Honestidad y ética	Actuar con la verdad, honradez y transparencia, los cuales se reflejan en el trabajo, los servicios y productos utilizados, además en el pago de las obligaciones contraídas con los entes del estado.
Organización	Sinergia para alcanzar los objetivos y propósitos internos y empoderando a los empleados.
Servicio	Actuar reconociendo derechos y teniendo en cuenta la dignidad de las personas que integran el equipo de trabajo y en especial los clientes.
Trabajo en Equipo	Mantener la igualdad en todas las personas, creando y manteniendo un ambiente de armonía y motivación constante, alcance de metas individuales y, colectivas y organizacionales
Respeto	Consideración que se tiene hacia algo o alguien. Aquí todos son importantes y tienen el mismo valor.
Orden	Colocar las cosas en el lugar que le corresponde para mostrar la calidad de nuestros servicios. Manteniendo buena disposición entre los elementos que ayudan alcanzar los objetivos.
Cumplimiento	Con los clientes, usuarios, con los servicios ofrecidos y con los colaboradores y proveedores, además con los entes estado.

Fuente: Elaboración propia

4.1.4 Filosofía de trabajo. El Bar oxígeno OXI-VIDA SAS, basa su filosofía de trabajo en el compromiso con el bienestar de los usuarios a partir de una propuesta diferente, innovadora, transparente, y con respeto por los valores y creencias, con integralidad en el personal que presta un excelente servicio al cliente. Se pretende trabajar en sinergia con personal capacitado y orientado al cumplimiento de objetivos individuales y a la consecución de logros estratégicos colectivos. El trabajo en equipo, la constante actitud de servicio en pro de dar siempre lo mejor de sí en la actividad para la cual fue contratado y el cumplimiento de las directrices organizacionales hará que se alcancen las metas propuestas.

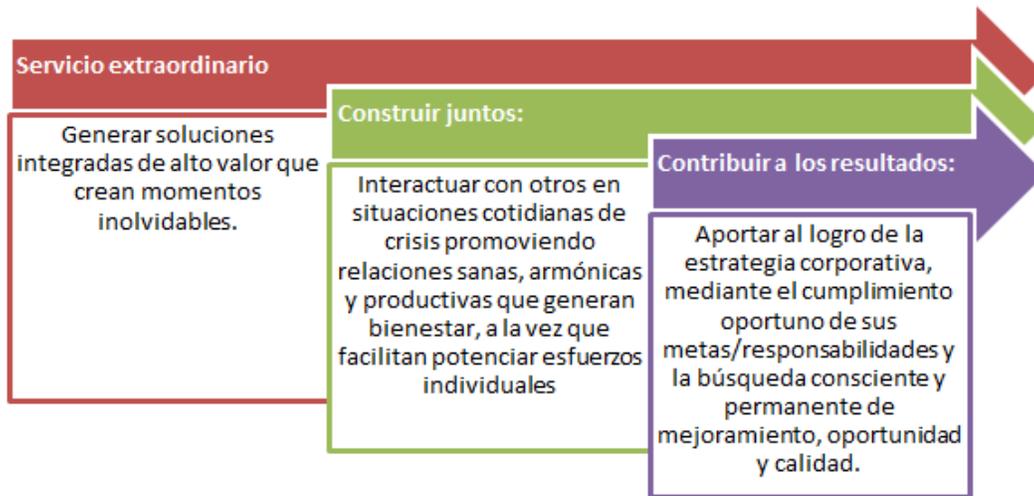
Figura 5. Filosofía de trabajo de Oxi-Vida Sana S.A.S



Fuente: Elaboración propia

4.1.5 Competencias organizacionales.

Figura 6. Competencias organizacionales



Fuente: Elaboración propia

Orientación al cliente: Contar con una actitud abierta y positiva, para escuchar los requerimientos del cliente y ayudar a satisfacerlos.

Habilidad analítica: Esta competencia se basa específicamente en la capacidad general que tiene una persona para realizar un análisis lógico para organizar cognitivamente el trabajo

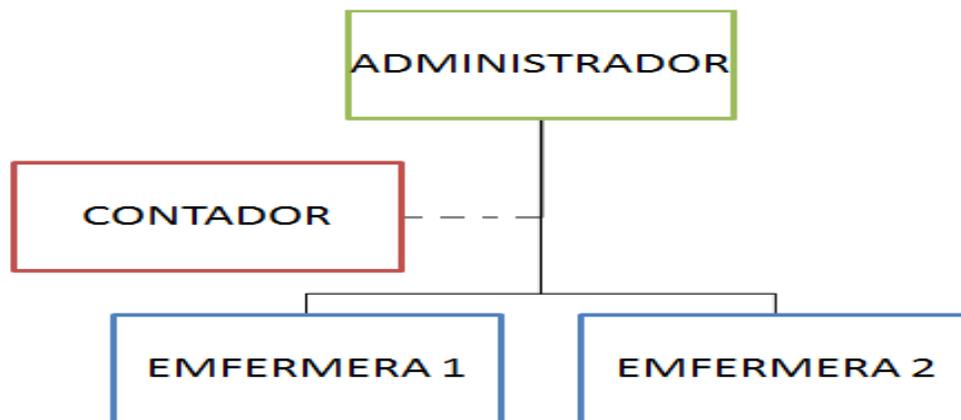
Trabajo en equipo: Capacidad de colaborar, cooperar con los demás y formar parte de un grupo para ejecutar labores en pro de objetivos colectivos.

Iniciativa: Actitud permanente de antelarse a los demás en su accionar. Es la predisposición de actuar de forma proactiva y proyectar ideas para retroalimentar procesos, posturas o ideas en pro del crecimiento organizacional.

4.2 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura de la empresa Oxi-Vida Sana S.A.S. es de tipo vertical para poder establecer claramente la cadena de mando. De igual forma, determinar responsabilidades y líneas de comunicación y autoridad en las diferentes áreas de la empresa.

Figura 7. Organigrama de la empresa Oxi-Vida Sana S.A.S.



Fuente: Elaboración propia

4.2.1 Procesos operativos. Responde a las preguntas que todo negocio debe responder desde la constitución el mismo, pasando por los lineamientos estratégicos y el planteamiento de objetivos y alcance de metas.

Los inversionistas consideran importante determinar los diferentes procesos que deben desarrollar para satisfacer las necesidades de los usuarios del bar, entre tanto, es concerniente afirmar que estos son el conjunto de fases o etapas periódicas a través de las cuales se atiende a los clientes, con excelente calidad e buscando interacción entre los clientes empleados y proveedores.

4.2.2 Descripción del puesto. A continuación, la empresa Oxi-Vida Sana S.A.S. describe cada uno de los cargos que posee la estructura del negocio, con los perfiles que deben tener las personas que los van a ocupar.

Cuadro 35. Descripción del puesto de administrador

Nombre del Cargo	Administrador
Salario	\$900.000
Descripción del puesto	Panificar, dirigir y controlar la administración financiera, de personal y de los recursos materiales de la empresa. Debe tener interés por ser líder y generador de cambio con buenas relaciones interpersonales para obtener buenos resultados en el trabajo de equipo y toma de decisiones para alcanzar los resultados y objetivos planteados por la empresa. Se requiere una vacante
Estudios realizados	Profesional en administración de empresa o carreras afines.
Experiencia laboral	Experiencia mínima de 2 años en puntos comerciales certificados. Control administrativo y disciplinario del personal. Supervisar y distribuir las actividades del personal a su cargo.
Funciones específicas del cargo	Supervisar y desarrollar el personal a su cargo Revisar y verificar los movimientos y registros contables y los estados de la empresa. Lleva el control de suministros y materiales en la empresa. Vela por el cumplimiento de la normatividad y los diferentes entes del estado.
Competencias	Creativo, recursivo con capacidad de análisis y síntesis. Tomador de decisiones oportunas. Comunicación clara y asertiva.

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 36. Descripción del puesto de contador

Nombre del Cargo	Contador
Salario	\$316.882
Descripción del puesto	Llevar cada uno de los registros contables de manera organizada, clara y en los tiempos solicitados. y a tiempo, sujeto a la normatividad de la empresa.
Estudios realizados	Profesional en contaduría pública con tarjeta profesional vigente.
Experiencia laboral	Mínima de 2 años en empresas similares

Funciones específicas del cargo	Llevar el control de las cuentas por cobrar y pagar. Realiza los movimientos y verifica los registros contables de la empresa. Tramitar y pagar las liquidaciones de impuestos requeridos por ley. Realiza liquidaciones de sueldos.
Competencias	Organizado y puntual en los registros contables. Tener discreción y confidencialidad sobre los procesos de la empresa. Oportuno para la toma de decisiones de la empresa

Fuente: Elaboración propia

Cuadro 37. Descripción puesto enfermera

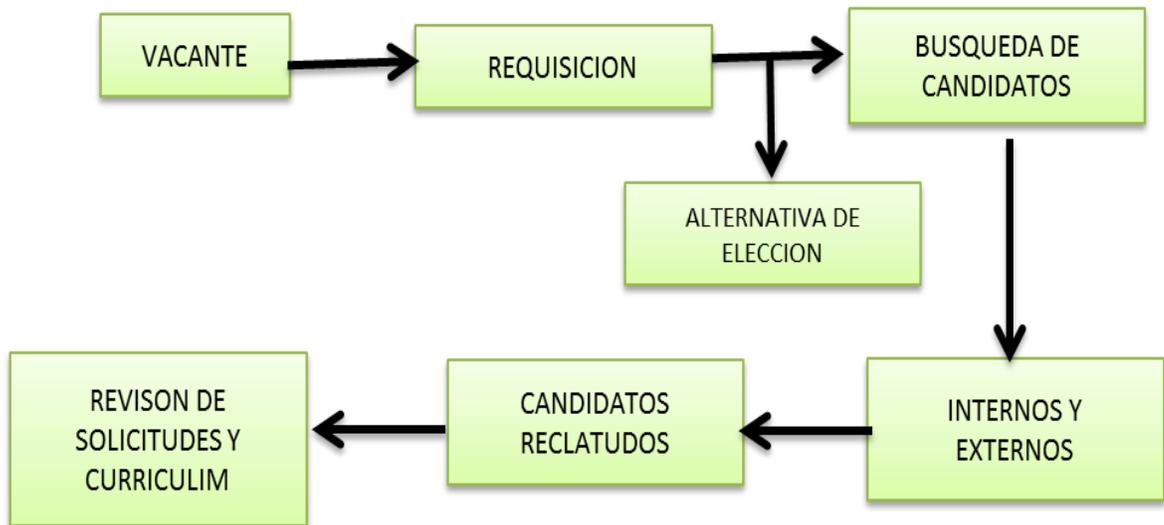
Nombre del cargo	Auxiliar de enfermería
Salario	741.853
Descripción del puesto	Realizar la venta, instalación y acompañamiento de manera que los clientes y consumidores de la empresa queden satisfechos por el producto y servicio prestado.
Estudios realizados	Auxiliar de enfermería.
Experiencia laboral	Experiencia certificada de 1 año en manipulación de gases medicinales Preparar las dosis del gas medicinal con las esencias de aromaterapia.
Funciones específicas del cargo	Atender, promocionar y vender los productos de la empresa. Acompañar en el proceso y después de las secciones respiratorias con los clientes.
Competencias	Amable y carismática con los clientes. Responsable con los servicios prestados. Comprometida con la empresa y sus procesos.

Fuente: Elaboración propia

4.3 MODELO DE RECLUTAMIENTO DEL PERSONAL

Teniendo en cuenta que el reclutamiento es una invitación o convocatoria al mercado de trabajo para que ocupe una vacante en una empresa, es necesario ofertarla y esperar que los candidatos se sientan atraídos a vincularse con nosotros. Se decidió que se recurriría el mercado externo dado que apenas vamos a iniciar labores, y porque nos garantiza la obtención de mayor cantidad de hojas de vida.

Figura 8. Pasos o fases a seguir para el proceso de reclutamiento



Fuente: Elaboración propia

Los procesos son realizados por el administrador de la empresa y pueden ser: contactos con bolsas de empleo pertenecientes a entidades gubernamentales como el SENA y privadas como Comfandi; anuncios en sitios web como Computrabajo, El Empleo, Zonajobs y Clasificados en diversos diarios como El País y El Tiempo; Seguidamente, se realiza el análisis de las mismas y se lleva a cabo una preselección los aspirantes.

En dichos canales de reclutamiento es necesario suministrar información real acerca de la vacante, con el fin de establecer de manera precisa el cumplimiento de las expectativas tanto del convocado como de la compañía, a continuación se presentan algunos ítems que se tendrán en cuenta:

4.4 PROCESO DE SELECCIÓN PERSONAL

Es el segundo paso para que la empresa adquiera personal para el desarrollo de sus actividades. Ese primer filtro en que se clasificaron y recibieron las hojas de vida

que cumplieron con el perfil ofertado y que son adquiridas por los diversos medios adoptados se da inicio este proceso. Este proceso precisa VARIOS aspectos claves que se muestran en la siguiente gráfica.

Figura 9. Proceso de selección de personal



Fuente: Elaboración propia

4.4.1 Solicitud de empleo. Para esta primera vez, hemos aceptado cualquier tipo de formato o modelo para los aspirantes a ocupar los cargos en el negocio. Anexamos un modelo general para ilustrar el punto del protocolo.

Figura 10. Modelo de solicitud de empleo

Solicitud de Empleo		Fecha	
Puesto que solicita Sea tan amable de llenar esta solicitud en forma manuscrita NOTA: Toda información aquí proporcionada será tratada confidencialmente	Sueldo Mensual deseado		
	Sueldo Mensual Aprobado		
	Fecha de Contratación		
Datos Personales			
Apellido Paterno	Apellido Materno	Nombre(s)	Edad Años
Domicilio	Colonia	Código Postal	Teléfono
Ciudad, Estado	Lugar de Nacimiento	Fecha de Nacimiento	Sexo <input type="checkbox"/> Masculino <input type="checkbox"/> Femenino
Vive con <input type="checkbox"/> Sus padres <input type="checkbox"/> Su familia <input type="checkbox"/> Parientes <input type="checkbox"/> Solo		Estatura	Peso
Personas que dependen de usted <input type="checkbox"/> Hijos <input type="checkbox"/> Cónyuge <input type="checkbox"/> Padres <input type="checkbox"/> Otros		Estado Civil	Nacionalidad
		<input type="checkbox"/> Soltero <input type="checkbox"/> Casado <input type="checkbox"/> Otro	
Documentación			
Clave Única de Registro de Población		AFORE	
Reg. Fed. De Contribuyentes	Numero de Seguridad Social	Cartilla de Servicio Militar No.	Pasaporte No.
Tiene licencia de manejo <input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si	Clase y Número de Licencia	Siendo extranjero que documentos le permiten trabajar en el país	
Estado de Salud y Hábitos Personales			
¿Como considera su estado de salud actual?		¿Padece alguna enfermedad crónica?	
<input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Regular <input type="checkbox"/> Malo		<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si (Explique)	
¿Práctica Ud. Algún Deporte?		¿Permanece a algún Club Social o Deportivo?	¿Cuál es su pasatiempo favorito?
¿Cuál es su meta en la vida?			
Datos Familiares			
Nombre	Vive	Fin	Domicilio
Padre			
Madre			
Esposa (o)			
Nombre y edades de los hijos			
Escolaridad			
Nombre	Dirección	De	A
Primaria			
Secundaria o Prevocacional			
Preparatoria o Vocacional			
Profesional			
Comercial u Otras			
Estudios que esta efectuando en la actualidad:			
Escuela	Horario	Curso o Carrera	Grado

Fuente: Elaboración propia

Conocimientos Generales				
Que idiomas habla (Nivel 50%, 75%, 100%)		Funciones de oficina que domina		
Maquina de Oficina o taller que sepa manejar		Software que conoce		
Otros trabajos o funciones que domina				
Empleo Actual y Anteriores				
Concepto	Actual o ultimo	Anterior	Anterior	Anterior
Tiempo que presto sus servicios	de a	de a	de a	de a
Nombre de la Compañia				
Dirección				
Teléfono				
Puesto desempeñado				
Sueldos Mensual:	Inicial Final			
Motivo de separación				
Nombre de su jefe directo				
Puesto de jefe directo				
Podemos solicitar informes de usted:	Comentarios de sus jefes:			
<input type="checkbox"/> Si				
<input type="checkbox"/> No (Razones)				
Referencias Personales (Favor de no incluir a jefes anteriores)				
Nombre	Domicilio	Teléfono	Ocupación	Tiempo de conocer
Datos Generales		Datos Económicos		
¿Como supo de este empleo?		¿Tiene usted otros ingresos?		Importe mensual
<input type="checkbox"/> Anuncio <input type="checkbox"/> Otro medio (anótelo)		<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si (describalos)		\$
¿Tiene parientes trabajando en esta Empresa?		¿Su cónyuge trabaja?		Percepción mensual
<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si (nombres)		<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si (¿dónde?)		\$
¿Ha estado afianzado?		¿Vive en casa propia?		Valor aproximado
<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si (nombre de la Cia.)		<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si		\$
¿Ha estado afiliado a algún sindicato?		¿Paga renta?		Renta mensual
<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si ¿a Cuál?		<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si		\$
¿Tiene seguro de vida?		¿Tiene automóvil propio?		Marca
<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si (nombre de la Cia.)		<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si		Modelo
¿Puede viajar?		¿Tiene deudas?		Importe
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No (razones)		<input type="checkbox"/> No <input type="checkbox"/> Si (¿con quién?)		\$
¿Esta dispuesto a cambio de lugar de residencia?		¿Cuanto abona mensualmente?		\$
<input type="checkbox"/> Si <input type="checkbox"/> No (razones)				
Fecha en que podría presentarse a trabajar		¿A cuánto ascienden sus gastos mensuales?		
		\$		
Comentarios del Entrevistador y Firma		Hago constar que mis respuestas son verdaderas		

		Firma del solicitante		

Fuente: Elaboración propia

4.4.2 Entrevista. Es la técnica de selección más utilizada y conocida, Consiste en efectuar preguntas previamente programadas para el candidato y anotar sus respuestas o parte de ellas. En el Bar oxígeno las hará cualquiera de los inversionistas y se centrará en conocer las competencias para desarrollar el puesto.

4.4.3 Exámenes. Son las pruebas que realizan las empresas a los candidatos que aspiran a ingresar. En el Bar de OXIGENO Oxi-vida Sana SAS, se realizarán algunas para probar la idoneidad en el conocimiento o técnica de sus saberes en el campo para el cual sería contratado. En este proceso la empresa mide a los candidatos en su capacidad, fuerza física, mental para ejecutar las tareas del cargo a desempeñar Entre ellos están:

Conocimiento o capacidad para medir los conocimientos o habilidades en el manejo de los equipos y combinación de las fragancias con el oxígeno puro.

4.5 PROCESO DE CONTRATACIÓN

La admisión de empleados en las empresas o negocios generalmente se hace con base en la firma de un contrato individual de trabajo. Este es una relación que se establece entre el empleado y la empresa, por un plazo determinado o indeterminado y se mantenga una relación que se espera sean duradera.

Es el proceso mediante el cual la empresa Oxi-Vida Sana S.A.S. realiza la vinculación laboral formalmente con el personal nuevo. Este proceso está vinculado a la recepción de documentos necesarios para la vinculación y creación del expediente personal de los empleados. Este proceso es realizado por el administrador de la empresa y firmado por el representante legal.

Es formalizar con apego a la ley la futura relación de trabajo para garantizar los intereses, derechos, tanto del trabajador como la empresa con un contrato.

Los documentos necesarios para la debida contratación y creación del expediente personal son: dos Imágenes 4x3 tamaño cedula fondo blanco; Imagen copia de cedula a 150 legible; Imagen copia de la libreta militar (en el caso de hombres); Hoja de vida actualizada en Minerva C-02; Certificado de cuenta bancaria; Certificado de procuraduría; Certificado de contraloría; Certificado de policía; Certificado de EPS; Certificado de Pensiones; Copia de diploma o acta de grado de títulos obtenidos si la vacante la requiere; Certificados de experiencia laboral

La empresa realiza la afiliación a los derechos de seguridad social.

4.5.1 Inducción personal. Es el primer encuentro entre el trabajador y la empresa cuando es contratado.

La inducción al personal nuevo es realizada por el administrador de la empresa. Al personal de trabajo se le entregara la información general necesaria de nuestra empresa estableciendo planes y programas con el objetivo de acelerar la integración del individuo en el menor tiempo posible al puesto, al jefe y los compañeros de trabajo.

Se les deberá explicar entre otros asuntos: la misión, visión, filosofía, objetivos, valores corporativos, organigrama y los documentos necesarios para el cumplimiento de sus labores.

En cuanto al cargo que va a desempeñar a cada uno se le detallara la siguiente información: Capacitación en cuanto a las actividades que se van a realizar. Relación con la empresa. Salario. Posibilidades de progreso. Reglamentos y funciones que debe cumplir.

4.6 PROCESO DE CAPACITACIÓN Y ENTRENAMIENTO DEL PERSONAL

4.6.1 Capacitación. Teniendo en cuenta que es un proceso educacional por medio del cual los trabajadores adquieren nuevos conocimientos, habilidades y destrezas para el cabal cumplimiento de las tareas asignadas, es necesario que la empresa constantemente les este invitando a que participen de esta actividad.

En el Bar oxígeno Oxi-vida SAS la realiza el administrador ilustrando sobre nuevos productos en el mercado y su debido funcionamiento para que haya efectividad, lograr que sean eficientes, eficaces, que se mejoren las labores a desempeñar y de esta manera incrementen su desarrollo y productividad.

El fin de la empresa no es solo basarse en la capacitación del personal de trabajo sino también en su desarrollo educativo y personal para lograr un adecuado crecimiento en todos los campos y efectividad en los mismos.

4.7 PROGRAMA DE INCENTIVOS

Indica los elementos que manejan las empresas para excitar a los trabajadores a que doblen esfuerzos para superar los objetivos planeados, buscando la retención del personal y manteniendo sus niveles de motivación.

En el bar Oxígeno Oxi-Vida SAS se plantearan los siguientes: dinero en efectivo reconocimientos, entre otros con el fin de estimular su trabajo. Días de descanso remunerados

Elección: Ya sea en días libres o vacaciones, es una medida muy positiva ya que los empleados tendrán tiempo para compartir en familia y planear su tiempo libre.

Reconocimientos: Es uno de los mejores incentivos debido a que no cuesta nada pero hace que los empleados se sientan motivados, a gusto con sus labores realizadas y con ganas de hacer las cosas mejor.

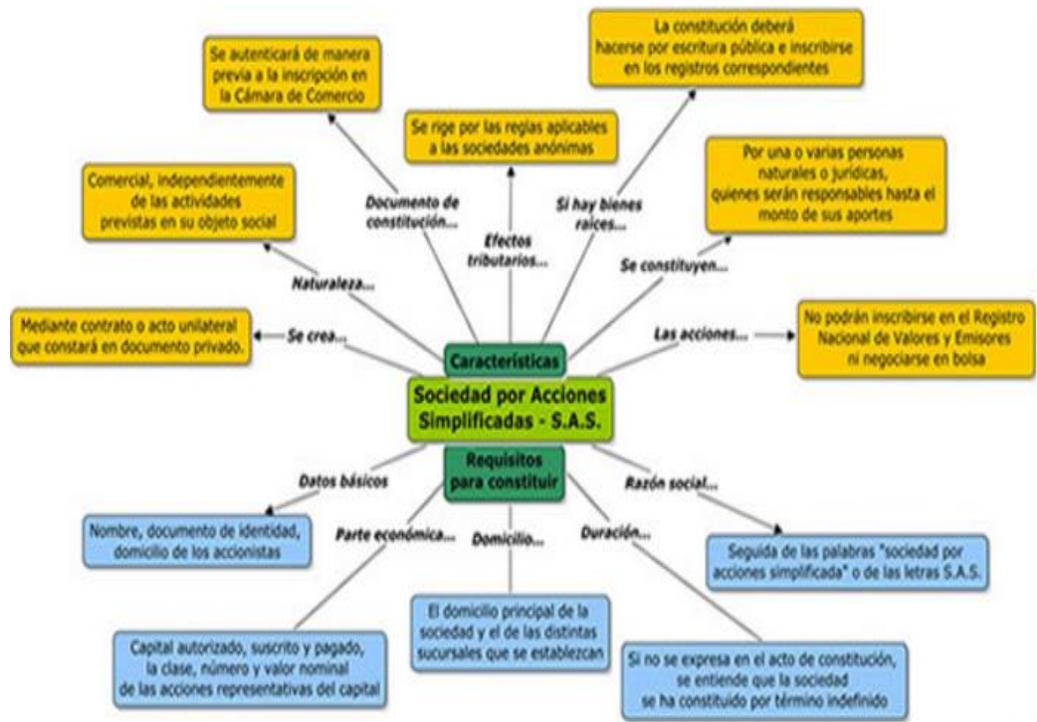
Ambiente laboral: Es uno de los más importantes debido a que es la base del progreso y la realización de un buen trabajo en equipo, un clima laboral adecuado da confianza entre compañeros. Para ello se debe respetar y llevar una relación buena y sana.

Remuneración: La mejor manera de gratificar y motivar a los trabajadores sin duda es la remuneración y un trato digno, para que de la misma manera se refleje y reciban a nuestros clientes, algunos puntos clave de este programa son:

4.8 ASPECTOS LEGALES EN EL PROYECTO DE GRADO

4.8.1 Marco legal. Debido a que el mismo estado creo una nueva forma de sociedad, que simplifica los trámites y da flexibilidad para el manejo productivo y tributario, los inversionistas decidieron acogerse al tipo de Acciones Simplificadas S.A.S, a continuación se exponen los principales factores claves por las que esta es acogida:

Figura 11. Beneficios sociedad por acciones simplificadas (S.A.S)



Fuente: (Actualícese, 2016, fig. 1)

4.8.2 Estudio administrativo y legal. Según la Cámara de Comercio de Cali, la SAS permite a los pequeños empresarios escoger las normas societarias más convenientes, se trata de una regulación flexible que se puede adaptar a las condiciones y requerimientos especiales de las personas que conforman la sociedad. Se afirma que es beneficioso para los que están emprendiendo un negocio. No solo es flexible, también es menos costosa. En este tipo de sociedad se puede diferir el capital hasta dos años, sin exigencia de ningún monto específico mínimo inicial, lo que facilita su constitución y da un plazo a los socios para que adquieran el capital semilla. (Cámara de Comercio de Cali, 2016, párr. 1)

La sociedad por acciones simplificada (S.A.S.), se ha convertido en una figura societaria muy popular por la simplicidad y facilidad a la hora de su constitución

La sociedad por acciones simplificada (S.A.S.). Es un vehículo jurídico para la realización de cualquier actividad v empresarial: Que puede ser constituida por una o varias personas naturales o jurídicas, Cuyos accionistas limitan su responsabilidad hasta el monto de sus aportes, Que una vez inscrita en el registro mercantil, forma una persona jurídica distinta de sus accionistas y Que cuenta con múltiples ventajas que facilitan la iniciación y desarrollo de la actividad empresarial. (Cámara de Comercio de Cali, 2016, párr. 2)

4.8.3 Ventajas de la sociedad por acciones simplificada (S.A.S.) Entre las ventajas que ofrece la sociedad por acciones simplificadas (SAS), se encuentra que es posible fijar las reglas que van a regir el funcionamiento de la sociedad; el proceso de constitución y reforma es más fácil y eficiente; La responsabilidad de los socios se limita a sus aportes, sin requerir la estructura de una sociedad anónima; Es posible crear diversas clases y series de acciones; es un buen vehículo de negocios que facilita el desarrollo de inversiones extranjeras; no se requiere establecer una duración determinada para la S.A.S; El objeto social puede ser indeterminado; El pago del capital puede diferirse hasta por dos años; se permiten los acuerdos de accionistas sobre cualquier asunto lícito; Por regla general no se exige revisor fiscal; se establecen disposiciones que facilitan la operación y administración de las S.A.S; Mayor flexibilidad en la regulación de los Derechos n) El trámite de liquidación de la S.A.S. es más ágil: patrimoniales y políticos de los accionistas en las S.A.S; Se establece un mayor tiempo para enervar la causal de disolución por pérdidas; El trámite de liquidación de la S.A.S. es más ágil: Mayor agilidad para la resolución de conflictos en las S.A.S; se consagra un reproche expreso a conductas abusivas por parte de los socios de la S.A.S. (Cámara de Comercio de Cali, 2016, párr. 3)

4.8.4 Como se constituye una S.A.S. **Paso 1:** Redactar el contrato o acto unilateral constitutivo de la S.A.S. Este documento privado debe contener, al menos, la siguiente información de la sociedad: Nombre, documento de identidad y domicilio de los accionistas; Razón social o denominación de la sociedad, seguida de las palabras "sociedad por acciones simplificada", o de las letras S.A.S; El domicilio principal de la sociedad y el de las distintas sucursales que se establezcan en el mismo acto de constitución; El capital autorizado, suscrito y pagado, la clase, número y valor nominal de las acciones representativas del capital y la forma y términos en que éstas deberán pagarse: La forma de administración y el nombre, documento de identidad y facultades de sus administradores. En todo caso, deberá designarse al menos un representante legal. (Cámara de Comercio de Cali, 2016, párr. 4)

Paso 2: Las personas que suscriben el documento de constitución deberán autenticar sus firmas antes que éste sea inscrito en el registro mercantil. Esta autenticación podrá hacerse directamente o a través de apoderado, en la Cámara de Comercio de la ciudad de Santiago de Cali. (Cámara de Comercio de Cali, 2016, párr. 5)

Paso 3: El documento privado debe ser inscrito en el Registro Mercantil de la Cámara de Comercio de la ciudad de Santiago de Cali.

Adicionalmente, ante la Cámara de Comercio se diligencian los formularios del Registro Único Empresarial (RUE), el Formulario de inscripción en el RUT y se lleva a cabo el pago de lo atinente a matrícula mercantil, impuesto de registro y derechos de inscripción.

5 ANÁLISIS FINANCIERO

Seguidamente, se presenta el estudio financiero que indicará la viabilidad para la creación de un bar de oxígeno en la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali.

El objetivo de este capítulo es comprobar que con los elementos físicos; talento humano, recursos tecnológicos y capacidad de la planta, es viable la apertura de una unidad de negocio innovadora que adopta procesos vanguardistas en su manufactura.

Se realiza análisis de total de la inversión para realizar el montaje de la empresa; teniendo en cuenta todas las variaciones económicas correspondientes.

5.1 INVERSIÓN

Para la puesta en marcha de la empresa se determina que el 30% de la inversión el cual corresponde a \$17,156,562 será financiado por la entidad bancaria Bancolombia, diferido a 12 meses dando como resultado un valor a diferir por mes de \$239,250.

Tabla 1. Inversión inicial

BAR DE OXIGENO			
INVERSIÓN TOTAL EN PESOS			
ACTIVOS FIJOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
MUEBLES Y ENSERES			
Escritorio	1	270.000	270.000
Enfriador	1	1.100.000	1.100.000
Sillas secretariales	1	60.000	60.000
Equipo de sonido	1	450.000	450.000
Sillas relajantes	3	440.000	1.320.000
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			2.100.000
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACION			
Computador portátil	1	600.000	600.000
Video Beam	1	350.000	350.000
Telefono movil	1	600.000	600.000
Impresora multifuncional	1	230.000	230.000
TOTAL EQUIPOS DE CÓMPUTO Y COMUNICACIÓN			1.780.000
MAQUINARIA Y EQUIPO			
Infusor	4	250.000	1.000.000
Canulas	100	500	50.000
Maquinas de oxigeno	4	470.000	1.880.000
TOTAL MAQUINARIA Y EQUIPO			2.930.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS			6.810.000
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN			
Registro Mercantil	1	108.000	108.000
Uso De Suelos	1	65.000	65.000
Bomberos	1	67.000	67.000
Higiene y Sanidad	1	35.000	35.000
TOTAL GASTOS CONSTITUCIÓN			275.000
ADECUACIONES			
Instalaciones eléctricas (iluminacion, tomas, mano de obra para máquinas)	5	45.000	225.000
Cables de alta capacidad	1	125.000	125.000
Remodelación (m2)	60	15.000	900.000
TOTAL ADECUACIONES			1.250.000
ACTIVOS NO DEPRECIABLES			
Grapadora	1	8.000	8.000
Perforadora	1	8.000	8.000
Papeleras	1	10.000	10.000
TOTAL ACTIVOS NO DEPRECIABLES			26.000
ACTIVOS INTANGIBLES			
Software paquete de Office	1	90.000	90.000
Antivirus	1	50.000	50.000
Diseño página web (Dominio, Hosting, Marketing Online)	1	200.000	200.000
TOTAL ACTIVOS INTANGIBLES			340.000
PUBLICIDAD PREOPERATIVA			
Volantes	1.000	50	50.000
Cuñas radiales	10	50.000	500.000
Tarjetas	1.000	50	50.000
TOTAL PUBLICIDAD PREOPERATIVA			600.000
PÓLIZAS			
Seguro todo riesgo	1	380.000	380.000
TOTAL PÓLIZAS			380.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS			2.871.000
CAPITAL DE TRABAJO			
Nomina de Administración	1	1.347.518	1.347.518
Nomina de Produccion y servicios	1	2.340.298	2.340.298
Gastos de Administración	1	688.713	688.713
Gastos de Venta	1	136.833	136.833
Inventarios trimestral	1	2.962.200	2.962.200
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO			7.475.562
TOTAL INVERSIÓN			17.156.562
% INVERSION A FINANCIAR			30,00%
INVERSION A FINANCIAR			5.146.969
MESES A DIFERIR			12
VALOR A DIFERIR			239.250

Fuente: Elaboración propia

5.2 DEPRECIACIÓN DE LOS ACTIVOS FIJOS

Se calculó de acuerdo al modelo de línea recta, teniendo en cuenta que los muebles y enseres son depreciados a 3 años, equipos de cómputo y comunicación a 5 años al igual que la maquinaria y equipo.

Tabla 2. Depreciación

DEPRECIACION EN PESOS							
ITEMS	AÑOS	DEPRECIACION MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MUEBLES Y ENSERES	3	58.333	700.000	700.000	700.000	0	0
EQUIPOS DE COMPUTO Y COMUNICACIÓN	5	29.667	356.000	356.000	356.000	356.000	356.000
MAQUINARIA Y EQUIPO	5	48.833	586.000	586.000	586.000	586.000	586.000
TOTAL		136.833	1.642.000	1.642.000	1.642.000	942.000	942.000
MESES AÑO	12						

Fuente: Elaboración propia

5.3 BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN

A continuación, se detalla la situación financiera inicial de la empresa donde se apalanca el proyecto desde el punto de vista del inversionista, se detalla los costos de los activos, se registran los pasivos y el patrimonio.

Tabla 3. Balance inicial sin financiación

BALANCE INICIAL SIN FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja Bancos	7.475.562
C x C	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	7.475.562
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
Muebles y enseres	2.100.000
Equipos de cómputo y comunicación	1.780.000
Maquinaria y equipo	2.930.000
(-) Depreciación acumulada	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	6.810.000
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	2.871.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2.871.000
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	9.681.000
TOTAL ACTIVOS	17.156.562
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
C x P	0
Cesantías x pagar	0
Interés a las cesantías x pagar	0
Impuesto de renta x pagar	0
IVA x pagar	0
ICA x pagar	0
INC x pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones financieras	0
Leasing financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0
TOTAL PASIVOS	0
PATRIMONIO	
Capital social	17.156.562
Utilidad acumulada	0
Reserva legal acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	17.156.562
PASIVOS + PATRIMONIO	17.156.562

Fuente: Elaboración propia

5.4 BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN

En esta tabla se ve manifestada el contexto financiero de la empresa con la adquisición de un préstamo que equivale al 30% a financiar.

Tabla 4. Balance inicial con financiación

BAR DE OXIGENO	
BALANCE INICIAL CON FINANCIACIÓN EN PESOS	
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja Bancos	7.475.562
C x C	0
Inventarios	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	7.475.562
ACTIVOS NO CORRIENTES	
ACTIVOS FIJOS	
Muebles y enseres	2.100.000
Equipos de cómputo y comunicación	1.780.000
Maquinaria y equipo	2.930.000
(-) Depreciación acumulada	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	6.810.000
ACTIVOS DIFERIDOS	
Diferidos	2.871.000
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2.871.000
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	9.681.000
TOTAL ACTIVOS	17.156.562
PASIVOS	
PASIVOS CORRIENTES	
C x P	0
Cesantías x pagar	0
Interés a las cesantías x pagar	0
Impuesto de renta x pagar	0
IVA x pagar	0
ICA x pagar	0
INC x pagar	0
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0
PASIVOS NO CORRIENTES	
Obligaciones financieras	5.146.969
Leasing financiero	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	5.146.969
TOTAL PASIVO	5.146.969
PATRIMONIO	
Capital social	12.009.594
Utilidad acumulada	0
Reserva legal acumulada	0
TOTAL PATRIMONIO	12.009.594
PASIVOS + PATRIMONIO	17.156.562

Fuente: Elaboración propia

5.5 AMORTIZACIÓN EN PESOS

En esta tabla se ve revelada la amortización en pesos de acuerdo con el valor total de préstamo financiero de la empresa que equivale al 30% del total de la inversión. Teniendo en cuenta que la cuota fija a pagar por el crédito es de \$169.471.

Tabla 5. Amortización en pesos

AMORTIZACIÓN EN PESOS					
VALOR PRÉSTAMO	5.146.969				
TASA EFECTIVA ANUAL (TEA)	12,01%				
TASA NOMINAL MENSUAL	11,40%				
TASA MENSUAL	0,95%				
MESES AÑO	12				
No. DE CUOTAS	36				
ANOS	No. CUOTA	CUOTA	INTERÉS	AMORTIZACIÓN	SALDO
	0				5.146.969
<u>PRIMER AÑO</u>	1	169.471	48.877	120.594	5.026.375
	2	169.471	47.732	121.739	4.904.636
	3	169.471	46.576	122.895	4.781.741
	4	169.471	45.409	124.062	4.657.679
	5	169.471	44.231	125.240	4.532.439
	6	169.471	43.041	126.430	4.406.009
	7	169.471	41.841	127.630	4.278.379
	8	169.471	40.629	128.842	4.149.537
	9	169.471	39.405	130.066	4.019.471
	10	169.471	38.170	131.301	3.888.170
	11	169.471	36.923	132.548	3.755.623
	12	169.471	35.665	133.806	3.621.816
<u>SEGUNDO AÑO</u>	13	169.471	34.394	135.077	3.486.739
	14	169.471	33.111	136.360	3.350.379
	15	169.471	31.816	137.655	3.212.725
	16	169.471	30.509	138.962	3.073.763
	17	169.471	29.189	140.282	2.933.481
	18	169.471	27.857	141.614	2.791.867
	19	169.471	26.512	142.959	2.648.909
	20	169.471	25.155	144.316	2.504.593
	21	169.471	23.784	145.687	2.358.906
	22	169.471	22.401	147.070	2.211.836
	23	169.471	21.004	148.467	2.063.369
	24	169.471	19.594	149.877	1.913.493
<u>TERCER AÑO</u>	25	169.471	18.171	151.300	1.762.193
	26	169.471	16.734	152.737	1.609.456
	27	169.471	15.284	154.187	1.455.269
	28	169.471	13.820	155.651	1.299.618
	29	169.471	12.342	157.129	1.142.489
	30	169.471	10.849	158.622	983.867
	31	169.471	9.343	160.128	823.739
	32	169.471	7.822	161.648	662.091
	33	169.471	6.287	163.184	498.907
	34	169.471	4.738	164.733	334.174
	35	169.471	3.173	166.298	167.877
	36	169.471	1.594	167.877	0
			953.985	5.146.969	

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	
INTERESES	508.499	325.328	120.158	953.985
AMORTIZACIÓN	1.525.152	1.708.323	1.913.493	5.146.969
	2.033.651	2.033.651	2.033.651	

Fuente: Elaboración propia

5.6 PARÁMETROS GENERALES

5.6.1 Parámetros económicos. La variables de los parámetros económicos expuestos en el presente proyecto son obtenidos de fuentes veraces como el banco de la república, el Departamento Administrativo Nacional de Estadística. Se inicia con el porcentaje del IPC del año 1 el cual es de 4,62% y 3,38% para los demás años. Seguidamente, se presenta la tasa representativa del mercado TRM el cual es de \$3.000,71.

Los porcentajes de variación de precios y costos se determinan de acuerdo a la inflación, por tanto, el de unidades varía de acuerdo a las ventas estimadas por el Departamento Administrativo Nacional de Estadística y es de 8,95% para todos los años. El Impuesto de Renta es del 33,00%, el IVA es del 19% para el primer año y para los años posteriores, así mismo, el ICA del 0,0088% y la reserva legal del 10%.

Tabla 6. Parámetros económicos

BAR DE OXIGENO					
PARÁMETROS ECONÓMICOS					
ECONÓMICOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Inflación (IPC)	4,62%	3,38%	3,38%	3,38%	3,38%
TRM (\$/U\$\$)	3045,55	3073,33	3073,33	3073,33	3073,33
VARIACION % TRM	1,49%	0,91%	0,00%	0,00%	0,00%
% Incremento en precios	4,62%	3,38%	3,38%	3,38%	3,38%
% Incremento en costos	4,62%	3,38%	3,38%	3,38%	3,38%
% Incremento en productos	8,95%	8,95%	8,95%	8,95%	8,95%
ICA (tarifa x mil)	0,0088	0,0088	0,0088	0,0088	0,0088
IVA	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%	19,00%
Impuesto de renta	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%	33,00%
Reserva legal	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%	10,00%
TRM (\$/U\$\$)2016	3.000,71				

Fuente: Elaboración propia

5.6.2 Parámetros laborales. En los parámetros laborales se encuentra el salario mínimo mensual legal vigente establecido por el ministerio de trabajo el cual es de \$737.717, cifra fijada con el IPC del año 1. También se expone el auxilio de transporte para los colaboradores con sueldo menor a dos salarios mínimos que es de \$86.981. Por otro lado, se determinan los parafiscales iniciando con las cesantías que representan el 8,33%, los intereses de cesantías del 1%, la prima correspondiente a 8,33%, vacaciones 4,17%, pensión 12%, ARL 0,5226% y Caja de compensación del 4%.

Tabla 7. Parámetros laborales

LABORALES	
SMMLV	737.717
Auxilio de transporte	86.981
Cesantías	8,33%
Intereses a las Cesantías	1,00%
Primas	8,33%
Vacaciones	4,17%
Pensiones	12,00%
Salud	0,00%
ARL	0,5226%
Caja de Compensación	4,00%
ICBF	0,00%
SENA	0,00%

Fuente: Elaboración propia

5.6.3 Cargos y salarios. Aquí se discrimina el número de colaboradores a contratar el cual es de tres (3) personas y el sueldo estipulado a pagar a cada uno de acuerdo al cargo que desempeña.

Tabla 8. Cargos y salarios

CARGO	CANTIDAD	SALARIO
Administrador	900.000	ADMINISTRACIÓN
Enfermera 1	771.800	PRODUCCIÓN
Enfermera 2	771.800	

Fuente: Elaboración propia

5.7 PROYECCIÓN GASTOS GENERALES DE VENTAS, ADMINISTRACIÓN Y PRODUCCIÓN

Este comprende los gastos relacionados al área administrativa, de ventas y operativa que van a permitir la óptima creación de un bar de oxígeno en la comuna 17 de la ciudad Santiago de Cali, así mismo, los gastos que se originan en el área vinculada de manera directa con la producción.

Los gastos de administración y ventas se proyectan desde el año 1 hasta el año 5, para obtener el primer año se proyectan inicialmente mes a mes (ver tabla 9).

Tabla 9. Proyección de gastos

BAR DE OXIGENO GASTOS EN PESOS																	
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Arrendamiento	125.544	125.544	125.544	125.544	125.544	125.544	125.544	125.544	125.544	125.544	125.544	125.544	1.506.528	1.557.449	1.610.090	1.664.511	1.720.772
Servicios Públicos (Energía, agua y alcantarillado)	23.016	23.016	23.016	23.016	23.016	23.016	23.016	23.016	23.016	23.016	23.016	23.016	276.197	285.532	295.183	305.160	315.475
Servicio de Teléfono e Internet	58.587	58.587	58.587	58.587	58.587	58.587	58.587	58.587	58.587	58.587	58.587	58.587	703.046	726.809	751.376	776.772	803.027
INSUMOS DE PAPELERÍA																	
Resmas de Papel	7.323	0	0	0	0	0	0	7.323	0	0	0	0	14.647	15.142	15.654	16.183	16.730
Lapiceros (Caja x 12)	3.505	0	0	0	3.505	0	0	0	3.505	0	0	0	10.514	10.870	11.237	11.617	12.010
Recarga Tinta de Impresora	15.693	0	0	0	0	0	15.693	0	0	0	0	0	31.386	32.447	33.544	34.677	35.849
IMPLEMENTOS DE ASEO Y CAFETERIA																	
Jabón en polvo (Bolsa x 1,5 Kg)	6.068	0	6.068	0	6.068	0	6.068	0	6.068	0	6.068	0	36.408	37.638	38.911	40.226	41.585
Límpido (1 Litro)	1.831	1.831	1.831	1.831	1.831	1.831	1.831	1.831	1.831	1.831	1.831	1.831	21.970	22.713	23.480	24.274	25.095
Jabón Líquido Manos (1 Litro)	15.693	0	0	0	0	0	15.693	0	0	0	0	0	31.386	32.447	33.544	34.677	35.849
Papel Higiénico (Paq. X 12 unid.)	15.170	0	0	0	0	0	15.170	0	0	0	0	0	30.340	31.365	32.425	33.521	34.654
Bolsa de Basura (Paq. X 30)	8.788	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8.788	9.085	9.392	9.710	10.038
Vasos Desechables	11.508	0	11.508	0	11.508	0	11.508	0	11.508	0	11.508	0	69.049	71.383	73.796	76.290	78.869
Ambientador (1 Galón)	21.970	21.970	21.970	21.970	21.970	21.970	21.970	21.970	21.970	21.970	21.970	21.970	263.642	272.554	281.766	291.290	301.135
Café (Bolsa x kilos)	21.970	0	0	0	0	0	0	21.970	0	0	0	0	43.940	45.426	46.961	48.548	50.189
Azúcar (Bolsas x 100 unid.)	21.970	0	0	0	0	21.970	0	0	0	0	0	0	43.940	45.426	46.961	48.548	50.189
Servilletas (Paq. X 100 unid.)	21.970	0	0	0	0	0	0	0	21.970	0	0	0	43.940	45.426	46.961	48.548	50.189
HONORARIOS																	
Contador	308.106	308.106	308.106	308.106	308.106	308.106	308.106	308.106	308.106	308.106	308.106	308.106	3.697.271	3.822.239	3.951.430	4.084.989	4.223.061
TOTAL GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	688.713	539.055	556.631	539.055	560.135	561.025	603.187	568.348	582.106	539.055	556.631	539.055	6.832.994	7.063.949	7.302.710	7.549.542	7.804.717
GASTOS DE VENTAS																	
Publicidad en Prensa ADN	0	0	43.836	0	0	0	43.836	0	0	0	43.836	0	87.672	90.635	93.698	96.865	100.139
Publicidad en Prensa El País	23.297	0	0	0	23.297	0	0	0	23.297	0	0	23.297	69.890	72.253	74.695	77.219	79.829
TOTAL GASTOS DE VENTAS	23.297	0	43.836	0	23.297	0	43.836	0	23.297	0	43.836	23.297	157.562	162.887	168.393	174.085	179.969
TOTAL GASTOS DE DEPRECIACIÓN	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	1.642.000	1.642.000	1.642.000	942.000	942.000
TOTAL GASTOS DIFERIDOS	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	2.871.000	392.844	406.122	419.849	434.040
TOTAL GASTOS ESTADO DE RESULTADOS	1.088.094	915.138	976.550	915.138	959.516	937.108	1.023.106	944.431	981.486	915.138	976.550	938.435	11.503.556	9.261.680	9.519.226	9.085.476	9.360.725
TOTAL GASTOS FLUJO DE CAJA	712.010	539.055	600.466	539.055	583.432	561.025	647.022	568.348	605.402	539.055	600.466	562.351	6.990.556	7.226.836	7.471.104	7.723.627	7.984.685

Fuente: Elaboración propia

5.8 PROYECCIÓN DE NÓMINA

5.8.1 Nómina administrativa. Son cargos desarrollados para el funcionamiento óptimo de las áreas administrativas de la unidad de negocio, la proyección de los gastos de nómina está representada en el salario del administrador con las prestaciones sociales y parafiscales de ley. (Ver tabla 10)

Tabla 10. Nómina de administración y ventas

BAR DE OXIGENO																		
NÓMINA DE ADMINISTRACIÓN EN PESOS																		
CARGO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Administrador	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	10.800.000	11.165.040	11.542.418	11.932.552	12.335.872	
TOTAL	900.000	10.800.000	11.165.040	11.542.418	11.932.552	12.335.872												
DATOS QUE VAN AL ESTADO DE RESULTADOS																		
No. Personas Aux. Transp.	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1						
SALARIOS	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	10.800.000	11.165.040	11.542.418	11.932.552	12.335.872	
Auxilio de transporte	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	1.043.773	1.079.052	1.115.524	1.153.229	1.192.208	
Cesantías	82.248	82.248	82.248	82.248	82.248	82.248	82.248	82.248	82.248	82.248	82.248	82.248	986.981	1.020.341	1.054.829	1.090.482	1.127.340	
Intereses a las Cesantías	9.870	9.870	9.870	9.870	9.870	9.870	9.870	9.870	9.870	9.870	9.870	9.870	118.438	122.441	126.579	130.858	135.281	
Primas	82.216	82.216	82.216	82.216	82.216	82.216	82.216	82.216	82.216	82.216	82.216	82.216	986.586	1.019.933	1.054.407	1.090.046	1.126.889	
Vacaciones	37.499	37.499	37.499	37.499	37.499	37.499	37.499	37.499	37.499	37.499	37.499	37.499	449.993	465.203	480.926	497.182	513.986	
Pensiones	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	1.296.000	1.339.805	1.385.090	1.431.906	1.480.305	
Salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ARL	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	56.441	58.348	60.321	62.360	64.467	
Caja de Compensación	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	432.000	446.602	461.697	477.302	493.435	
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	1.347.518	16.170.211	16.716.765	17.281.791	17.865.916	18.469.784												
DATOS QUE VAN AL FLUJO DE CAJA																		
SALARIOS	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	900.000	10.800.000	11.165.040	11.542.418	11.932.552	12.335.872	
Auxilio de transporte	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	86.981	1.043.773	1.079.052	1.115.524	1.153.229	1.192.208	
Cesantías													0	986.981	1.020.341	1.054.829	1.090.482	
Intereses a las Cesantías													0	118.438	122.441	126.579	130.858	
Primas						493.293							493.293	986.586	1.019.933	1.054.407	1.090.046	
Vacaciones						224.996							224.996	449.993	465.203	480.926	497.182	
Pensiones	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	108.000	1.296.000	1.339.805	1.385.090	1.431.906	1.480.305	
Salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ARL	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	4.703	56.441	58.348	60.321	62.360	64.467	
Caja de Compensación	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	36.000	432.000	446.602	461.697	477.302	493.435	
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.853.974	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.853.974	15.064.793	16.679.401	17.243.165	17.825.984	18.428.503

Fuente: Elaboración propia

5.8.2 Nómina producción. Esta proyección de nómina de producción es necesaria para el funcionamiento normal operativo, está representado en el salario de las dos enfermeras con las respectivas, prestaciones sociales y parafiscales de ley (ver tabla 11).

Tabla 11. Nómina de producción

BAR DE OXIGENO NÓMINA PRODUCCIÓN EN PESOS																		
CARGO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	
Enfermera 1	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	9.261.594	9.574.636	9.898.259	10.232.820	10.578.689	
Enfermera 2	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	771.800	9.261.594	9.574.636	9.898.259	10.232.820	10.578.689	
TOTAL	1.543.599	18.523.189	19.149.272	19.796.518	20.465.640	21.157.379												
DATOS QUE VAN AL ESTADO DE RESULTADOS																		
No. Personas Aux. Transp.	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
SALARIOS	1.543.599	18.523.189	19.149.272	19.796.518	20.465.640	21.157.379												
Auxilio de transporte	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	2.087.546	2.158.105	2.231.049	2.306.458	2.384.416	
Cesantías	143.130	143.130	143.130	143.130	143.130	143.130	143.130	143.130	143.130	143.130	143.130	143.130	1.717.561	1.775.615	1.835.631	1.897.675	1.961.816	
Intereses a las Cesantías	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	17.176	206.107	213.074	220.276	227.721	235.418	
Primas	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	143.073	1.716.874	1.774.905	1.834.896	1.896.916	1.961.032	
Vacaciones	64.316	64.316	64.316	64.316	64.316	64.316	64.316	64.316	64.316	64.316	64.316	64.316	771.787	797.874	824.842	852.721	881.543	
Pensiones	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	2.222.783	2.297.913	2.375.582	2.455.877	2.538.885	
Salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ARL	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	96.802	100.074	103.457	106.953	110.568	
Caja de Compensación	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	740.928	765.971	791.861	818.626	846.295	
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	2.340.298	28.083.576	29.032.801	30.014.110	31.028.587	32.077.353												
DATOS QUE VAN AL FLUJO DE CAJA																		
SALARIOS	1.543.599	18.523.189	19.149.272	19.796.518	20.465.640	21.157.379												
Auxilio de transporte	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	173.962	2.087.546	2.158.105	2.231.049	2.306.458	2.384.416	
Cesantías													0	1.717.561	1.775.615	1.835.631	1.897.675	
Intereses a las Cesantías													0	206.107	213.074	220.276	227.721	
Primas						858.437							858.437	1.716.874	1.774.905	1.834.896	1.896.916	
Vacaciones						385.894							385.894	771.787	797.874	824.842	852.721	
Pensiones	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	185.232	2.222.783	2.297.913	2.375.582	2.455.877	2.538.885	
Salud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
ARL	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	8.067	96.802	100.074	103.457	106.953	110.568	
Caja de Compensación	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	61.744	740.928	765.971	791.861	818.626	846.295	
ICBF	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
SENA	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
TOTAL	1.972.604	1.972.604	1.972.604	1.972.604	1.972.604	3.216.935	1.972.604	1.972.604	1.972.604	1.972.604	1.972.604	1.972.604	3.216.935	26.159.908	28.967.781	29.946.892	30.959.097	32.005.515

Fuente: Elaboración propia

5.9 PROYECCIÓN VENTAS, COSTOS UNITARIOS, COSTOS TOTALES, PRECIOS DE VENTA Y VENTAS TOTALES EN PESOS

5.9.1 Proyección de ventas. En la siguiente tabla se toman en cuenta los servicios a prestar durante el desarrollo del proyecto estableciendo el porcentaje de unidades de servicio según la demanda estimada.

Tabla 12. Proyección de ventas

BAR DE OXIGENO VENTAS Y COSTOS EN PESOS																	
PRODUCTO	UNIDADES												AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC					
Dosis de oxigeno con fragancia de limon	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	42	506	523	541	559	578
Dosis de oxigeno con fragancia de menta	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	34	402	416	430	444	459
Dosis de oxigeno con fragancia de eucalipto	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	31	370	382	395	409	422
Dosis de oxigeno con fragancia de geranio	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	38	461	476	492	509	526
Dosis de oxigeno con fragancia de lavanda	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	18	221	228	236	244	252
Dosis de oxigeno con fragancia de colageno	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	37	441	456	471	487	504
TOTAL	200	2.400	2.481	2.565	2.652	2.741											

Fuente: Elaboración propia

5.9.2 Costos unitarios. En el siguiente cuadro se representa el costo mensual de prestación del servicio por la utilización de materiales, mano de obra directa y los costos indirectos de prestación del servicio. Se tiene en cuenta la materia prima que se requiere para la prestación de los diversos servicios que se manejaran en la empresa.

Tabla 13. Costos unitarios

COSTOS UNITARIOS																	
Dosis de oxigeno con fragancia de limon	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.907	10.242	10.588	10.946
Dosis de oxigeno con fragancia de menta	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.583	9.907	10.242	10.588	10.946
Dosis de oxigeno con fragancia de eucalipto	9.333	9.333	9.333	9.333	9.333	9.333	9.333	9.333	9.333	9.333	9.333	9.333	9.333	9.648	9.974	10.311	10.660
Dosis de oxigeno con fragancia de geranio	9.708	9.708	9.708	9.708	9.708	9.708	9.708	9.708	9.708	9.708	9.708	9.708	9.708	10.036	10.375	10.726	11.088
Dosis de oxigeno con fragancia de lavanda	9.893	9.893	9.893	9.893	9.893	9.893	9.893	9.893	9.893	9.893	9.893	9.893	9.893	10.227	10.573	10.930	11.300
Dosis de oxigeno con fragancia de colageno	9.858	9.858	9.858	9.858	9.858	9.858	9.858	9.858	9.858	9.858	9.858	9.858	9.858	10.191	10.535	10.892	11.260

Fuente: Elaboración propia

5.9.3 Costos totales. En la siguiente tabla se representa el costo total mensual y anual de prestación del servicio por el número de servicios prestados en cada periodo.

Tabla 14. Costos totales

COSTOS TOTALES																	
PRODUCTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Dosis de oxigeno con fragancia de limon	404.032	404.032	404.032	404.032	404.032	404.032	404.032	404.032	404.032	404.032	404.032	404.032	4.848.388	5.181.678	5.537.879	5.918.566	6.325.423
Dosis de oxigeno con fragancia de menta	321.154	321.154	321.154	321.154	321.154	321.154	321.154	321.154	321.154	321.154	321.154	321.154	3.853.847	4.118.770	4.401.904	4.704.501	5.027.900
Dosis de oxigeno con fragancia de eucalipto	287.552	287.552	287.552	287.552	287.552	287.552	287.552	287.552	287.552	287.552	287.552	287.552	3.450.620	3.687.824	3.941.334	4.212.271	4.501.833
Dosis de oxigeno con fragancia de geranio	372.570	372.570	372.570	372.570	372.570	372.570	372.570	372.570	372.570	372.570	372.570	372.570	4.470.844	4.778.181	5.106.644	5.457.688	5.832.862
Dosis de oxigeno con fragancia de lavanda	181.814	181.814	181.814	181.814	181.814	181.814	181.814	181.814	181.814	181.814	181.814	181.814	2.181.768	2.331.748	2.492.038	2.663.346	2.846.431
Dosis de oxigeno con fragancia de colageno	362.341	362.341	362.341	362.341	362.341	362.341	362.341	362.341	362.341	362.341	362.341	362.341	4.348.097	4.646.996	4.966.442	5.307.847	5.672.722
TOTAL	1.929.464	23.153.563	24.745.196	26.446.241	28.264.220	30.207.172											

Fuente: Elaboración propia

5.9.4 Precios de venta. En la siguiente tabla se representan los precios de venta mensual y anual de cada uno de los servicios a ofrecer.

Tabla 15. Precios de venta

PRECIOS DE VENTA																	
Dosis de oxígeno con fragancia de limón	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	21.002	21.712	22.446	23.205
Dosis de oxígeno con fragancia de menta	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	20.316	21.002	21.712	22.446	23.205
Dosis de oxígeno con fragancia de eucalipto	19.786	19.786	19.786	19.786	19.786	19.786	19.786	19.786	19.786	19.786	19.786	19.786	19.786	20.454	21.146	21.860	22.599
Dosis de oxígeno con fragancia de geranio	20.581	20.581	20.581	20.581	20.581	20.581	20.581	20.581	20.581	20.581	20.581	20.581	20.581	21.276	21.995	22.739	23.507
Dosis de oxígeno con fragancia de lavanda	20.973	20.973	20.973	20.973	20.973	20.973	20.973	20.973	20.973	20.973	20.973	20.973	20.973	21.682	22.414	23.172	23.955
Dosis de oxígeno con fragancia de colágeno	20.899	20.899	20.899	20.899	20.899	20.899	20.899	20.899	20.899	20.899	20.899	20.899	20.899	21.605	22.335	23.090	23.870

Fuente: Elaboración propia

5.9.5 Ventas totales. En la siguiente tabla se representan las ventas mensuales y anuales de cada una de las líneas de servicio.

Tabla 16. Ventas totales

VENTAS TOTALES																	
PRODUCTO	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Dosis de oxígeno con fragancia de limón	856.549	856.549	856.549	856.549	856.549	856.549	856.549	856.549	856.549	856.549	856.549	856.549	10.278.582	10.985.157	11.740.304	12.547.361	13.409.897
Dosis de oxígeno con fragancia de menta	680.846	680.846	680.846	680.846	680.846	680.846	680.846	680.846	680.846	680.846	680.846	680.846	8.170.155	8.731.791	9.332.036	9.973.543	10.659.149
Dosis de oxígeno con fragancia de eucalipto	609.610	609.610	609.610	609.610	609.610	609.610	609.610	609.610	609.610	609.610	609.610	609.610	7.315.314	7.818.187	8.355.628	8.930.014	9.543.885
Dosis de oxígeno con fragancia de geranio	789.849	789.849	789.849	789.849	789.849	789.849	789.849	789.849	789.849	789.849	789.849	789.849	9.478.189	10.129.743	10.826.086	11.570.298	12.365.668
Dosis de oxígeno con fragancia de lavanda	385.446	385.446	385.446	385.446	385.446	385.446	385.446	385.446	385.446	385.446	385.446	385.446	4.625.347	4.943.305	5.283.120	5.646.294	6.034.434
Dosis de oxígeno con fragancia de colágeno	768.164	768.164	768.164	768.164	768.164	768.164	768.164	768.164	768.164	768.164	768.164	768.164	9.217.966	9.851.632	10.528.857	11.252.636	12.026.170
TOTAL	4.090.463	49.085.554	52.459.815	56.066.031	59.920.147	64.039.204											

Fuente: Elaboración propia

5.10 CALCULO DE IVA EN PESOS

El cálculo del IVA se efectúa sobre el total de ventas realizadas, este es del 19%.

Tabla 17. Cálculo de IVA en pesos

BAR DE OXIGENO IVA EN PESOS																		
ÍTEM	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6
IVA Cobrado	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	9.326.255	9.967.365	10.652.546	11.384.828	12.167.449	
IVA Pagado	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	1.842.018	2.042.192	2.271.781	2.536.177	2.841.886	
IVA Causado	623.686	623.686	623.686	623.686	623.686	623.686	623.686	623.686	623.686	623.686	623.686	623.686	7.484.237	7.925.173	8.380.765	8.848.651	9.325.563	
IVA al Flujo de Caja					2.494.746				2.494.746				4.989.491	5.283.449	5.587.177	5.899.101	6.217.042	
IVA Año siguiente													0	2.494.746	2.641.724	2.793.588	2.949.550	3.108.521
IVA TOTAL FLUJO DE CAJA	0	0	0	0	2.494.746	0	0	0	2.494.746	0	0	0	4.989.491	7.778.194	8.228.901	8.692.689	9.166.592	3.108.521

Meses Año	12
IVA pagado por año	8
IVA por pagar por año	4

Fuente: Elaboración propia

5.11 CALCULO DE RECAUDOS Y PAGOS

Se determinó una política de pagos y recaudos del 100% de contado con la posibilidad de manejar un 0% de estos movimientos a crédito.

Tabla 18. Calculo de recaudos

BAR DE OXIGENO RECAUDOS EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Contado	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	49.085.554	52.459.815	56.066.031	59.920.147	64.039.204
Crédito		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	4.090.463	49.085.554	52.459.815	56.066.031	59.920.147	64.039.204											

Meses Año	12
Meses Pagados	11

Fuente: Elaboración propia

5.12 CALCULO DE PAGOS

La política de pagos adoptada es de un 0% a crédito y el restante 100% de contado.

Tabla 19. Calculo de pagos

BAR DE OXIGENO PAGOS EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Contado	807.903	807.903	807.903	807.903	807.903	807.903	807.903	807.903	807.903	807.903	807.903	807.903	9.694.832	#####	#####	#####	#####
Crédito		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	807.903	9.694.832	#####	#####	#####	#####											

Meses Año	12
Meses Pagados	11

Fuente: Elaboración propia

5.13 PROYECCIÓN ESTADOS DE RESULTADOS

A continuación, se presenta el estado financiero de la empresa en desarrollo en el cual se muestra detalladamente los ingresos, los gastos y la utilidad neta generada durante la proyección de cinco años perfilada.

5.13.1 Estado de resultados sin y con financiación.

Tabla 20. Estado de resultados sin financiación

BAR DE OXIGENO																	
ESTADO DE RESULTADOS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Ventas	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	49.085.554	52.459.815	56.066.031	59.920.147	64.039.204
Costos	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	23.153.563	24.745.196	26.446.241	28.264.220	30.207.172
UTILIDAD BRUTA	2.160.999	25.931.991	27.714.619	29.619.790	31.655.926	33.832.032											
EGRESOS																	
Nómina	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	16.170.211	16.716.765	17.281.791	17.865.916	18.469.784
Gastos de administración	688.713	539.055	556.631	539.055	560.135	561.025	603.187	568.348	582.106	539.055	556.631	539.055	6.832.994	7.063.949	7.302.710	7.549.542	7.804.717
Gastos de ventas	23.297	0	43.836	0	23.297	0	43.836	0	23.297	0	43.836	23.297	224.694	162.887	168.393	174.085	179.969
Depreciación	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	1.642.000	1.642.000	1.642.000	1.642.000	1.642.000
Diferidos	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	2.871.000	392.844	406.122	419.849	434.040
ICA	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	431.953	461.646	493.381	527.297	563.545
TOTAL EGRESOS	2.471.607	2.298.652	2.360.064	2.298.652	2.343.029	2.320.622	2.406.619	2.327.945	2.364.999	2.298.652	2.360.064	2.321.948	28.172.853	26.440.091	27.294.398	27.478.689	28.394.054
UTILIDAD OPERACIONAL	(310.608)	(137.652)	(199.064)	(137.652)	(182.030)	(159.623)	(245.620)	(166.946)	(204.000)	(137.652)	(199.064)	(160.949)	(2.240.862)	1.274.528	2.325.392	4.177.237	5.437.978
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financieros Préstamo																	0
Gastos financieros Leasing																	0
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	0	0	0	0	0												
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	(310.608)	(137.652)	(199.064)	(137.652)	(182.030)	(159.623)	(245.620)	(166.946)	(204.000)	(137.652)	(199.064)	(160.949)	(2.240.862)	1.274.528	2.325.392	4.177.237	5.437.978
Impuesto de Renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	420.594	767.379	1.378.488	1.794.533
UTILIDAD NETA	(310.608)	(137.652)	(199.064)	(137.652)	(182.030)	(159.623)	(245.620)	(166.946)	(204.000)	(137.652)	(199.064)	(160.949)	(2.240.862)	853.934	1.558.013	2.798.749	3.643.445
Reserva Legal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	85.393	155.801	279.875	364.345
UTILIDAD DEL EJERCICIO	(310.608)	(137.652)	(199.064)	(137.652)	(182.030)	(159.623)	(245.620)	(166.946)	(204.000)	(137.652)	(199.064)	(160.949)	(2.240.862)	768.540	1.402.211	2.518.874	3.279.101
Utilidad Acumulada														(2.240.862)	(1.472.321)	(70.110)	2.448.764
Reserva Legal Acumulada														0	85.393	241.195	521.070

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21. Estado de resultados con financiación

BAR DE OXIGENO																	
ESTADO DE RESULTADOS CON FINANCIACIÓN EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Ventas	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	49.085.554	52.459.815	56.066.031	59.920.147	64.039.204
Costos	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	23.153.563	24.745.196	26.446.241	28.264.220	30.207.172
UTILIDAD BRUTA	2.160.999	25.931.991	27.714.619	29.619.790	31.655.926	33.832.032											
EGRESOS																	
Nómina	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	1.347.518	16.170.211	16.716.765	17.281.791	17.865.916	18.469.784
Gastos de administración	688.713	539.055	556.631	539.055	560.135	561.025	603.187	568.348	582.106	539.055	556.631	539.055	6.832.994	7.063.949	7.302.710	7.549.542	7.804.717
Gastos de ventas	23.297	0	43.836	0	23.297	0	43.836	0	23.297	0	43.836	23.297	224.694	162.887	168.393	174.085	179.969
Depreciación	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	136.833	1.642.000	1.642.000	1.642.000	942.000	942.000
Diferidos	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	239.250	2.871.000	392.844	406.122	419.849	434.040
ICA	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	35.996	431.953	461.646	493.381	527.297	563.545
TOTAL EGRESOS	2.471.607	2.298.652	2.360.064	2.298.652	2.343.029	2.320.622	2.406.619	2.327.945	2.364.999	2.298.652	2.360.064	2.321.948	28.172.853	26.440.091	27.294.398	27.478.689	28.394.054
UTILIDAD OPERACIONAL	(310.608)	(137.652)	(199.064)	(137.652)	(182.030)	(159.623)	(245.620)	(166.946)	(204.000)	(137.652)	(199.064)	(160.949)	(2.240.862)	1.274.528	2.325.392	4.177.237	5.437.978
OTROS INGRESOS Y EGRESOS																	
Gastos financieros Préstamo	48.877	47.732	46.576	45.409	44.231	43.041	41.841	40.629	39.405	38.170	36.923	35.665	508.499	325.328	120.158	0	0
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL OTROS INGRESOS Y EGRESOS	48.877	47.732	46.576	45.409	44.231	43.041	41.841	40.629	39.405	38.170	36.923	35.665	508.499	325.328	120.158	0	0
UTILIDAD NETA ANTES DE IMPUESTOS	(359.485)	(185.384)	(245.640)	(183.061)	(226.261)	(202.664)	(287.461)	(207.575)	(243.406)	(175.822)	(235.988)	(196.614)	(2.749.360)	949.200	2.205.233	4.177.237	5.437.978
Impuesto de Renta	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	313.236	727.727	1.378.488	1.794.533
UTILIDAD NETA	(359.485)	(185.384)	(245.640)	(183.061)	(226.261)	(202.664)	(287.461)	(207.575)	(243.406)	(175.822)	(235.988)	(196.614)	(2.749.360)	635.964	1.477.506	2.798.749	3.643.445
Reserva Legal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	63.596	147.751	279.875	364.345
UTILIDAD DEL EJERCICIO	(359.485)	(185.384)	(245.640)	(183.061)	(226.261)	(202.664)	(287.461)	(207.575)	(243.406)	(175.822)	(235.988)	(196.614)	(2.749.360)	572.367	1.329.756	2.518.874	3.279.101
Utilidad Acumulada													(2.749.360)	(2.176.993)	(847.237)	1.671.637	4.950.738
Reserva Legal Acumulada													0	63.596	211.347	491.222	855.566

Fuente: Elaboración propia

5.14 FLUJOS DE CAJA EN PESOS

5.14.1 Flujo de caja sin financiación y con financiación. Los flujos de caja se entienden como la entrada o salida de caja o efectivo en un periodo determinado, lo cual constituye un indicador importante de la liquidez de una empresa.

Tabla 22. Flujo de caja sin financiación

BAR DE OXIGENO FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Recaudos	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	49.085.554	52.459.815	56.066.031	59.920.147	64.039.204
IVA Cobrado	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	9.326.255	9.967.365	10.652.546	11.384.828	12.167.449
TOTAL INGRESOS	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	58.411.810	62.427.180	66.718.577	71.304.974	76.206.652
EGRESOS																	
Nómina	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.853.974	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.853.974	15.064.793	16.679.401	17.243.165	17.825.984	18.428.503
Gastos de administración	688.713	539.055	556.631	539.055	560.135	561.025	603.187	568.348	582.106	539.055	556.631	539.055	6.832.994	7.063.949	7.302.710	7.549.542	7.804.717
Gastos de ventas	23.297	0	43.836	0	23.297	0	43.836	0	23.297	0	43.836	23.297	224.694	162.887	168.393	174.085	179.969
Pagos	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	23.153.563	24.745.196	26.446.241	28.264.220	30.207.172
IVA Pagado	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	1.842.018	2.042.192	2.271.781	2.536.177	2.841.886
IVA Total al Flujo de Caja	0	0	0	0	2.494.746	0	0	2.494.746	0	0	0	0	4.989.491	7.778.194	8.228.901	8.692.689	9.166.592
Seguros													0	392.844	406.122	419.849	434.040
ICA													0	431.953	461.646	493.381	527.297
Impuesto de Renta													0	0	420.594	767.379	1.378.488
TOTAL EGRESOS	3.930.660	3.757.704	3.819.116	3.757.704	6.296.828	4.497.964	3.865.672	3.786.998	6.318.798	3.757.704	3.819.116	4.499.290	52.107.554	59.296.617	62.949.554	66.723.306	70.968.663
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	936.991	1.109.947	1.048.535	1.109.947	#####	369.687	1.001.979	1.080.653	#####	1.109.947	1.048.535	368.360	6.304.256	3.130.563	3.769.022	4.581.668	5.237.989
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos financieros Préstamo													0				
Gastos financieros Leasing													0				
Amortización Préstamo													0				
Amortización Leasing													0				
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
FLUJO DE CAJA NETO	936.991	1.109.947	1.048.535	1.109.947	#####	369.687	1.001.979	1.080.653	#####	1.109.947	1.048.535	368.360	6.304.256	3.130.563	3.769.022	4.581.668	5.237.989
SALDO INICIAL DE CAJA	7.475.562	8.412.553	9.522.500	10.571.035	11.680.981	10.251.805	10.621.492	11.623.470	12.704.123	11.252.977	12.362.923	13.411.458	7.475.562	13.779.818	16.910.381	20.679.404	25.261.072
SALDO FINAL DE CAJA	8.412.553	9.522.500	10.571.035	11.680.981	10.251.805	10.621.492	11.623.470	12.704.123	11.252.977	12.362.923	13.411.458	13.779.818	13.779.818	16.910.381	20.679.404	25.261.072	30.499.061

FLUJO DE CAJA SIN FINANCIACIÓN						
EVALUACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA NETO	(17.156.562)	6.304.256	3.130.563	3.769.022	4.581.668	5.237.989
DTF (%)	6,48%					
SPREAD (%)	6,75%					
COSTO DE OPORTUNIDAD (%)	13,67%					
VPN (\$)	-1.115.880					
TIR (%)	10,87%					
B/C (veces)	0,93					

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23. Flujo de caja con financiación

BAR DE OXIGENO FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN EN PESOS																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS																	
Recaudos	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	4.090.463	49.085.554	52.459.815	56.066.031	59.920.147	64.039.204
IVA Cobrado	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	777.188	9.326.255	9.967.365	10.652.546	11.384.828	12.167.449
TOTAL INGRESOS	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	4.867.651	58.411.810	62.427.180	66.718.577	71.304.974	76.206.652
EGRESOS																	
Nómina	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.853.974	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.135.684	1.853.974	15.064.793	16.679.401	17.243.165	17.825.984	18.428.503
Gastos de administración	688.713	539.055	556.631	539.055	560.135	561.025	603.187	568.348	582.106	539.055	556.631	539.055	6.832.994	7.063.949	7.302.710	7.549.542	7.804.717
Gastos de ventas	23.297	0	43.836	0	23.297	0	43.836	0	23.297	0	43.836	23.297	224.694	162.887	168.393	174.085	179.969
Pagos	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	1.929.464	23.153.563	24.745.196	26.446.241	28.264.220	30.207.172
IVA Pagado	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	153.502	1.842.018	2.042.192	2.271.781	2.536.177	2.841.886
IVA Total al Flujo de Caja	0	0	0	0	2.494.746	0	0	0	2.494.746	0	0	0	4.989.491	7.778.194	8.228.901	8.692.689	9.166.592
Seguros													0	392.844	406.122	419.849	434.040
ICA													0	431.953	461.646	493.381	527.297
Impuesto de Renta													0	0	313.236	727.727	1.378.488
TOTAL EGRESOS	3.930.660	3.757.704	3.819.116	3.757.704	6.296.828	4.497.964	3.865.672	3.786.998	6.318.798	3.757.704	3.819.116	4.499.290	52.107.554	59.296.617	62.842.196	66.683.654	70.968.663
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	936.991	1.109.947	1.048.535	1.109.947	(1.429.177)	369.687	1.001.979	1.080.653	(1.451.147)	1.109.947	1.048.535	368.360	6.304.256	3.130.563	3.876.381	4.621.320	5.237.989
FLUJO DE CAJA FINANCIERO																	
Gastos financieros Préstamo	48.877	47.732	46.576	45.409	44.231	43.041	41.841	40.629	39.405	38.170	36.923	35.665	508.499	325.328	120.158		0
Gastos financieros Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Amortización Préstamo	120.594	121.739	122.895	124.062	125.240	126.430	127.630	128.842	130.066	131.301	132.548	133.806	1.525.152	1.708.323	1.913.493		0
Amortización Leasing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL FLUJO DE CAJA FINANCIERO	169.471	169.471	169.471	169.471	169.471	169.471	169.471	169.471	169.471	169.471	169.471	169.471	2.033.651	2.033.651	2.033.651	0	0
FLUJO DE CAJA NETO	767.520	940.476	879.064	940.476	(1.598.648)	200.216	832.508	911.182	(1.620.618)	940.476	879.064	198.889	4.270.604	1.096.912	1.842.729	4.621.320	5.237.989
SALDO INICIAL DE CAJA	7.475.562	8.243.082	9.183.558	10.062.622	11.003.098	9.404.450	9.604.666	10.437.174	11.348.356	9.727.738	10.668.214	11.547.277	7.475.562	11.746.167	12.843.079	14.685.808	19.307.128
SALDO FINAL DE CAJA	8.243.082	9.183.558	10.062.622	11.003.098	9.404.450	9.604.666	10.437.174	11.348.356	9.727.738	10.668.214	11.547.277	11.746.167	11.746.167	12.843.079	14.685.808	19.307.128	24.545.117

FLUJO DE CAJA CON FINANCIACIÓN						
EVALUACIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA NETO	(12.009.594)	4.270.604	1.096.912	1.842.729	4.621.320	5.237.989
DTF (%)	6,48%					
SPREAD (%)	6,75%					
COSTO DE OPORTUNIDAD (%)	13,67%					
VPN (\$)	(619.922)					
TIR (%)	11,69%					
B/C (veces)	0,95					

Fuente: Elaboración propia

5.15 BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN Y CON FINANCIACIÓN

5.15.1 Balance general proyectado sin financiación. Este balance muestra la situación económica de la empresa proyectado a cinco años sin incurrir en el préstamo bancario.

Tabla 24. Balance general proyectado sin financiación

BAR DE OXIGENO BALANCE GENERAL PROYECTADO SIN FINANCIACIÓN EN PESOS						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja Bancos	7.475.562	13.779.818	16.910.381	20.679.404	25.261.072	30.499.061
C x C	0	0	0	0	0	0
Inventario	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	7.475.562	13.779.818	16.910.381	20.679.404	25.261.072	30.499.061
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
Muebles y Enseres	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000
Equipos de Cómputo y Comunicación	1.780.000	1.780.000	1.780.000	1.780.000	1.780.000	1.780.000
Maquinaria y equipos	2.930.000	2.930.000	2.930.000	2.930.000	2.930.000	2.930.000
(-) Depreciación Acumulada		1.642.000	3.284.000	4.926.000	5.868.000	6.810.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	6.810.000	5.168.000	3.526.000	1.884.000	942.000	0
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	2.871.000	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2.871.000	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	9.681.000	5.168.000	3.526.000	1.884.000	942.000	0
TOTAL ACTIVOS	17.156.562	18.947.818	20.436.381	22.563.404	26.203.072	30.499.061
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
C x P	0	0	0	0	0	0
Cesantías x pagar	0	986.981	1.020.341	1.054.829	1.090.482	1.127.340
Interés a las cesantías x pagar	0	118.438	122.441	126.579	130.858	135.281
Impuesto de Renta x pagar	0	0	420.594	767.379	1.378.488	1.794.533
IVA x pagar	0	2.494.746	2.641.724	2.793.588	2.949.550	3.108.521
ICA x pagar	0	431.953	461.646	493.381	527.297	563.545
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	4.032.117	4.666.747	5.235.757	6.076.676	6.729.219
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones Financieras	0					
Leasing Financiero	0					
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS	0	4.032.117	4.666.747	5.235.757	6.076.676	6.729.219
PATRIMONIO						
Capital Social	17.156.562	17.156.562	17.156.562	17.156.562	17.156.562	17.156.562
Utilidad Acumulada	0	(2.240.862)	(1.472.321)	-70.110	2.448.764	5.727.865
Reserva Legal Acumulada	0	0	85.393	241.195	521.070	885.414
TOTAL PATRIMONIO	17.156.562	14.915.701	15.769.634	17.327.647	20.126.396	23.769.841
PASIVOS + PATRIMONIO	17.156.562	18.947.818	20.436.381	22.563.404	26.203.072	30.499.061
	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

5.15.2 Balance general proyectado con financiación. Este balance muestra la situación económica de la empresa proyectado a cinco años accediendo a un préstamo libre inversión con el banco de Bogotá.

Tabla 25. Balance general proyectado con financiación

BAR DE OXIGENO						
BALANCE GENERAL PROYECTADO CON FINANCIACIÓN EN PESOS						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS						
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja Bancos	7.475.562	11.746.167	12.843.079	14.685.808	19.307.128	24.545.117
C x C	0	0	0	0	0	0
Inventario	0	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	7.475.562	11.746.167	12.843.079	14.685.808	19.307.128	24.545.117
ACTIVOS NO CORRIENTES						
ACTIVOS FIJOS						
Muebles y Enseres	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000
Equipos de Cómputo y Comunicación	1.780.000	1.780.000	1.780.000	1.780.000	1.780.000	1.780.000
Maquinaria y equipos	2.930.000	2.930.000	2.930.000	2.930.000	2.930.000	2.930.000
(-) Depreciación Acumulada		1.642.000	3.284.000	4.926.000	5.868.000	6.810.000
TOTAL ACTIVOS FIJOS	6.810.000	5.168.000	3.526.000	1.884.000	942.000	0
ACTIVOS DIFERIDOS						
Diferidos	2.871.000	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	2.871.000	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	9.681.000	5.168.000	3.526.000	1.884.000	942.000	0
TOTAL ACTIVOS	17.156.562	16.914.167	16.369.079	16.569.808	20.249.128	24.545.117
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
C x P	0	0	0	0	0	0
Cesantías x pagar	0	986.981	1.020.341	1.054.829	1.090.482	1.127.340
Interés a las cesantías x pagar	0	118.438	122.441	126.579	130.858	135.281
Impuesto de Renta x pagar	0	0	313.236	727.727	1.378.488	1.794.533
IVA x pagar	0	2.494.746	2.641.724	2.793.588	2.949.550	3.108.521
ICA x pagar	0	431.953	461.646	493.381	527.297	563.545
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	0	4.032.117	4.559.389	5.196.104	6.076.676	6.729.219
PASIVOS NO CORRIENTES						
Obligaciones Financieras	5.146.969	3.621.816	1.913.493	0		
Leasing Financiero	0	0	0	0	0	0
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	5.146.969	3.621.816	1.913.493	0	0	0
TOTAL PASIVOS	5.146.969	7.653.934	6.472.882	5.196.104	6.076.676	6.729.219
PATRIMONIO						
Capital Social	12.009.594	12.009.594	12.009.594	12.009.594	12.009.594	12.009.594
Utilidad Acumulada	0	(2.749.360)	(2.176.993)	-847.237	1.671.637	4.950.738
Reserva Legal Acumulada	0	0	63.596	211.347	491.222	855.566
TOTAL PATRIMONIO	12.009.594	9.260.233	9.896.197	11.373.704	14.172.453	17.815.898
PASIVOS + PATRIMONIO	17.156.562	16.914.167	16.369.079	16.569.808	20.249.128	24.545.117
	0	0	0	0	0	0

Fuente: Elaboración propia

5.16 RAZONES FINANCIERAS ESTADOS FINANCIEROS CON Y SIN FINANCIACIÓN

5.16.1 Razones financieras estados financieros sin financiación. A

continuación, se exponen las variables de las razones financieras de la empresa, en la que se enfatiza en el capital de trabajo obtenido si se decide liquidar la empresa en cualquiera de los periodos expuestos, este está expresado en pesos y representa un crecimiento año a año, lo cual es positivo para la empresa este en año uno (1) es de \$9.747.701 y en año cinco (5) de \$ 23.769.841. Así mismo, la razón corriente expuesta en año uno (1) de 3,42 es positiva e indica el número de veces que retorna a los socios su inversión por cada peso destinado para el montaje de la empresa en año cinco (5) esta es de 4,53 lo que lleva a inferir que tiene un comportamiento positivo que garantiza la liquidez de la empresa.

Tabla 26. Razones financieras estados financieros sin financiación

BAR DE OXIGENO					
RAZONES FINANCIERAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS SIN FINANCIACIÓN EN PESOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital de Trabajo Neto	9.747.701	12.243.634	15.443.647	19.184.396	23.769.841
Razón Corriente	3,42	3,62	3,95	4,16	4,53
Prueba Ácida	3,42	3,62	3,95	4,16	4,53
Endeudamiento	21,28%	22,84%	23,20%	23,19%	22,06%
Rendimiento sobre Activos	(11,83%)	3,76%	6,21%	9,61%	10,75%
Rendimiento sobre Patrimonio	(15,02%)	4,87%	8,09%	12,52%	13,80%
Margen Bruto	52,83%	52,83%	52,83%	52,83%	52,83%
Margen Operacional	(4,57%)	2,43%	4,15%	6,97%	8,49%
Margen Neto	(4,57%)	1,63%	2,78%	4,67%	5,69%

El cuadro muestra un aumento considerable en el capital de trabajo

Fuente: Elaboración propia

5.16.2 Razones financieras estados financieros con financiación. A

continuación, se exponen las variables de las razones financieras de la empresa, en la que se enfatiza en el capital de trabajo obtenido si se decide liquidar la empresa en cualquiera de los periodos expuestos, este está expresado en pesos y representa un crecimiento año a año, lo cual es positivo para la empresa este en año uno (1) es de \$7.714.049 y en año cinco (5) de \$ 17.815.898. Así mismo, la razón corriente expuesta en año uno (1) de 2,91 es positiva e indica el número de veces que retorna a los socios su inversión por cada peso destinado para el montaje de la empresa en año cinco (5) esta es de 3,65 lo que lleva a inferir que tiene un comportamiento positivo que garantiza la liquidez de la empresa.

Tabla 27. Razones financieras estados financieros con financiación

BAR DE OXIGENO					
RAZONES FINANCIERAS DE LOS ESTADOS FINANCIEROS CON FINANCIACIÓN EN PESOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Capital de Trabajo Neto	7.714.049	8.283.690	9.489.704	13.230.453	17.815.898
Razón Corriente	2,91	2,82	2,83	3,18	3,65
Prueba Ácida	2,91	2,82	2,83	3,18	3,65
Endeudamiento	45,25%	39,54%	31,36%	30,01%	27,42%
Rendimiento sobre Activos	(16,25%)	3,50%	8,03%	12,44%	13,36%
Rendimiento sobre Patrimonio	(29,69%)	5,78%	11,69%	17,77%	18,41%
Margen Bruto	52,83%	52,83%	52,83%	52,83%	52,83%
Margen Operacional	(4,57%)	2,43%	4,15%	6,97%	8,49%
Margen Neto	(5,60%)	1,21%	2,64%	4,67%	5,69%

Los cuadros muestran que con financiación el capital de trabajo aumenta,

Fuente: Elaboración propia

5.17 PUNTO DE EQUILIBRIO

A continuación, se refleja el punto de equilibrio de la empresa, cabe resaltar que el resultado obtenido se interpreta en unidades de servicio necesarias para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias, si las ventas del

negocio están por debajo de esta cantidad la empresa pierde y por arriba de la cifra mencionada son utilidades para la misma.

Tabla 28. Punto de equilibrio

BAR DE OXIGENO PUNTO DE EQUILIBRIO																	
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Punto de equilibrio ERSF	194	178	184	178	182	180	188	181	184	178	184	180	2.190	2.223	2.253	2.303	2.335
Punto de equilibrio ERCF	198	182	188	182	186	184	192	184	188	181	187	183	2.237	2.242	2.260	2.303	2.335

Este se representa por el nivel de ingresos por ventas que se deben realizar para que la empresa no obtenga utilidades ni pérdidas en su ejecución, es decir, que los montos de ingresos se igualen a los costos en ese periodo.

Fuente: Elaboración propia

5.18 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

A continuación, se sustenta el porcentaje en el que, al disminuir el margen de utilidad en cada uno de los servicios a ofrecer se comienza a obtener un comportamiento negativo en el VPN o valor presente neto, en la TIR o tasa interna de retorno y en el B/C o beneficio costo, lo cual se refleja en pérdidas para el funcionamiento óptimo de la organización. En el caso de la empresa en estudio, este se presenta a partir del 18% de disminución en cada línea de producto.

Tabla 29. Análisis de sensibilidad

BAR DE OXIGENO ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD DISMINUCIÓN MÁRGEN EN 18% DE 130% A 112%				
	FLUJO DE CAJA SIN FIN.		FLUJO CAJA CON FIN.	
	VALOR ORIGINAL	VALOR MODIFICADO	VALOR ORIGINAL	VALOR MODIFICADO
VPN (\$)	(1.115.880)	(1.115.880)	(619.922)	(619.922)
TIR (%)	10,87%	10,87%	11,69%	11,69%
B/C (Veces)	0,93	0,93	0,95	0,95

El análisis de sensibilidad describe que pasa con las variables de evaluación financiera cuando se modifica una cifra contenida en los parámetros. Los instrumentos evaluados son la TIR, el VPN y la B/C y la variable afectada es el margen bruto que pasa de 10.87% al 11.69%.

El Valor Presente Neto es mayor con financiación así mismo la Tasa Interna de Retorno y la relación Beneficio/Costo

Fuente: Elaboración propia

6 CONCLUSIONES

Para la comunidad de la comuna 17 del municipio de Cali les causó sorpresa las preguntas de las encuestas que los integrantes del grupo investigador hacían sobre este tipo de negocio en el sector.

Es un tipo de negocio innovador, por tanto se presenta la gran oportunidad de entrar al mercado ofertando servicios atractivos para el sector de la salud.

Aunque ya es una idea que existe, tiene la posibilidad de ser una propuesta innovadora puesto que tiene varios campos de realización, la decoración, la ubicación estratégica, los precios, etc.

Podemos concluir que hoy existe un espacio en el mercado para este tipo de negocio porque es nuevo en Cali y hay pocos a nivel nacional en comparación con Latinoamérica. Puede seguir creciendo año a año, Es importante resaltar que es un espacio para la inversión.

Se planteó, analizó y desarrolló un plan de negocios para la creación de un bar de oxígeno donde se involucran la salud y el esparcimiento como elementos de la calidad de vida de los seres humanos.

A partir de este estudio de mercados, se pudo observar la tendencia de las personas en cuanto a la necesidad de crear hábitos de salud en lugares donde exista un ambiente acorde con su personalidad, su edad y su estatus social. La comodidad, el precio y la decoración son factores que pesan en las decisiones.

No se identificaron negocios que tengan el mismo objeto social. Es decir que en la ciudad no hay matriculados en la Cámara de Comercio otro negocio de este tipo.

Se identificaron las estrategias que se deben seguir para posicionar el negocio y captar la atención de más visitantes. Entre ellas están: la estrategia de precios,

cuyo objetivo es el de hacer que lleguen más clientes para satisfacer sus gustos y necesidades.

Se investigó a cerca de los proveedores, para encontrar los mejores en cuanto a calidad y precio, ya que es un factor muy importante a la hora de elaborar la lista de precios y tener una ganancia que permita el pago de los costos (mano de obra, insumos, servicios, etc.).

Se determinaron las necesidades del personal Todos estos, son personas que ayudan a que la empresa funcione óptimamente, y se satisfagan las necesidades de los clientes.

En cuanto a la estrategia de venta se pretende que el 1,0% de las ventas se destine a publicidad.

Conclusión financiera Luego de realizar un análisis para determinar la factibilidad de crear un bar de Oxígeno se llegó a la conclusión que es viable y rentable.

7 RECOMENDACIONES

Concientizar a los habitantes de la comuna, del sector y barrios aledaños, visitar el negocio siquiera dos veces al mes para oxigenar la sangre, porque respirar oxígeno puro ayuda a la relajación, reduciendo el estrés y aumentando la concentración y estado de alerta.

Con fines de poder obtener un proyecto exitoso, se deben aplicar a conciencia y desarrollar diversos planes estratégicos en las distintas áreas, considerando la concepción de la idea hasta la posible ejecución. Por ello la elaboración de un plan de negocios permite reducir el riesgo y la incertidumbre de riesgo en el proyecto

Es de importancia que los consumidores sirvan como multiplicadores de los beneficios de estas terapias como un producto distinto y de nivel, y que puede competir con el mercado de la salud. El producto debe ser percibido incomparable y de gran calidad por lo que el rol de la publicidad y promoción son de vital importancia, situación que a futuro mostrará el incremento en la venta de los servicios

Ampliar el portafolio de servicios, con productos que ayuden a los usuarios a encontrar la calidad de vida que buscan y así para aumentar la clientela, y aumentar los ingresos.

8 BIBLIOGRAFÍA

- Alcaldía de Cali. (2016). *Cali en cifras. Año 2015*. Recuperado 18 de Enero de 2017, a partir de <https://planeacion.cali.gov.co/caliencifras/Documentos%20pdf/Caliencifras2015.pdf>
- Altman, N. (1996). *Terapias de oxígeno para una óptima salud y vitalidad*. México: Lasser Press Mexicana.
- Arango, A. (2014). *Importancia de un estudio técnico de un proyecto*. Guatemala: Universidad Mariano Galvez.
- Cámara de Comercio de Cali. (2016). *Modelo de actas y documentos de consulta. Sociedad por Acciones Simplificada SAS*. Recuperado 18 de Enero de 2017, a partir de: <http://www.ccc.org.co/modelos-de-actas-y-documentos-de-consulta-sociedad-por-acciones-simplificada-sas-2/>
- Chiavenato, I. (2001). *Administración de recursos humanos*. Bogotá: McGraw Hill.
- Congreso de Colombia. (1979). *Ley 9 de 1979*. Recuperado 18 de Enero de 2017, a partir de: http://www.mincit.gov.co/loader.php?IServicio=Documentos&IFuncion=verPdf&id=68185&name=ley_0009_240179.pdf&prefijo=file
- Congreso de Colombia. (2000). *Ley 590 de 2000*. Recuperado 18 de Enero de 2017, a partir de: <http://www.colciencias.gov.co/sites/default/files/upload/reglamentacion/ley-590-2000.pdf>
- Congreso de Colombia. (2001). *Ley 711 de 2001*. Recuperado 18 de Enero de 2017, a partir de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=14756>

Congreso de Colombia. (2006). *Ley 1014 de 2006*. Recuperado 18 de Enero de 2017, a partir de:

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1014_2006.html

Congreso de Colombia. (2008). *Ley 1258 de 2008*. Recuperado 18 de Enero de 2017, a partir de:

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

Entrepreneur. (2008). *Bar de Oxígeno*. Recuperado 18 de Enero de 2017, a partir de: <https://www.entrepreneur.com/article/291178>

Herrera, M. (2016). *Fórmula para el cálculo de la muestra en poblaciones finitas*.

Recuperado 18 de Enero de 2017, a partir de:

<https://investigacionpediahr.files.wordpress.com/2011/01/formula-para-cc3a1lculo-de-la-muestra-poblaciones-finitas-var-categorica.pdf>

Ministerio de la Protección Social. (2001). *Ley 711 de 2001*. Recuperado 18 de Enero de 2017, a partir de:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=21035>

Ministerio de la Protección Social. (2005). *Resolución 3924 de 2005*. Recuperado 18 de Enero de 2017, a partir de:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=19108>

Ministerio de la Protección Social. (2006). *Resolución 2827 de 2006*. Recuperado 18 de Enero de 2017, a partir de:

<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=21034>

Ministerio de la Protección Social. (2009). *Resolución 4410 de 2009*. Recuperado 18 de Enero de 2017, a partir de:

https://normativa.colpensiones.gov.co/colpens/docs/resolucion_minproteccion_4410_2009.htm

Ministerio de Salud y Protección social. (2014). *Resolución 2003 de 2014*.

Recuperado 18 de Enero de 2017, a partir de:

https://www.minsalud.gov.co/Normatividad_Nuevo/Resoluci%C3%B3n%202003%20de%202014.pdf

Pérez, P. (2016). *Yo sí que como. Para adelgazar hay que comer*. Bogotá: Aguilar.

Periódico El País, de Cali. (2014). *Cambia la vocación económica de Cali*.

Obtenido de El País. com:

<http://historico.elpais.com.co/paionline/notas/Mayo162006/eco1.html>

Rico, F., López, R., & Jaimes, E. (2001). *Daños a la salud por contaminación atmosférica*. México: UNAM.

Trabajar desde casa. (2016). *Empathy Map. Tu propio estudio de mercado en pocos minutos*. Recuperado 18 de Enero de 2017, a partir de:

<http://trabajardesdecasasi.com/empathy-map/#>

9 ANEXOS

Anexo 1. Bar de Oxígeno Oxi Vida Sana SAS. Preguntas de la encuesta aplicada. Cali. 2017

Respirar es algo que se hace de forma permanente sin tener conciencia de ello. Es una actividad vital para los organismos y es sinónimo de vida. El oxígeno que se inhala es el responsable de la obtención de la energía de los alimentos que se ingieren a través de un complejo proceso llamado oxidación.

Solicitamos responder la presente encuesta, cuyos fines son netamente académicos.

Marque con un (x) la respuesta que considera más apropiada.

1. ¿Conoce cuáles son los beneficios de respirar oxígeno puro en los bares de oxígeno? (A) SI__ (B) . NO__
 2. ¿Cuál es la forma de cuidar su salud física y mental? (A) Deporte__(B) Literatura__(C) Alimentación__(D) Poco Consumo de bebidas alcohólicas__(E) Poco trasnocho__
 3. ¿Le gustaría complementar su cuidado físico por medio de secciones de bar de oxígeno y aromaterapia? (A) SI__ (B) NO_
 4. ¿Cuáles son las fragancias de aromaterapia de mayor preferencia según su necesidad? (A) Limón__ (B) Lavanda__(C) Menta__ (D) Eucalipto__ (E) geranio__(F) Colágeno__(G) Mandarina__
 5. ¿Cuál sería el valor dispuesto a pagar por una sección de oxiterapia promedio? (A) \$10.000__ (B). \$30.000__(C.) \$15.000__(D.) \$22.000__
 6. ¿Cuántas veces asistirías a tomar el servicio de oxígeno con fragancias en el mes? (A) 1 o 2 Veces __ (B.) 3 a 4 Veces __ (C.) Más de 5 Veces__(D). Otro __
- Muchas gracias por la colaboración.

Fuente: Elaboración propia