

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE  
ATENCIÓN FÍSICO DE PROMOCIÓN DE LA SALUD, PREVENCIÓN DE LA  
ENFERMEDAD Y REHABILITACIÓN DE LA FUNCIÓN FÍSICA EN LA CIUDAD  
DE POPAYÁN**

**MILLER ANDRES CARVAJAL VALENCIA  
CRISTIAN CAMILO CASTRO CANENCIO  
CLAUDIA VIVIANA CUJAR**

**UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE POSGRADOS  
ESPACIALIZACION EN AUDITORIA Y GARANTIA DE CALIDAD EN SALUD  
CON ENFASIS EN EPIDEMIOLOGIA  
POPAYAN  
2011**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN CENTRO DE  
ATENCIÓN FÍSICO DE PROMOCIÓN DE LA SALUD, PREVENCIÓN DE LA  
ENFERMEDAD Y REHABILITACIÓN DE LA FUNCIÓN FÍSICA EN LA CIUDAD  
DE POPAYÁN**

**INFORME FINAL DE INVESTIGACIÓN PRESENTADO COMO REQUISITO  
PARCIAL PARA OPTAR AL TÍTULO DE ESPECIALISTAS EN AUDITORIA Y  
GARANTÍA DE CALIDAD EN SALUD CON ENFASIS EN EPIDEMIOLOGÍA**

**TUTOR**

**MAGISTER. REINALDO ERAZO RODRIGUÉZ**

**CONTADOR PÚBLICO**

**UNIVERSIDAD EAN  
FACULTAD DE POSGRADOS  
ESPACIALIZACION EN AUDITORIA Y GARANTIA DE CALIDAD EN SALUD  
CON ENFASIS EN EPIDEMIOLOGIA  
POPAYAN  
2011**

## **TABLA DE CONTENIDO**

TABLA DE CONTENIDO .....	3
LISTA DE TABLAS .....	7
LISTA DE FIGURAS .....	11
RESUMEN .....	13
INTRODUCCIÓN .....	14
JUSTIFICACIÓN.....	15
1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA .....	17
2. DELIMITACION DEL PROBLEMA.....	18
3. ENUNCIADO DEL PROBLEMA.....	18
4. FORMULACION DEL PROBLEMA.....	18
5. OBJETIVOS.....	19
5.1 OBJETIVO GENERAL.....	19
5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS .....	19
6. MARCO TEORICO .....	20
6.1 PROMOCIÓN DE LA SALUD .....	20
6.2 PREVENCION DE LA ENFERMEDAD.....	21
6.3 REHABILITACIÓN.....	23
6.4 GIMNASIO.....	24
6.5 NEGOCIO.....	25
6.6 PLAN DE NEGOCIOS .....	25
6.7 CLIENTE .....	26
6.8 PRODUCTO O SERVICIO .....	27

6.9 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE .....	27
6. 10 NORMATIVIDAD .....	28
6.10.1 RESOLUCIÓN 1995 DEL 8 DE JULIO DE 1999.....	28
6.10.3 DECRETO NÚMERO 1011 DE 2006 .....	28
6.10.4 LEY 1122 DEL 2007.....	29
6.10.5 RESOLUCIÓN NÚMERO 1446 2006 .....	29
6.10.6 RESOLUCION NÚMERO 412 DE 2000 .....	30
6.10.8 DECRETO NÚMERO 723 DE 1997 .....	30
6.10.10 LEY 361 DE 1997.....	30
7. DISEÑO METODOLOGICO.....	31
7.9 CRITERIOS DE INCLUSIÓN.....	31
7.10 CRITERIOS DE EXCLUSIÓN.....	32
8. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	33
8.1 ESTUDIO DE MERCADO .....	33
8.1.1 ANALISIS DE ENCUESTAS DE CLIENTES QUE COMPRAN Y UTILIZAN EL SERVICIO .....	33
8.1.2 ANALISIS DE ENCUESTAS DE CLIENTES QUE COMPRAN EL SERVICIO PERO NO LO USAN .....	65
8.2 ESTUDIO TÉCNICO.....	77
8.2.1 DISEÑO DEL SERVICIO.....	77
8.2.2 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO .....	78
8.2.3 PLAZA .....	78
8.2.4 PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO.....	80
8.3 ESTUDIO LEGAL-ORGANIZACIONAL .....	81

8.3.1 LA SOCIEDAD.....	81
8.3.3 LICENCIA Y DERECHO.....	82
8.3.4 OBLIGACIONES LEGALES .....	83
8.3.5 PLAN DE TALENTO HUMANO .....	84
8.3.6 PERMISOS Y LIMITACIONES .....	84
8.4 ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO .....	85
8.4.1 PLAN ECONOMICO-FINANCIERO CENTRO FÍSICO INTEGRAL PRO-SALUD.....	85
8.4.2 FINANCIACION CENTRO FÍSICO PRO-SALUD .....	85
8.4.3 BALANCE GENERAL INICIAL CENTRO FÍSICO PRO-SALUD.....	86
8.4.4 CONDICIONES FINANCIERAS LARGO PLAZO TASA PREFERENCIAL	86
8.4.5 CUADRO PRESTAMO A LARGO PLAZO .....	86
8.4.6 CONDICIONES FINANCIERAS LARGO PLAZO TASA CORRIENTE .....	87
8.4.7 CUADRO CREDITO A LARGO PLAZO .....	87
8.4.8 FACTURACIÓN PREVISTA (ANUAL).....	87
8.4.9 PREVISIÓN DE GASTOS CORRIENTES .....	88
8.4.10 EMPLEO PREVISTO/GASTO DE PERSONAL.....	89
8.4.11 AMORTIZACIONES .....	89
8.4.12 ESTADO DE RESULTADO .....	90
9. CONCLUSIONES .....	93
10. RECOMENDACIONES.....	95
11. BIBLIOGRAFIA .....	96
12. ANEXOS .....	97

ANEXO1. ENCUESTA PARA PARTICULARES Y REGIMEN CONTRIBUTIVO .....	97
ANEXO 2. ENCUESTA PARA GERENTE DE LAS EPS CONTRIBUTIVAS...	100
ANEXO3. PLANO DE LA EDIFICACIÓN.....	102

## LISTA DE TABLAS

TABLA No. 1 EDAD EN AÑOS DE LOS ENCUESTADOS.....	33
TABLA No. 2 GÉNERO .....	34
TABLA No. 3 NIVEL SOCIOECONÓMICO DE LOS ENCUESTADOS .....	35
TABLA No. 4 EPS A LA QUE PERTENECEN LOS ENCUESTADOS.....	35
TABLA No. 5 REGIMEN AL QUE PERTENECEN LOS ENCUESTADOS .....	36
TABLA No. 6 SI EL ENCUESTADO REALIZA EJERCICIO .....	36
TABLA No. 7 SI EL ENCUESTADO ASISTE O ASISTIÓ AUN GIMNASIO .....	36
TABLA No. 8 SI EL ENCUESTADO LE GUSTARÍA ASISTIR A UN GIMNASIO...37	
TABLA No. 9 CON QUÉ FRECUENCIA ASISTE O ASISTIRÍA AL GIMNASIO ....37	
TABLA No. 10 QUÉ HORARIO UTILIZA O LE GUSTARÍA UTILIZAR PARA ASISTIR AL GIMNASIO.....	38
TABLA No. 11 TU RUTINA FÍSICA ES O ERA SUPERVISADA POR PERSONAL EXPERTO.....	38
TABLA No. 12 TE GUSTARÍA QUE TU RUTINA FUERA SUPERVISADA POR UN EXPERTO.....	39
TABLA No. 13 CUÁL ES EL GRADO DE SATISFACIÓN CON RESPECTO AL SERVICIO DE GIMNASIO QUE HA RECIBIDO .....	39
TABLA No. 14 SABES QUE ES UN PROGRAMA DE PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN .....	40
TABLA No. 15 HAS ASISTIDO O ASISTES A UN PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN .....	40
TABLA No. 16 ESTÁ SATISFECHO CON LAS ESTRATEGIAS QUE UTILIZAN DENTRO DEL PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN.....	40
TABLA No. 17 TIENE O HA PRESENTADO ALGUNA LIMITACIÓN FÍSICA.....	41

TABLA No. 18 DENTRO DE SU GRUPO FAMILIAR HAY ALGÚN MIEMBRO CON LIMITACIÓN FÍSICA.....	41
TABLA No. 19 EDAD DE LA PERSONA QUE ASISTE O ASISTIÓ A REHABILITACIÓN FÍSICA .....	42
TABLA No. 20 ASISTE O HA ASISTIDO A REHABILITACIÓN FÍSICA .....	42
TABLA No. 21 EN QUÉ HORARIO UTILIZAS O UTILIZARÍAS EL SERVICIO DE REHABILITACIÓN .....	43
TABLA No. 22 ESTAS SATISFECHO CON EL RESULTADO Y ATENCIÓN QUE HA RECIBIDO EN REHABILITACIÓN.....	43
TABLA No. 23 ASISTIRÍA A UN CENTRO FÍSICO DE PROMOCIÓN, PREVENCIÓN Y REHABILITACIÓN .....	44
TABLA No. 24 QUÉ SERÍA IMPORTANTE PARA USTED EN EL MOMENTO DE LA ATENCIÓN.....	44
TABLA No. 25 CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO CON LAS CARACTERISTICAS QUE DESEAS .....	45
TABLA No. 26 GÉNERO VS EDAD.....	45
TABLA NO. 27 GÉNERO VS EJERCICIO.....	46
TABLA NO. 28 GÉNERO VS ASISTENCIA AL GIMNASIO .....	47
TABLA NO. 29 GÉNERO VS FRECUENCIA DE ASISTENCIA A GIMNASIO .....	48
TABLA NO. 30 GÉNERO VS HORARIO .....	49
TABLA NO. 31 GÉNERO VS SATISFACCIÓN CON EL GIMNASIO .....	49
TABLA NO. 32 GÉNERO VS TU RUTINA FÍSICA ES O ERA SUPERVISADA POR PERSONAL EXPERTO .....	50
TABLA NO. 33 RUTINA FÍSICA ES O ERA SUPERVISADA POR PERSONAL EXPERTO VS TE GUSTARÍA QUE TU RUTINA FUERA SUPERVISADA POR UN EXPERTO.....	51



TABLA NO. 34 GÉNERO VS ASISTENCIA A UN PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN .....	52
TABLA NO. 35 GÉNERO VS SATISFACCIÓN DEL PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN .....	53
TABLA NO. 36 EDAD VS SATISFACCIÓN DEL PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN .....	54
TABLA NO. 37 EDAD VS LIMITACIÓN FÍSICA.....	55
TABLA NO. 38 EDAD VS GRUPO FAMILIAR CON LIMITACIÓN FÍSICA .....	56
TABLA NO. 39 EDAD VS SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN REHABILITACIÓN .....	57
TABLA NO. 40 EDAD VS CENTRO FÍSICO.....	58
TABLA NO. 41 GÉNERO VS CENTRO FÍSICO .....	59
TABLA NO. 42 NIVEL SOCIOECONÓMICO VS PRECIO .....	60
TABLA NO. 43 CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO VS ASISTIRÍA A UN CENTRO FÍSICO DE PROMOCIÓN, PREVENCIÓN Y REHABILITACIÓN .....	61
TABLA No. 44 EDAD VS CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO CON LAS CARACTERÍSTICAS QUE DESEAS .....	62
TABLA NO. 45 GÉNERO VS CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO CON LAS CARACTERÍSTICAS QUE DESEAS .....	63
TABLA NO. 46 CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO CON LAS CARACTERÍSTICAS QUE DESEAS VS QUÉ SERÍA IMPORTANTE PARA USTED EN EL MOMENTO DE LA ATENCIÓN .....	64
TABLA NO. 47 SI TIENE CONOCIMIENTO SOBRE CENTROS FÍSICOS.....	65
TABLA NO. 48 CONOCIMIENTO DE LOS BENEFICIOS DEL CENTRO FÍSICO	66

TABLA NO. 49 INCLUSIÓN DE LOS USUARIOS A P Y P .....	66
TABLA NO. 50 DISMINUCIÓN DE COSTOS EN P Y P .....	66
TABLA NO. 51 TIPO DE CONTRATACIÓN EN P Y P .....	67
TABLA NO. 52 IMPORTANCIA EN LA ATENCIÓN A LOS AFILIADOS A SU ENTIDAD .....	67
TABLA NO. 53 TIPO DE CONTRATACIÓN PARA REHABILITACIÓN .....	67
TABLA NO. 54 DISMINUCIÓN DE COSTOS EN REHABILITACIÓN .....	68
TABLA NO. 55 EPS VS TIPO DE CONTRATACIÓN EN P Y P .....	68
TABLA NO. 56 EPS VS TIPO DE CONTRATACIÓN PARA REHABILITACIÓN ...	69
TABLA NO. 57 EPS VS INCLUSIÓN DE LOS USUARIOS A P Y P.....	69
TABLA NO. 58 TIPO DE CONTRATACIÓN EN P Y P VS IMPORTANCIA EN LA ATENCIÓN A LOS AFILIADOS .....	70
TABLA NO. 59 TIPO DE CONTRATACIÓN PARA REHABILITACIÓN VS IMPORTANCIA EN LA ATENCIÓN A LOS AFILIADOS .....	70

## LISTA DE FIGURAS

GRÁFICA No. 1 GÉNERO VS EDAD .....	46
GRÁFICA NO. 2 GÉNERO VS EJERCICIO .....	46
GRÁFICA No. 3 GÉNERO VS ASISTENCIA AL GIMNASIO.....	47
GRÁFICA No. 4 GÉNERO VS FRECUENCIA DE ASISTENCIA A GIMNASIO.....	48
GRÁFICA No. 5 GÉNERO VS HORARIO .....	49
GRÁFICA No. 6 GÉNERO VS SATISFACCIÓN CON EL GIMNASIO.....	50
GRÁFICA No. 7 GÉNERO VS TU RUTINA FÍSICA ES O ERA SUPERVISADA POR PERSONAL EXPERTO.....	51
GRÁFICA No. 8 RUTINA FÍSICA ES O ERA SUPERVISADA POR PERSONAL EXPERTO VS TE GUSTARÍA QUE TU RUTINA FUERA SUPERVISADA POR UN EXPERTO.....	52
GRÁFICA No. 9 GÉNERO VS ASISTENCIA A UN PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN .....	53
GRÁFICA No. 10 GÉNERO VS SATISFACCIÓN DEL PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN .....	54
GRÁFICA No. 11 EDAD VS SATISFACCIÓN DEL PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN .....	55
GRÁFICA No. 12 EDAD VS LIMITACIÓN FÍSICA.....	56
GRÁFICA No. 13 EDAD VS GRUPO FAMILIAR CON LIMITACIÓN FÍSICA .....	57
GRÁFICA No. 14 EDAD VS SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN REHABILITACIÓN .....	58
GRÁFICA No. 15 EDAD VS CENTRO FÍSICO.....	59
GRÁFICA NO. 16 GÉNERO VS CENTRO FÍSICO .....	60
GRÁFICA NO. 17 NIVEL SOCIOECONÓMICO VS PRECIO.....	61

GRÁFICA NO. 18 CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO VS ASISTIRÍA A UN CENTRO FÍSICO DE PROMOCIÓN, PREVENCIÓN Y REHABILITACIÓN .....	62
GRÁFICA No. 19 EDAD VS CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO CON LAS CARACTERÍSTICAS QUE DESEAS .....	63
GRÁFICA No. 20 GÉNERO VS CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO CON LAS CARACTERÍSTICAS QUE DESEAS .....	64
GRÁFICA No. 21 CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO CON LAS CARACTERÍSTICAS QUE DESEAS VS QUÉ SERÍA IMPORTANTE PARA USTED EN EL MOMENTO DE LA ATENCIÓN .....	65

## **RESUMEN**

El presente estudio de factibilidad para la creación de un centro de atención física de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación de la función física en la Ciudad de Popayán, realizado en las Entidades Promotoras de Salud y usuarios pertenecientes al régimen contributivo, fue desarrollado mediante un enfoque cualitativo descriptivo de tipo transversal. Para la recolección de información se realizó la aplicación de un formato con su respectivo instructivo, mediante el cual se realizó encuestas estructuradas a personas conocedoras del tema y usuarios pertenecientes al régimen contributivo.

El análisis de los resultados y su respectiva discusión se realizó estructurado en los estudios de mercado, estudio técnico, estudio legal-organizacional y el estudio financiero. Al evaluar y correlacionar estos estudios permitió una visión aproximada para establecer la factibilidad en la creación de un centro físico de atención integral de promoción, prevención y rehabilitación en la Ciudad de Popayán.

En conclusión se determinó que el centro físico de atención integral de promoción, prevención y rehabilitación en la Ciudad de Popayán es un plan de negocio viable desde el punto de vista de análisis de los estudios de mercado, técnico, legal-organizacional y financiero.

## INTRODUCCIÓN

En el presente estudio se pretende establecer la factibilidad para la creación de un centro de atención física de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación de la función física en la ciudad de Popayán, tendiente a determinar el nivel de aceptación entre los usuarios del régimen contributivo con el fin de crear una empresa.

El Programa de posgrados de la universidad EAN con la especialización en auditoría y garantía de calidad en salud con énfasis en epidemiología extensión Popayán, comprometida en formar cultura investigativa que posibilite a los estudiantes y docentes acceder y estar abiertos a los nuevos conocimientos y consientes de la importancia que ha tomado la formación empresarial para la creación de empresa como una posibilidad de desarrollo social, lo cual permite realizar el “Estudio de factibilidad para la creación de un centro de atención física de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación de la función física en la ciudad de Popayán”

El estudio fue realizado mediante un enfoque cualitativo descriptivo de tipo transversal; para la recolección de información se realizó la aplicación de un formato con su respectivo instructivo, mediante el cual se realizó encuestas estructuradas a personas conocedoras del tema y usuarios pertenecientes al régimen contributivo.

Las unidades de análisis las conformaron 230 personas pertenecientes al régimen contributivo de los estratos tres, cuatro, cinco y seis de la ciudad de Popayán y 6 gerentes de las EPS contributivas, entre las que están: Saludcoop, Coomeva, Sanitas, Nueva Eps, SOS y Comfenalco. Del análisis de los estudios de mercado, técnico, legal-organizacional y el estudio económico-financiero se concluirá la factibilidad del estudio.

## JUSTIFICACIÓN

Colombia en los últimos años ha estado en un constante crecimiento económico, lo cual crea un ambiente óptimo para realizar inversión económica mediante la creación de empresa. Al crear una empresa son muchas las personas favorecidas, en primer lugar los inversionistas aumentan su capital, además se ve beneficiada directamente la sociedad ya que se generan numerosos puestos de trabajo tanto de forma directa como indirecta, es decir de forma directa por los trabajos que se generan para el desarrollo mismo de la actividad económica y los indirectos como los proveedores.

Ahora bien al crear una empresa dirigida en el sector salud es una buena opción, ya que las nuevas políticas, como la ley 1438 de 2011, creadas por el Gobierno, convierte este campo en un área de competitividad con calidad propendiendo a la atención integral y humanizada, por lo tanto se hace necesario la creación de empresas que cumplan con estándares altos de calidad y que integren estos dos aspectos.

La idea de creación de un gimnasio de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación para recuperación de la función y limitar las secuelas es un idea de negocio innovadora que permite ofrecer una atención integral y humanizada. Este gimnasio no ofrece tan solo solución a una necesidad estética sino que se convierte en una herramienta para un programa de Promoción y Prevención donde se permite el ingreso a personas "sanas" para realizar la promoción de la salud mediante enseñanza de rutinas de ejercicios adecuadas a sus necesidades evitando que se generen sobre esfuerzos, como suele suceder en los gimnasios convencionales ya que no hay seguimiento ni control especializado, lo cual genera que en vez de favorecer la salud se atente contra esta.

Por otro lado este tipo de gimnasio favorece la prevención ya que por medio de personas profesionales se fomentan los buenos hábitos, y se combate el sedentarismo que es el mayor agente causante de diversas enfermedades como la diabetes, hipertensión, obesidad, entre otros.

También, al contar con máquinas especializadas para la rehabilitación y la intervención por parte de los profesionales favorece a que haya una recuperación temprana de aquellas funciones perdidas en un individuo, lo que va a disminuir los gastos de hospitalización y los costos de una rehabilitación tardía que va en deterioro de una rehabilitación integral y así lograremos que todos los usuarios salgan satisfechos después de haber utilizado nuestros servicios.

Finalmente es importante señalar que este tipo de centro físico no existe en la ciudad de Popayán, por lo tanto sería una propuesta innovadora que genera beneficios en amplios campos desde el sector salud hasta el financiero convirtiendo este en un proyecto de empresa con una proyección de negocio con viabilidad de ganancia.



## **1. PLANTEAMIENTO Y FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

En la actualidad la tendencia a satisfacer las necesidades individuales es cada vez más frecuente, convirtiéndose en una característica del hombre postmoderno el buscar su propia satisfacción sobre sus intereses sociales. Esta pérdida del sentido de comunidad ha afectado el equilibrio de los contenidos en forma transversal, lo que se ve reflejado en una sociedad de consumo que privilegia la imagen y el bienestar personal sobre el bien social.

El mejoramiento de la satisfacción del consumidor a través de la calidad de los productos, la calidad de los servicios incluyendo todo lo que esto implica, son prioridades de la sociedad en la que nos encontramos, por eso la preocupación de la gente por su apariencia y por recuperar una función perdida conlleva a hacer un manejo por separado de las dos cosas sin hacer una sola actividad para estas circunstancias, por lo que con el desarrollo de nuevas herramientas que permitan innovaciones productivas y de servicios complementarios se busca integrar a estas dos poblaciones tanto sanas como con algún tipo de deficiencias en emerger con una nueva herramienta y la implementación de un servicio como lo es un gimnasio donde se complementa la promoción, prevención y rehabilitación de todo tipo de población que acude a recibir un servicio en pro de su salud, y se reglamenta con el Sistema Obligatorio de Garantía de la Calidad Salud con el que se busca Garantizar una atención accesible, Oportuna, Segura, Pertinente y continua a los usuarios.

Ahora bien al crear una empresa dirigida en el sector salud es una oportunidad de negocio, ya que las políticas del estado la están favoreciendo y convierte este campo en un área competitiva, en la cual se debe ofrecer una atención integral con calidad y humanizada.

Por lo anterior es necesario llevar a cabo planes de negocios que evalúen la factibilidad de inversión económica en sector salud.

## **2. DELIMITACION DEL PROBLEMA**

Realizar un plan de negocios para la creación de un centro físico de promoción, prevención y rehabilitación en la ciudad de Popayán por medio de un análisis detallado de la población que recibiría el servicio, para ello se realizaría una revisión bibliográfica, se buscarían antecedentes de si hay o no este tipo de gimnasios y se llevaría a cabo un estudio que nos permita mirar la factibilidad del mismo.

## **3. ENUNCIADO DEL PROBLEMA**

En la ciudad de Popayán no se cuenta con un referente escrito, bibliográfico o con sitios habilitados que presten el servicio de promoción, prevención y rehabilitación de forma integral al ser humano, donde se involucre la parte funcional del cuerpo con la estética, garantizando una atención accesible, oportuna, segura, pertinente y continua a los usuarios.

## **4. FORMULACION DEL PROBLEMA**

¿Es factible la creación de un centro físico de promoción, prevención y rehabilitación en la ciudad de Popayán?

## **5. OBJETIVOS**

### **5.1 OBJETIVO GENERAL**

Analizar la factibilidad de la creación de un centro físico de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación de la función física en la ciudad de Popayán.

### **5.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

- Realizar el estudio de mercado para la creación de un centro físico de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación de la función física en la ciudad de Popayán.

- Hacer el estudio técnico para la creación de un centro físico de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación de la función física en la ciudad de Popayán.

- Establecer el estudio legal organizacional de la creación de un centro físico de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación de la función física en la ciudad de Popayán.

- Realizar el estudio económico-financiero para la creación de un centro físico de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación de la función física en la ciudad de Popayán.

## **6. MARCO TEORICO**

Este proyecto está planteado dentro de un ambiente de metodología cualitativa, donde se enfatiza el trabajo colaborativo y cooperativo para el aprendizaje creación de empresa. También toma en cuenta los conceptos de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación entre otros para el desarrollo de la propuesta, lo cual nos permitirá desarrollar diferentes destrezas y habilidades de acuerdo a las necesidades e intereses particulares, por eso a continuación describiremos una serie de conceptos relacionados con el tema propuesto:

### **6.1 PROMOCIÓN DE LA SALUD**

Según la Carta de Ottawa (en 1986) consiste en proporcionar a la gente los medios necesarios para mejorar la salud y ejercer un mayor control sobre la misma. Identifica tres estrategias básicas para la promoción de la salud. Éstas son la abogacía por la salud con el fin de crear las condiciones sanitarias esenciales antes indicadas; facilitar que todas las personas puedan desarrollar su completo potencial de salud; y mediar a favor de la salud entre los distintos intereses encontrados en la sociedad.

Estas estrategias se apoyan en cinco áreas de acción:

- Establecer una política pública saludable.
- Crear entornos que apoyen la salud.
- Fortalecer la acción comunitaria para la salud.
- Desarrollar las habilidades personales.
- Reorientar los servicios sanitarios.

La Declaración de Yakarta sobre la manera de guiar la promoción de la salud hacia el siglo XXI, julio 1997, confirma que estas estrategias y áreas de acción son esenciales para todos los países. Además, existe una evidencia clara de que:

Los enfoques globales para el desarrollo de la salud son los más eficaces. Los que utilizan combinaciones de estas cinco estrategias son más eficaces que los enfoques de una sola vía.

La participación es esencial para sostener los esfuerzos. Las personas tienen que ser el centro de la acción de la promoción de la salud y de los procesos de toma de decisiones para que éstos sean eficaces.

La Declaración de Yakarta identifica cinco prioridades de cara a la promoción de la salud en el siglo XXI:

- Promover la responsabilidad social para la salud.
- Incrementar las inversiones para el desarrollo de la salud.
- Expandir la colaboración para la promoción de la salud.
- Incrementar la capacidad de la comunidad y el empoderamiento de los individuos.
- Garantizar una infraestructura para la promoción de la salud.

En 1990 para la Organización Mundial de la Salud (OMS) es concebida, cada vez en mayor grado, como la suma de las acciones de la población, los servicios de salud, las autoridades sanitarias y otros sectores sociales y productivos, encaminados al desarrollo de mejores condiciones de salud individual y colectiva.

La promoción de la salud constituye un proceso político y social global que abarca no solamente las acciones dirigidas directamente a fortalecer las habilidades y capacidades de los individuos, sino también las dirigidas a modificar las condiciones sociales, ambientales y económicas, con el fin de mitigar su impacto en la salud pública e individual.

Aunque la promoción de la salud es básicamente una actividad del ámbito de la salud y del ámbito social, y no un servicio médico, los profesionales sanitarios, especialmente los de atención primaria, desempeñan un papel importante en apoyar y facilitar la promoción de la salud.<sup>1</sup>

## **6.2 PREVENCIÓN DE LA ENFERMEDAD**

La prevención de la enfermedad es una estrategia de la Atención Primaria, que se hace efectiva en la atención integral de las personas. Esta considera al ser humano desde una perspectiva biopsicosocial e interrelaciona la promoción, la prevención, el tratamiento, la rehabilitación y la reinserción social con las diferentes estructuras y niveles del sistema Nacional de Salud<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud, OMS, Ginebra, 1986. [en línea]: [http://www.bvs.org.ar/pdf/glosario\\_sp.pdf](http://www.bvs.org.ar/pdf/glosario_sp.pdf)

<sup>2</sup> OMS en [línea]

<http://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:t5676TWuGFUJ:www.cendeisss.sa.cr/cursos/cuarta.pdf+que+es+prevencion+de+la+enfermedad+definicion>

Por lo anterior se dice que la prevención implica promover la salud, así como diagnosticar y tratar oportunamente a un enfermo, también rehabilitarlo y evitar complicaciones o secuelas de su padecimiento, mediante sus diferentes niveles de intervención.

La Prevención tiene que ver también con las teorías de causalidad de la enfermedad en cualquier modelo médico; ella ha sido definida como: "La aplicación de medidas técnicas que incluye aspectos médicos y de otras disciplinas que tienen como finalidad impedir la aparición de la enfermedad (prevención primaria) curarla (prevención secundaria) y devolverle las capacidades perdidas (prevención terciaria)".

La prevención primaria es "el conjunto de actividades dirigidas a reducir el riesgo de sufrir enfermedad mediante la disminución del nivel de los factores de riesgo o de la probabilidad de su ocurrencia"; en el esquema anterior, la prevención primaria contempló dos niveles, en el primero propuso la "Promoción General de la Salud" y en el segundo, "la Protección Específica"; el objetivo de la Promoción General, así entendida, planteó la necesidad de: "Crear las condiciones más favorables para resistir la enfermedad, aumentar la resistencia y colocarlo en un ambiente favorable a la salud"; si se analiza este objetivo, se ve como se involucra la presencia de enfermedad, y no el fomento y el cuidado de la salud y de la vida, que 10 primordial de la Promoción de la Salud<sup>3</sup>.

La aplicación de la prevención de la enfermedad, permite según su nivel de intervención mejorar el estado de salud de la población a corto, mediano o largo plazo.

"Medidas destinadas no solamente a prevenir la aparición de la enfermedad, tales como la reducción de factores de riesgo, sino también a detener su avance y atenuar sus consecuencias una vez establecida" (OMS, 1998).

En este contexto, la prevención de la enfermedad es la acción que normalmente se emana desde los servicios de salud y que considera a los individuos y a las poblaciones como expuestas a factores de riesgo identificables, que suelen ser con frecuencia asociados a diferentes conductas de riesgo de los individuos.

La modificación de estas conductas de riesgo constituye una de las metas primordiales de la prevención de la enfermedad.

---

<sup>3</sup> Universidad de Caldas en [línea]  
[http://promocionsalud.ucaldas.edu.co/downloads/Revista%205\\_2.pdf](http://promocionsalud.ucaldas.edu.co/downloads/Revista%205_2.pdf)

### 6.3 REHABILITACIÓN

Según la ONU Es un proceso de duración limitada y con un objetivo definido, encaminado a permitir que una persona con deficiencia alcance un nivel físico, mental y/o social funcional óptimo, proporcionándole así los medios de modificar su propia vida. Puede comprender medidas encaminadas a compensar la pérdida de una función o una limitación funcional (por ejemplo, ayudas técnicas) y otras medidas encaminadas a facilitar ajustes o reajustes sociales».<sup>4</sup>

La OMS en 1969 define la rehabilitación como parte de la asistencia médica encargada de desarrollar las capacidades funcionales y psicológicas del individuo y activar sus mecanismos de compensación, a fin de permitirle llevar una existencia autónoma y dinámica. El objetivo se mide en parámetros funcionales, en el restablecimiento de su movilidad, cuidado personal, habilidad manual y comunicación.

La rehabilitación como especialidad se aparta del concepto tradicional de individualidad para interiorizarse también en lo social. Los valores que crea no siempre se pueden cuantificar, pero hacen al bienestar y la felicidad del discapacitado y su familia.

La complejidad está más bien dada por las vivencias psíquicas con relación a la discapacidad que por el desajuste del medio interno como sucede en la atención del paciente agudo. “Es más fácil dar vida que felicidad “.

La rehabilitación nace con la aparición de secuelas invalidantes, donde la etiología y el tratamiento primario se han instituido y el hombre se encuentra ante su familia y la sociedad desprotegido social y económicamente a causa de sus deficiencias.

La rehabilitación es un proceso (largo) compuesto por acciones médicas y sociales (educación, vivienda, trabajo) tendientes a lograr la máxima recuperación, disminuyendo el déficit funcional, favoreciendo el autovalimiento, la aceptación de la discapacidad y la inserción social.

Deaver estableció las bases de la rehabilitación en la siguiente forma:

- Uso básico de las manos.
- Ambulación.
- Independencia en la atención personal.

---

<sup>4</sup> Clínica Naval salud. Instituto tecnológico de salud. [en línea]: <http://www.clinicanavalsalud.com/rehabilitacion.html>

-Comunicación

-Aspecto normal.<sup>5</sup>

## **6.4 GIMNASIO**

Un gimnasio es un lugar que permite realizar deporte y ejercicio en un recinto cerrado, se utiliza el este término para designar a aquellos espacios especialmente creados para que se realicen en ellos diversos tipos de actividad física. Al mismo tiempo, mientras un gimnasio puede englobar diversas actividades, por lo general se llama así al área que cuenta con máquinas cardiovasculares y de musculación tales como pesas, mancuernas y aparatos de diferente tipo<sup>6</sup>.

La historia de los gimnasios comienza en la época de las Antiguas Grecia y Roma. Ambas civilizaciones dedicaban una importante parte de la vida cotidiana al perfeccionamiento y embellecimiento de los cuerpos y por eso eran muy consientes de la importancia de determinadas artes y actividades para tal fin. También la existencia de termas y baños públicos se vinculaban con la noción de relajación y disfrute de espacios de descanso.

Hoy en día, un gimnasio cuenta siempre con una importante variedad de actividades a desarrollar. En él se pueden encontrar diversos tipos de máquinas que buscan dar tonalidad y mejorar la firmeza de los músculos. Estas máquinas pueden ser piezas individuales como las pesas o mancuernas, o complejos sistemas de poleas o movimiento que están específicamente diseñadas para un grupo de músculos del cuerpo. Al mismo tiempo, un gimnasio actual cuenta normalmente con una importante diversidad de máquinas cardiovasculares que sirven principalmente para mantener un buen nivel cardiovascular y que son especialmente útiles a la hora de perder peso o grasa.

Finalmente, es importante señalar que todos los gimnasios cuentan con un sistema de reglas de comportamiento así como también con determinada ambientación (caracterizada por lo general por música a alto volumen, espacios de tránsito más bien reducidos y división de los aparatos en islas). Normalmente, se impide la entrada a los gimnasios a menores de edad si estos no son acompañados por mayores (por razones de seguridad) y se insta al mismo tiempo a los asistentes a contar con un apropiado sistema de hidratación personal para evitar cualquier tipo de incidente.

---

<sup>5</sup> ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD [en línea]:  
<http://consultoriorehabilitacionintegral.blogspot.com/2009/04/concepto-de-rehabilitacion.html>

<sup>6</sup>Definiciones en [línea] <http://www.definicionabc.com/deporte/gimnasio.php>



## 6.5 NEGOCIO

Un negocio consiste en una actividad, sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de ofrecer alguna forma de beneficio a otras personas<sup>7</sup>.

Pero también, un negocio consiste en una entidad creada o constituida con la finalidad de obtener dinero a cambio de realizar actividades de producción (por ejemplo, una fábrica de muebles), comercialización (por ejemplo, una tienda de repuestos de autos o una distribuidora) o prestación de servicios (por ejemplo, una restaurante o un taller de mecánica), que beneficien a otras personas.

También es aquella ocupación que detenta un individuo y que está encaminada a obtener un beneficio de tipo económico. La palabra tiene un origen latino, por ejemplo, los romanos, la utilizaban para referirse a aquellas actividades que no suponían el ocio y a través de las cuales obtenían dinero.

Por otra parte, en los últimos años, el término ha sido muy usado por la mayoría de las personas como sinónimo de empresa y también de industria.

Además, cuando queremos dar cuenta del beneficio que nos ha reportado determinada cuestión por ejemplo, vendimos una propiedad muy por arriba del precio en el cual se la estaba pagando en el mercado, entonces, tal situación, popularmente se la describe y designa como un buen negocio.

En tanto, al espacio físico en el cual se lleva a cabo una actividad comercial cualquiera, que supone la compra venta de artículos, objetos, entre otros, se lo denomina también con el término de negocio.

Asimismo existen otras expresiones que contienen el término negocio en su fórmula y que resultan ser muy populares en el lenguaje corriente de los seres humanos. Por ejemplo, cuando se quiere dar una idea de aquella ocupación que requiere de muy poco esfuerzo invertido pero que trae mucha ganancia a pesar de ella, suele hablarse de negocio redondo, por ejemplo, la compra-venta de muebles y objetos es un negocio redondo<sup>8</sup>.

## 6.6 PLAN DE NEGOCIOS

Un plan de negocios es una guía para el emprendedor o empresario<sup>9</sup>. Se trata de un documento que en forma ordenada y sistemática detalla los aspectos operacionales y financieros de una empresa, se analiza la situación del mercado y

---

<sup>7</sup>Definiciones en [línea] <http://www.crecenegocios.com/definicion-de-negocio-y-de-empresa>

<sup>8</sup> Definiciones en [línea] <http://www.definicionabc.com/economia/negocio.php>

<sup>9</sup>Plan de negocios [en línea]: <http://definicion.de/plan-de-negocios/>

se establecen las acciones que se realizarán en el futuro, junto a las correspondientes estrategias para implementarlas. El plan de negocios permite determinar anticipadamente donde queremos ir, donde nos encontramos y cuanto nos falta para llegar a la meta fijada.<sup>10</sup>

De esta manera, el plan de negocios es un instrumento que permite comunicar una idea de negocio para venderla u obtener inversiones. También se trata de una herramienta de uso interno para el empresario, ya que le permite evaluar la viabilidad de sus ideas y concretar un seguimiento de su puesta en marcha.

Así como señala los objetivos a cumplir, un plan de negocios debe incluir el detalle del plan de acción necesario para alcanzarlos. Por otra parte, es importante que el plan de negocios esté elaborado de forma tal que permita ser actualizado con los cambios propios del dinamismo del mercado y de la situación de la empresa.

El plan de negocios es un paso esencial que debe tomar cualquier empresario prudente, independientemente de la magnitud del negocio. El hecho de contar con una guía es una especie de seguro ante los inconvenientes que surgen durante el trabajo cotidiano, ya que ofrece posibles soluciones y alternativas.

En todos los planes, es importante que el empresario o emprendedor incluya información veraz, sin falsear la realidad. Las predicciones que realice sobre ingresos del negocio deben ser conservadoras, de modo que la sostenibilidad del negocio esté prevista en el plan de negocios sin grandes números. Siempre es preferible que las ventas superen las previsiones y no viceversa.

Para llevar a cabo un adecuado plan de negocio es necesario definir conceptos como Cliente, producto o servicio, y satisfacción al cliente los cuales se definirán brevemente.<sup>11</sup>

## **6.7 CLIENTE**

Según la American Marketing Association (A.M.A.), el cliente es "el comprador potencial o real de los productos o servicios". En contraste The Chartered Institute of Marketing (CIM, del Reino Unido), lo define como: "una persona o empresa que adquiere bienes o servicios (no necesariamente el Consumidor final)". Para el Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., encontramos que esta palabra es un "Término que define a la persona u organización que realiza una compra. Puede estar comprando en su nombre, y disfrutar personalmente del bien adquirido, o

---

<sup>10</sup> Emprendimiento y Plan de Negocios [en línea]:

<http://tuplandenegocios.nireblog.com/post/2007/04/15/porque-un-plan-de-negocios>

<sup>11</sup>Gestión de Proyectos [en línea]: [http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n\\_de\\_proyectos](http://es.wikipedia.org/wiki/Gesti%C3%B3n_de_proyectos)

comprar para otro, como el caso de los artículos infantiles. Resulta la parte de la población más importante de la compañía “.

Es decir, que cliente es aquel por quien se planifican, implementan, evalúan las actividades que desarrolla la empresa u organización.

## 6.8 PRODUCTO O SERVICIO

Patricio Bonta y Mario Farber, autores del libro "199 preguntas sobre Marketing y Publicidad", define producto y/o servicio como: " un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Stanton, Etzel y Walker, autores del libro "Fundamentos de Marketing", refiere que este término es "un conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto o producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea". En términos generales, el producto es el punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización para satisfacer sus necesidades y deseos, con la finalidad de unos objetivos establecida.

## 6.9 SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

La satisfacción del cliente, para Philip Kotler, es "el nivel del estado de ánimo de una persona que resulta de comparar el rendimiento percibido de un producto o servicio con sus expectativas"

También es importante mencionar cuales son los beneficios que con lleva el satisfacer al cliente, es cierto que existen diversos beneficios para la empresa u organización al lograr la satisfacción de sus clientes, pero éstos pueden ser resumidos en tres grandes beneficios que brindan una idea clara acerca de la importancia de lograr la satisfacción del cliente:

- **Primer Beneficio:** El cliente satisfecho, por lo general, vuelve a comprar. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio su lealtad y por ende, la posibilidad de venderle el mismo u otros productos adicionales en el futuro.
- **Segundo Beneficio:** El cliente satisfecho comunica a otros sus experiencias positivas con un producto o servicio. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio una difusión gratuita que el cliente satisfecho realiza a sus familiares, amistades y conocidos.
- **Tercer Beneficio:** El cliente satisfecho deja de lado a la competencia. Por tanto, la empresa obtiene como beneficio un determinado lugar (participación) en el mercado.

En resumen, la organización que logre la satisfacción del cliente obtendrá como beneficios: fidelidad del cliente 2) difusión gratuita 3) aumento en la competitividad en el mercado.

## **6. 10 NORMATIVIDAD**

### **6.10.1 RESOLUCIÓN 1995 DEL 8 DE JULIO DE 1999**

“Por el cual se establecen normas para el manejo de la Historia Clínica”

La Historia Clínica según la resolución 1995 es un documento de vital importancia para la prestación de los servicios de atención en salud y para el desarrollo científico y cultural del sector. Además debe contribuir al sistema de información sobre la calidad, que facilitara la realización de las labores de auditoria, vigilancia y control y contribuyera a una mayor información de los usuarios.

Por lo anterior la resolución expide las normas correspondientes al diligenciamiento, administración, conservación, custodia y confidencialidad de las historias clínicas, conforme a los parámetros del Ministerio de Salud y del Archivo General de la Nación en lo concerniente a los aspectos archivísticos contemplados en la Ley 80 de 1989.

### **6.10.2 RESOLUCIÓN NÚMERO 1043 DE 2006 (del 3 de abril de 2006)**

“Norma por la cual se establecen las condiciones que deben cumplir los Prestadores de Servicios de Salud para el Sistema Único de Habilitación de sus servicios, sea este o no su objeto social, e implementar el componente de auditoria para el mejoramiento de la calidad de la atención y se dictan otras disposiciones

Lo aspectos que se evalúan para la habilitación son: capacidad tecnológica y científica, suficiencia patrimonial y financiera, por último capacidad técnico-administrativa,”

### **6.10.3 DECRETO NÚMERO 1011 DE 2006**

Por el cual se establece el Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la Atención de Salud del Sistema General de Seguridad Social en Salud

EL SOGC debe ser orientado a la mejora de los resultados de la atención en salud, centrados al usuario, que van más allá de la verificación de la existencia de estructura o de la documentación de procesos. Estos aspectos solo son un prerrequisito para alcanzar resultados esperados.

El SOGCS deberá cumplir con las características de:

1. Accesibilidad. “Es la posibilidad que tiene el usuario de utilizar los servicios de salud que le garantiza el Sistema General de Seguridad Social en Salud”.
2. Oportunidad. “Es la posibilidad que tiene el usuario de obtener los servicios que requiere, sin que se presenten retrasos que pongan en riesgo su vida o su salud”.
3. Seguridad. “Es el conjunto de elementos estructurales, procesos, instrumentos y metodologías basadas en evidencias científicamente probadas que propenden por minimizar el riesgo de sufrir un evento adverso en el proceso de atención de salud o de mitigar sus consecuencias”.
4. Pertinencia. “Es el grado en el cual los usuarios obtienen los servicios que requieren, con la mejor utilización de los recursos de acuerdo con la evidencia científica y sus efectos secundarios son menores que los beneficios potenciales”.
5. Continuidad. “Es el grado en el cual los usuarios reciben las intervenciones requeridas, mediante una secuencia lógica y racional de actividades, basada en el conocimiento científico”.

El SOGCS esta compuesto por:

1. El Sistema Único de Habilitación.
2. La Auditoria para el Mejoramiento de la Calidad de la Atención de Salud.
3. El Sistema Único de Acreditación.
4. El Sistema de Información para la Calidad.

#### **6.10.4 LEY 1122 DEL 2007**

Esta ley “tiene como objeto realizar ajustes al Sistema General de Seguridad Social en Salud, teniendo como prioridad el mejoramiento en la prestación de los servicios a los usuarios. Con este fin se hacen reformas en los aspectos de dirección, universalización, financiación, equilibrio entre los actores del sistema, racionalización, y mejoramiento en la prestación de servicios de salud, fortalecimiento en los programas de salud pública y de las funciones de, inspección, vigilancia y control y la organización y funcionamiento de redes para la prestación de servicios de salud”.

#### **6.10.5 RESOLUCIÓN NÚMERO 1446 2006**

“Por la cual se define el Sistema de Información para la Calidad y se adoptan los indicadores de monitoria del Sistema Obligatorio de Garantía de Calidad de la Atención en Salud”

#### **6.10.6 RESOLUCION NÚMERO 412 DE 2000**

Por la cual se establece las actividades, procedimientos e intervenciones de demanda inducida y obligatorio cumplimiento y se adoptan las normas técnicas y guías de atención para el desarrollo de las acciones de protección específica y detección temprana y la atención de enfermedades de interés en salud pública.

Define que las Administradoras del Régimen Contributivo y Subsidiado tienen la obligatoriedad de prestar todos los planes de beneficios a su población, incentivando las acciones de Promoción y Prevención.

**6.10.7 LEY 23 DE 1981** Por la cual se dictan normas en materia de ética médica.

#### **6.10.8 DECRETO NÚMERO 723 DE 1997**

Por el cual se dictan disposiciones que regulan algunos aspectos de las relaciones entre las entidades territoriales, las entidades promotoras de salud y los prestadores de servicios de salud.

**6.10.9 LEY 1164 DE 2007** Por la cual se dictan disposiciones en materia del Talento Humano en Salud.

#### **6.10.10 LEY 361 DE 1997**

Por la cual se establecen mecanismos de integración social de las personas con limitación y se dictan otras disposiciones. Los principios que inspiran esta ley, se fundamentan en los artículos 13, 47, 54 y 68 que la Constitución Nacional que en consideración a la dignidad que le es propia a las personas con limitación en sus derechos fundamentales, económicos, sociales y culturales para su desarrollo personal y su total integración social y a las personas con limitaciones severas y profundas, la asistencia y protección necesarias.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup>MINISTERIO DE PROTECCIÓN SOCIAL [en línea]:  
[www.minproteccionsocial.gov.co/Normatividad/Forms/AllItems.aspx](http://www.minproteccionsocial.gov.co/Normatividad/Forms/AllItems.aspx)

## 7. DISEÑO METODOLOGICO

**7.1 TIPO DE ESTUDIO:** Es una investigación Cualitativa descriptiva de tipo transversal por tener representación de ciertas propiedades mediante magnitudes escalares para lo cual se utiliza un proceso de medición y asignación numérica que permite establecer clasificaciones y comparaciones obtenidas poa las características de la población.

**7.2 METODO Y TECNICA:** El método utilizado es empírico con una encuesta estructurada.

**7.3 ACTIVIDADES:** Analizar un plan de negocios para un centro físico de promoción, prevención y rehabilitación en la ciudad de Popayán

**7.4 UNIVERSO:** 126.171 personas pertenecientes al régimen contributivo en la ciudad de Popayán, según el consorcio FOSYGA diciembre del 2010 (Fondo de Solidaridad y Garantía es una cuenta adscrita al Ministerio de la Protección Social manejada por encargo fiduciario, sin personería jurídica ni planta de personal propia, cuyos recursos se destinan a la inversión en salud).<sup>13</sup>

**7.5 POBLACION:** Afiliados al sistema general de seguridad social en salud del régimen contributivo que habita en la ciudad de Popayán.

**7.6 MUESTRA:** 230 personas pertenecientes al régimen contributivo de la ciudad de Popayán (que corresponden al 0.18%) y 6 gerentes de las EPS contributivas (que corresponden al 86%) de la ciudad de Popayán que cumplan con los criterios de inclusión

**7.7 RECOLECCION DE DATOS:** Se realizara un formato de recolección de información, con su respectivo instructivo, mediante el cual se aplicarán encuestas estructuradas a personas conocedoras del tema.

**7.8 ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN:** Se elaborará una base de datos en Excel bajo Windows 7. Análisis por medio del paquete estadístico para la organización de datos, distribución de frecuencias y gráficos.

### 7.9 CRITERIOS DE INCLUSIÓN

- Personas mayores de 18 años
- Pertenecientes al régimen contributivo

---

<sup>13</sup>FIDUFOSIGA [en línea]: <http://es.scribd.com/doc/28060024/ESTADO-de-CUENTA-Personas-Juridicas-Para-Acceder>

- De estrato 3 en adelante
- Con capacidad de pago
- Gerentes de las EPS contributivas

#### **7.10 CRITERIOS DE EXCLUSIÓN**

- Menores de 18 años
- De régimen subsidiado
- De estratos cero, uno y dos
- Gerentes de las EPS subsidiadas
- EPS contributiva con menor números de afiliados en la ciudad de Popayán



## 8. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El análisis de los resultados y su respectiva discusión se realizó en los estudios de mercado, estudio técnico, estudio legal-organizacional y el estudio financiero. Al evaluar y correlacionar estos estudios permitió tener una visión aproximada y concluir sobre la factibilidad en la creación de un centro físico de atención integral de promoción, prevención y rehabilitación en la ciudad de Popayán.

### 8.1 ESTUDIO DE MERCADO

El análisis de mercado se enfocara en dos tipos de clientes, en primer lugar se hará el estudio de mercado para los clientes que compran el servicio y lo utilizan (particulares). En segundo lugar los clientes que pagan el serbio y no lo utilizan (EAPB).

#### 8.1.1 ANALISIS DE ENCUESTAS DE CLIENTES QUE COMPRAN Y UTILIZAN EL SERVICIO

**TABLA No. 1 EDAD EN AÑOS DE LOS ENCUESTADOS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	18	1	.4	.4	.4
	19	1	.4	.4	.9
	20	3	1.3	1.3	2.2
	21	1	.4	.4	2.6
	22	3	1.3	1.3	3.9
	23	7	3.0	3.0	7.0
	24	8	3.5	3.5	10.4
	25	7	3.0	3.0	13.5
	26	8	3.5	3.5	17.0
	27	13	5.7	5.7	22.6
	28	21	9.1	9.1	31.7
	29	12	5.2	5.2	37.0
	30	16	7.0	7.0	43.9
	31	10	4.3	4.3	48.3
	32	17	7.4	7.4	55.7
	33	15	6.5	6.5	62.2
	34	6	2.6	2.6	64.8
	35	9	3.9	3.9	68.7
	36	12	5.2	5.2	73.9
	37	4	1.7	1.7	75.7

	38	4	1.7	1.7	77.4
	39	8	3.5	3.5	80.9
	40	6	2.6	2.6	83.5
	41	1	.4	.4	83.9
	42	3	1.3	1.3	85.2
	43	3	1.3	1.3	86.5
	44	2	.9	.9	87.4
	45	5	2.2	2.2	89.6
	46	2	.9	.9	90.4
	47	2	.9	.9	91.3
	48	4	1.7	1.7	93.0
	49	1	.4	.4	93.5
	50	3	1.3	1.3	94.8
	53	2	.9	.9	95.7
	54	1	.4	.4	96.1
	55	3	1.3	1.3	97.4
	58	1	.4	.4	97.8
	60	4	1.7	1.7	99.6
	63	1	.4	.4	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

En la tabla anterior observamos que el 9.1% de los encuestados presenta una edad de 28 años, siendo ésta la edad más representativa en el estudio, por lo que se puede ver que 18 años es la edad mínima y 63 años es la edad máxima de los encuestados.

**TABLA No. 2 GÉNERO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Masculino	119	51.7	51.7	51.7
	Femenino	111	48.3	48.3	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

El 51.7% de la población encuestada corresponde al género masculino y el 48.3% al género femenino determinando así que los hombres cotizan mas en el régimen contributivo.

**TABLA No. 3 NIVEL SOCIOECONÓMICO DE LOS ENCUESTADOS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	estrato tres	150	65.2	65.2	65.2
	estrato cuatro	73	31.7	31.7	97.0
	estrato cinco	6	2.6	2.6	99.6
	estrato seis	1	.4	.4	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

De los 230 encuestados el 65.2% pertenecen al estrato 3, seguido de un 31.7% que son de estrato 4, el 2.6% a estrato 5 y tan solo el 0.4% que corresponde a 1 persona es de estrato 6.

**TABLA No. 4 EPS A LA QUE PERTENECEN LOS ENCUESTADOS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Coomeva	79	34.3	34.3	34.3
	Saludcoop	40	17.4	17.4	51.7
	Comfenalco	22	9.6	9.6	61.3
	Nueva Eps	37	16.1	16.1	77.4
	SOS	21	9.1	9.1	86.5
	Sanitas	31	13.5	13.5	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Del 100% de los encuestados se puede observar que el 34,3% se encuentran afiliados a Coomeva siendo esta la EPS más representativa, seguido de Saludcoop con un 17,4%, Nueva EPS 16.1%, Sanitas 13.5%, Comfenalco 9.6% y SOS 9.1%.

**TABLA No. 5 REGIMEN AL QUE PERTENECEN LOS ENCUESTADOS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Contributivo	213	92.6	92.6	92.6
	Prepagada	1	.4	.4	93.0
	1 y 2	16	7.0	7.0	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

En la tabla se puede observar que de los 230 encuestados el 92.6% pertenecen al régimen contributivo, tan solo el 0.4% de estos se encuentra en medicina prepagada y el 7% cotiza al régimen contributivo y a medicina prepagada.

**TABLA No. 6 SI EL ENCUESTADO REALIZA EJERCICIO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	145	63.0	63.0	63.0
	no	85	37.0	37.0	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Del 100% de los encuestados al preguntarles de que si hacen ejercicio el 63% de ellos dijeron que si y el 37% dijeron que no.

**TABLA No. 7 SI EL ENCUESTADO ASISTE O ASISTIÓ AUN GIMNASIO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	190	82.6	82.6	82.6
	no	40	17.4	17.4	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

Al preguntarle a los 230 encuestados de que si asisten o asistieron a un gimnasio el 82.6% respondieron que si y tan solo el 17.4% respondió que no.

**TABLA No. 8 SI EL ENCUESTADO LE GUSTARÍA ASISTIR A UN GIMNASIO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	221	96,1	96,1	96,1
	no	9	3,9	3,9	100,0
	Total	230	100,0	100,0	

En la tabla se observa que de los 230 encuestados el 96.1% de ellos le gustaría asistir a un gimnasio y el 3.9% no lo haría.

**TABLA No. 9 CON QUÉ FRECUENCIA ASISTE O ASISTIRÍA AL GIMNASIO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	todos los días	79	34.3	34.5	34.5
	una vez por semana	21	9.1	9.2	43.7
	tres veces por semana	112	48.7	48.9	92.6
	una vez al mes	4	1.7	1.7	94.3
	Nunca	13	5.7	5.7	100.0
	Total	229	99.6	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.4		
Total		230	100.0		

Al consultarles a las 230 personas de que con qué frecuencia asisten o asistirían al gimnasio estos respondieron que el 48.9% lo hace tres veces por semana, el 34.5% todos los días, el 9.2% una vez por semana, el 5.7% nunca lo haría y el 1.7% lo haría una vez al mes.

**TABLA No. 10 QUÉ HORARIO UTILIZA O LE GUSTARÍA UTILIZAR PARA ASISTIR AL GIMNASIO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	5 am. - 9 am.	68	29.6	29.7	29.7
	9 am. - 12 pm.	26	11.3	11.4	41.0
	12 pm. - 2 pm.	2	.9	.9	41.9
	2 pm. - 6 pm.	18	7.8	7.9	49.8
	6 pm. - 10 pm.	105	45.7	45.9	95.6
	Ninguno	10	4.3	4.4	100.0
	Total	229	99.6	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.4		
Total		230	100.0		

Del 100% de los encuestados en cuanto a horario el 45.9% de estos asistiría de 6 pm-10pm, el 29.7% asistiría de 5 am-9 am, el 11.4% de 9am-12pm, el 7.9% de 2pm-6pm y el 0.9% lo haría en un horario de 12pm-2pm.

**TABLA No. 11 TU RUTINA FÍSICA ES O ERA SUPERVISADA POR PERSONAL EXPERTO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	123	53.5	53.7	53.7
	No	106	46.1	46.3	100.0
	Total	229	99.6	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.4		
Total		230	100.0		

De los 230 encuestados se puede observar que el 53.7% de estos su rutina en el gimnasio era supervisada por un experto y el 46.3% no lo era.

**TABLA No. 12 TE GUSTARÍA QUE TU RUTINA FUERA SUPERVISADA POR UN EXPERTO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	222	96.5	96.9	96.9
	No	7	3.0	3.1	100.0
	Total	229	99.6	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.4		
Total		230	100.0		

En la tabla observamos que el 96.9% de los encuestados les gustaría que su rutina en el gimnasio fuera supervisada por personal experto y el 3.1% no le gustaría.

**TABLA No. 13 CUÁL ES EL GRADO DE SATISFACIÓN CON RESPECTO AL SERVICIO DE GIMNASIO QUE HA RECIBIDO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	completamente satisfecho	12	5.2	5.2	5.2
	Satisfecho	198	86.1	86.5	91.7
	Insatisfecho	14	6.1	6.1	97.8
	completamente insatisfecho	5	2.2	2.2	100.0
	Total	229	99.6	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.4		
Total		230	100.0		

De los 230 encuestados se puede observar que el 86.5% se encuentran satisfechos con los servicios prestados en los gimnasios que han asistidos, el 6.1% están insatisfechos, el 5.2% están totalmente satisfechos y el 2.2% están totalmente insatisfechos.

**TABLA No. 14 SABES QUE ES UN PROGRAMA DE PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	224	97.4	97.4	97.4
	No	6	2.6	2.6	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

En la tabla se observa que del 100% de los encuestados el 97.4% de estos sabe o tiene conocimiento de que es un programa de promoción de la salud y prevención de la enfermedad y tan solo el 2.6% no lo sabe.

**TABLA No. 15 HAS ASISTIDO O ASISTES A UN PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	155	67.4	67.4	67.4
	No	75	32.6	32.6	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

De la totalidad de los encuestados el 67.4% asisten a un programa de promoción de la salud y prevención de la enfermedad y el 32.6% no asisten a estos programas.

**TABLA No. 16 ESTÁ SATISFECHO CON LAS ESTRATEGIAS QUE UTILIZAN DENTRO DEL PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	129	56.1	81.1	81.1
	No	30	13.0	18.9	100.0
	Total	159	69.1	100.0	
Perdidos	Sistema	71	30.9		
Total		230	100.0		



En la tabla se observa que en nivel de satisfacción de los encuestados en los programas de promoción de la salud y prevención de la enfermedad el 81.1% se encuentra satisfecho y el 18.9% está insatisfecho.

**TABLA No. 17 TIENE O HA PRESENTADO ALGUNA LIMITACIÓN FÍSICA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	103	44.8	44.8	44.8
	No	127	55.2	55.2	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

De los 230 encuestados se puede observar que el 55.2% no ha presentado limitación física y el 44.8% si ha presentado algún tipo de limitación.

**TABLA No. 18 DENTRO DE SU GRUPO FAMILIAR HAY ALGÚN MIEMBRO CON LIMITACIÓN FÍSICA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	109	47.4	47.6	47.6
	No	120	52.2	52.4	100.0
	Total	229	99.6	100.0	
Perdidos	Sistema	1	.4		
Total		230	100.0		

Al observar la tabla podemos notar que 52.4% de los encuestados no tiene en su familia personas que hayan presentado algún tipo de limitación física y el 47.6% si tiene dentro de su grupo familiar personas con alguna lesión o limitación física.

**TABLA No. 19 EDAD DE LA PERSONA QUE ASISTE O ASISTIÓ A REHABILITACIÓN FÍSICA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	menos de 1 año	4	1.7	2.6	2.6
	entre 1 año a 5 años	8	3.5	5.2	7.8
	entre 5 años a 15 años	14	6.1	9.1	16.9
	entre 15 años a 25 años	19	8.3	12.3	29.2
	entre 25 años a 45 años	58	25.2	37.7	66.9
	mayores de 45 años	51	22.2	33.1	100.0
	Total	154	67.0	100.0	
Perdidos	Sistema	76	33.0		
Total		230	100.0		

En la tabla se observa la edad de las personas que asisten a rehabilitación física siendo el 37.7% entre 25 años a 45 años las de mayor asistencia seguido de un 33.1% mayores de 45 años, 12.3% de 15 años a 25 años, 9.1% entre 5 años a 15 años y el resto de la población entre 1 año a 5 años.

**TABLA No. 20 ASISTE O HA ASISTIDO A REHABILITACIÓN FÍSICA**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Si	110	47.8	71.4	71.4
	No	44	19.1	28.6	100.0
	Total	154	67.0	100.0	
Perdidos	Sistema	76	33.0		
Total		230	100.0		

Del total de la población encuestada el 71.4% han asistido a rehabilitación física y el 28.6% no lo ha hecho.

**TABLA No. 21 EN QUÉ HORARIO UTILIZAS O UTILIZARÍAS EL SERVICIO DE REHABILITACIÓN**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	7 am. - 1 pm.	74	32.2	48.1	48.1
	1 pm. - 6 pm.	67	29.1	43.5	91.6
	6 pm. - 9 pm.	11	4.8	7.1	98.7
	Ninguno	2	.9	1.3	100.0
	Total	154	67.0	100.0	
Perdidos	Sistema	76	33.0		
Total		230	100.0		

Del 100% de los encuestados que han asistido a terapias de rehabilitación un 48.1% de estos asistiría de 7 am-1pm, el 43.5% asistiría de 1 pm-6 pm y el 7.9% de 6pm-9pm.

**TABLA No. 22 ESTAS SATISFECHO CON EL RESULTADO Y ATENCIÓN QUE HA RECIBIDO EN REHABILITACIÓN**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	completamente satisfecho	4	1.7	2.6	2.6
	Satisfecho	143	62.2	92.9	95.5
	Insatisfecho	5	2.2	3.2	98.7
	completamente insatisfecho	2	.9	1.3	100.0
	Total	154	67.0	100.0	
Perdidos	Sistema	76	33.0		
Total		230	100.0		

De los encuestados que asistieron o asisten al servicio de rehabilitación se puede observar que el 92.9% se encuentran satisfechos con los servicios prestados en rehabilitación, el 3.2% están insatisfechos, el 2.6% están totalmente satisfechos y el 1.3% están totalmente insatisfechos.

**TABLA No. 23 ASISTIRÍA A UN CENTRO FÍSICO DE PROMOCIÓN, PREVENCIÓN Y REHABILITACIÓN**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	229	99.6	99.6	99.6
	no	1	.4	.4	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

En la tabla se observa que del 100% de los encuestados el 99.6% asistiría a un centro físico de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación y el 0.4% no asistiría a este centro.

**TABLA No. 24 QUÉ SERÍA IMPORTANTE PARA USTED EN EL MOMENTO DE LA ATENCIÓN**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Calidad	32	13.9	13.9	13.9
	Privacidad	7	3.0	3.0	17.0
	Tiempo	3	1.3	1.3	18.3
	Accesibilidad	1	.4	.4	18.7
	Precio	7	3.0	3.0	21.7
	seleccionó dos o más opciones	154	67.0	67.0	88.7
	Todas	26	11.3	11.3	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

De los 230 encuestados el 11.3% de estos les gustaría que en el momento de la atención sería importante para ellos la calidad, privacidad, tiempo, accesibilidad y precio, para el 13.9% solo la calidad en el momento de la atención, el 3% privacidad al igual que el precio, 1.3% tiempo, el 0.4% accesibilidad y para el 67% varias opciones.

**TABLA No. 25 CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO CON LAS CARACTERISTICAS QUE DESEAS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	entre 30000 y 40000 pesos	139	60.4	60.4	60.4
	entre 40000 y 50000 pesos	76	33.0	33.0	93.5
	entre 50000 y 60000 pesos	10	4.3	4.3	97.8
	más de 60000 pesos	5	2.2	2.2	100.0
	Total	230	100.0	100.0	

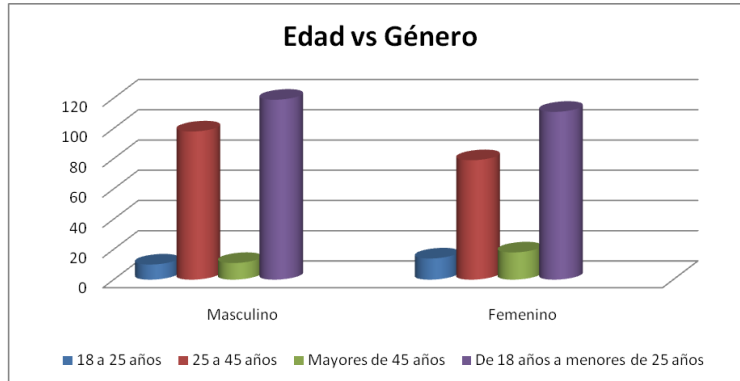
En la tabla se observa que de los 230 encuestados el 60.4% de estos estaría dispuesto a pagar por los servicios en un centro físico de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación entre 30.000 y 40.000 pesos, el 33.0% entre 40.000 y 50.000 pesos, el 4.3% entre 50.000 y 60.000 pesos y tan solo el 2.2% pagaría más de 60.000 pesos.

### ANÁLISIS BIVARIADO

**TABLA No. 26 GÉNERO VS EDAD**

		Edad en años de los encuestados			Total
		De 18 años a menores de 25 años	De 25 años a menores de 45 años	Mayores de 45 años	De 18 años a menores de 25 años
Género	Masculino	10	98	11	119
	Femenino	14	79	18	111
Total		24	177	29	230

### GRÁFICA No. 1 GÉNERO VS EDAD

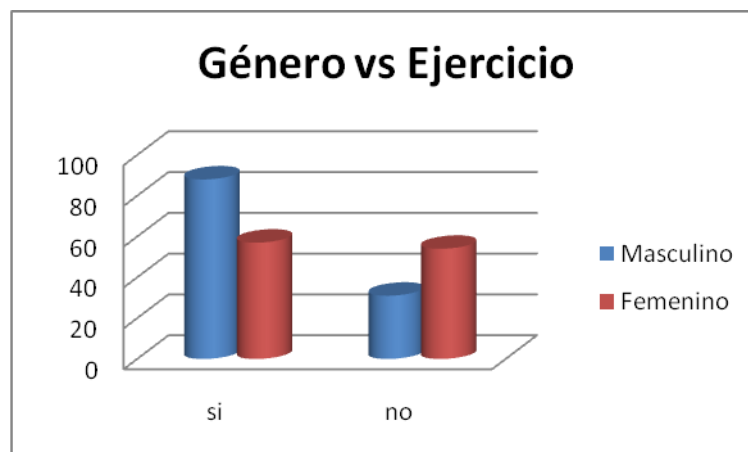


De los 230 encuestados 119 personas corresponden al género masculino y 111 a femenino, de las cuales 177 personas, están en el rango de 25 años a menores de 45 años, siendo este el más representativo.

### TABLA NO. 27 GÉNERO VS EJERCICIO

		Si el encuestado realiza ejercicio		Total
		si	no	
Género	Masculino	88	31	119
	Femenino	57	54	111
Total		145	85	230

### GRÁFICA NO. 2 GÉNERO VS EJERCICIO

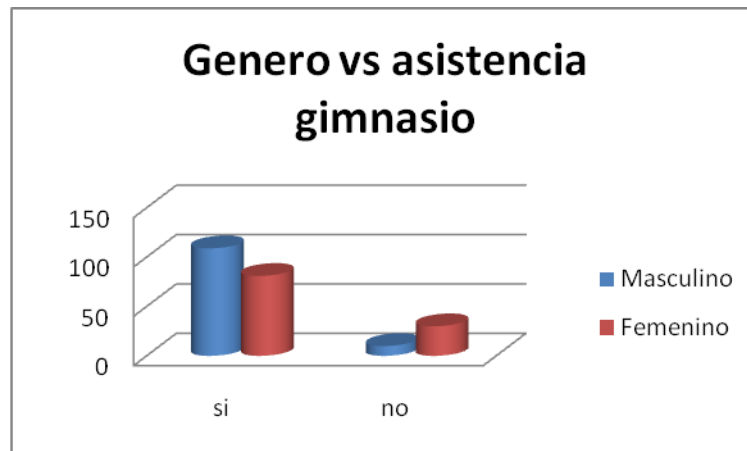


De las personas encuestadas, 145 personas realizan ejercicio, de las cuales 88 personas son hombres y 57 mujeres. Además 85 personas contestaron que no realizan ejercicio.

**TABLA NO. 28 GÉNERO VS ASISTENCIA AL GIMNASIO**

		Si el encuestado asiste o asistió aun gimnasio		Total
		si	no	
Género	Masculino	109	10	119
	Femenino	81	30	111
Total		190	40	230

**GRÁFICA No. 3 GÉNERO VS ASISTENCIA AL GIMNASIO**

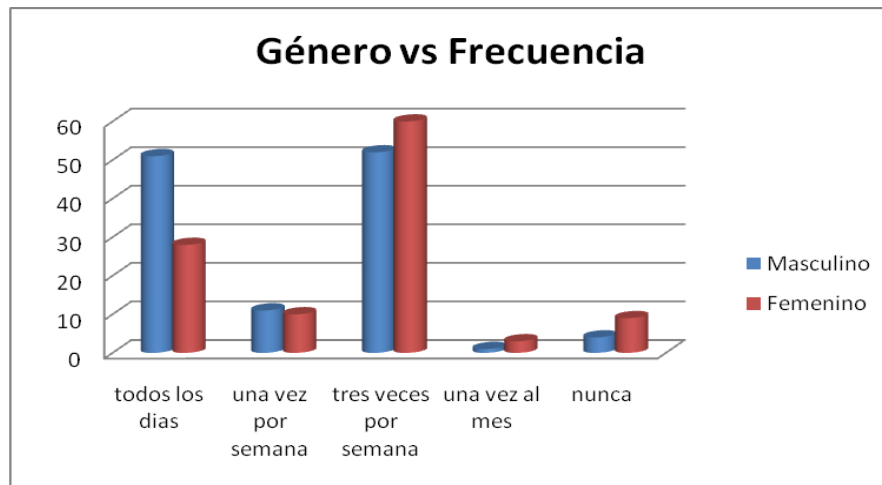


Se observa que el género masculino asiste o ha asistido a un gimnasio más que el género femenino, con un total de 109 hombres contra 81 mujeres.

**TABLA NO. 29 GÉNERO VS FRECUENCIA DE ASISTENCIA A GIMNASIO**

		Con qué frecuencia asiste o asistiría al gimnasio					Total
		todos los días	una vez por semana	tres veces por semana	una vez al mes	nunca	
Género	Masculino	51	11	52	1	4	119
	Femenino	28	10	60	3	9	110
Total		79	21	112	4	13	229

**GRÁFICA No. 4 GÉNERO VS FRECUENCIA DE ASISTENCIA A GIMNASIO**



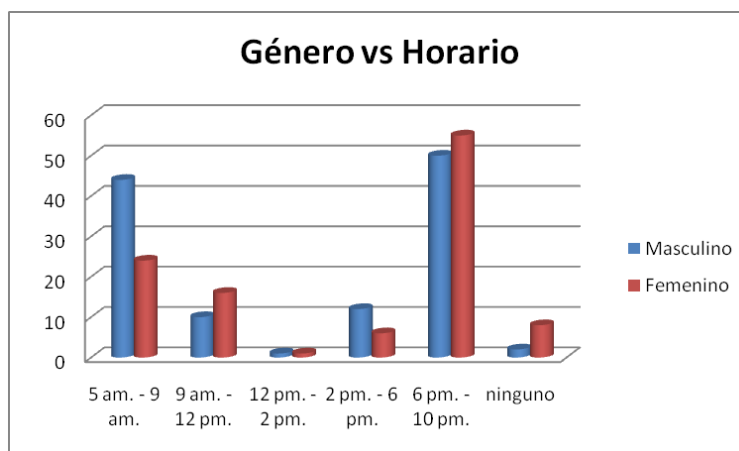
Al relacionar el género con la frecuencia que asistiría al gimnasio, se observa que tanto los hombres como las mujeres escogieron que preferían ir tres veces por semana al gimnasio con un total de 112 personas (52 hombres y 60 mujeres).



**TABLA NO. 30 GÉNERO VS HORARIO**

		Qué horario utiliza o le gustaría utilizar para asistir al gimnasio					Total	
		5 am. - 9 am.	9 am. - 12 pm.	12 pm. - 2 pm.	2 pm. - 6 pm.	6 pm. - 10 pm.	ninguno	5 am. - 9 am.
Género	Masculino	44	10	1	12	50	2	119
	Femenino	24	16	1	6	55	8	110
Total		68	26	2	18	105	10	229

**GRÁFICA No. 5 GÉNERO VS HORARIO**

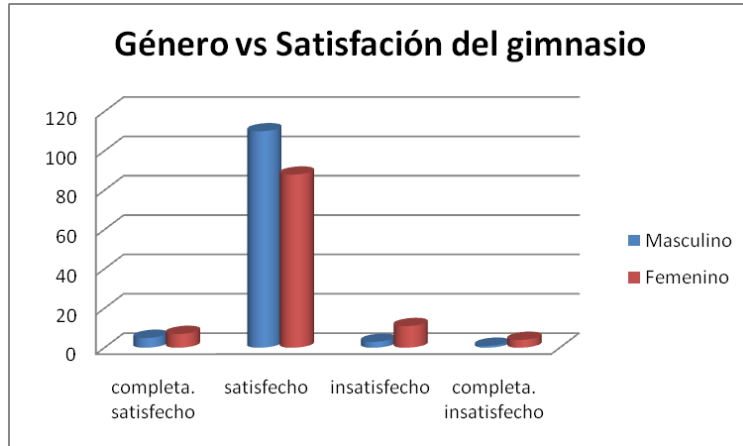


De las personas encuestadas, el horario que prefieren para asistir al gimnasio es de 6 pm. – 10 pm, con un total de 105 personas, de las cuales 50 son hombres y 55 mujeres. Además sólo 2 personas seleccionaron el horario de 12 pm. – 2 pm, siendo el menos representativo.

**TABLA NO. 31 GÉNERO VS SATISFACCIÓN CON EL GIMNASIO**

		Cuál es el grado de satisfacción con respecto al servicio de gimnasio que ha recibido				Total completamente satisfecho
		completamente satisfecho	satisfecho	insatisfecho	completamente insatisfecho	
Género	Masculino	5	110	3	1	119
	Femenino	7	88	11	4	110
Total		12	198	14	5	229

**GRÁFICA No. 6 GÉNERO VS SATISFACCIÓN CON EL GIMNASIO**



Al relacionar la satisfacción con el servicio de gimnasio, se observa que tanto los hombres como las mujeres se encuentran satisfechos, pero en un número menor las mujeres a acudir a este servicio.

**TABLA NO. 32 GÉNERO VS TU RUTINA FÍSICA ES O ERA SUPERVISADA POR PERSONAL EXPERTO**

		Tu rutina física es o era supervisada por personal experto		Total
		si	no	
Género	Masculino	70	49	119
	Femenino	53	57	110
Total		123	106	229

**GRÁFICA No. 7 GÉNERO VS TU RUTINA FÍSICA ES O ERA SUPERVISADA POR PERSONAL EXPERTO**

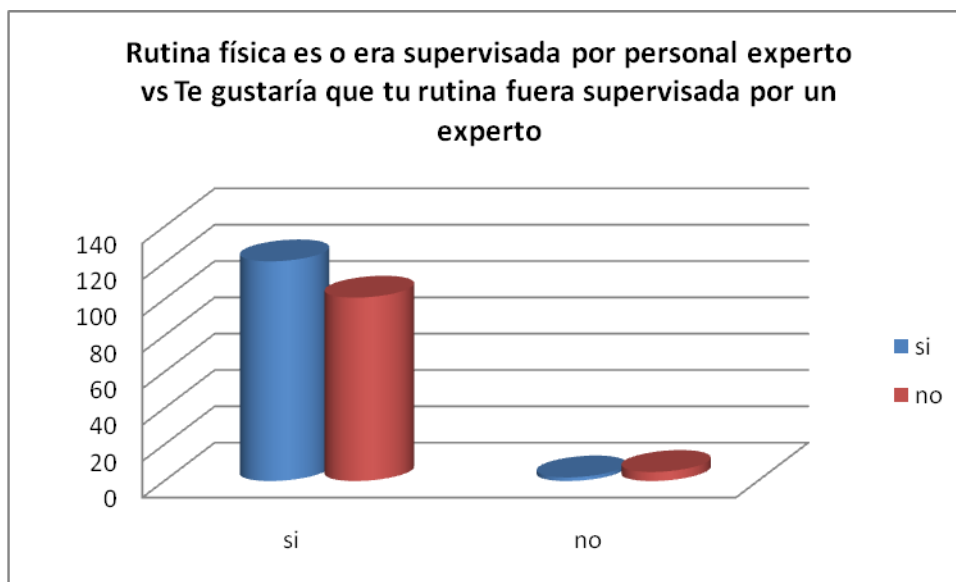


De las personas encuestadas, 123 individuos refieren que su rutina era o es supervisada por personal experto, de las cuales 70 son hombres y 53 mujeres.

**TABLA NO. 33 RUTINA FÍSICA ES O ERA SUPERVISADA POR PERSONAL EXPERTO VS TE GUSTARÍA QUE TU RUTINA FUERA SUPERVISADA POR UN EXPERTO**

		Te gustaría que tu rutina fuera supervisada por un experto		Total
		si	no	
Tu rutina física es o era supervisada por personal experto	si	121	2	123
	no	101	5	106
Total		222	7	229

**GRÁFICA No. 8 RUTINA FÍSICA ES O ERA SUPERVISADA POR PERSONAL EXPERTO VS TE GUSTARÍA QUE TU RUTINA FUERA SUPERVISADA POR UN EXPERTO**

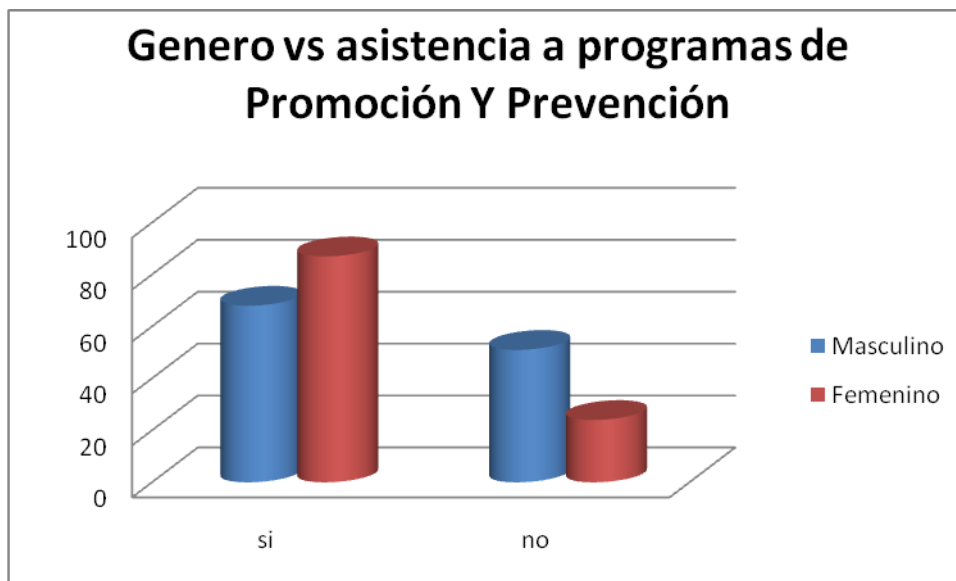


Al relacionar las variables le gustaría que su rutina fuera supervisada con su rutina es o fue supervisada se puede observar que a pesar de que solo 123 personas tienen o tuvieron rutinas bajo la supervisión de un experto a 222 les gustaría una rutina supervisada.

**TABLA NO. 34 GÉNERO VS ASISTENCIA A UN PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN**

		Has asistido o asistes a un programa de prevención y promoción		Total
		si	no	
Género	Masculino	68	51	119
	Femenino	87	24	111
Total		155	75	230

**GRÁFICA No. 9 GÉNERO VS ASISTENCIA A UN PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN**



La relación género con respecto a asistencia a promoción y prevención muestra que las mujeres asisten más a programas de promoción y prevención que los hombres.

**TABLA NO. 35 GÉNERO VS SATISFACCIÓN DEL PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN**

		Está satisfecho con las estrategias que utilizan dentro del programa de prevención y promoción		Total
		si	no	
Género	Masculino	63	7	70
	Femenino	66	23	89
Total		129	30	159

**GRÁFICA No. 10 GÉNERO VS SATISFACCIÓN DEL PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN**



Al relacionar la satisfacción con el servicio de promoción y prevención y el género se puede observar que tanto los hombres como las mujeres que asistieron a programas de promoción y prevención las mas insatisfechas son las mujeres.

**TABLA NO. 36 EDAD VS SATISFACCIÓN DEL PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN**

		Está satisfecho con las estrategias que utilizan dentro del programa de prevención y promoción		Total
		si	no	
Edad en años de los encuestados	De 18 años a menores de 25 años	15	3	18
	De 25 años a menores de 45 años	91	26	117
	Mayores de 45 años	23	1	24
Total		129	30	159

**GRÁFICA No. 11 EDAD VS SATISFACCIÓN DEL PROGRAMA DE PREVENCIÓN Y PROMOCIÓN**

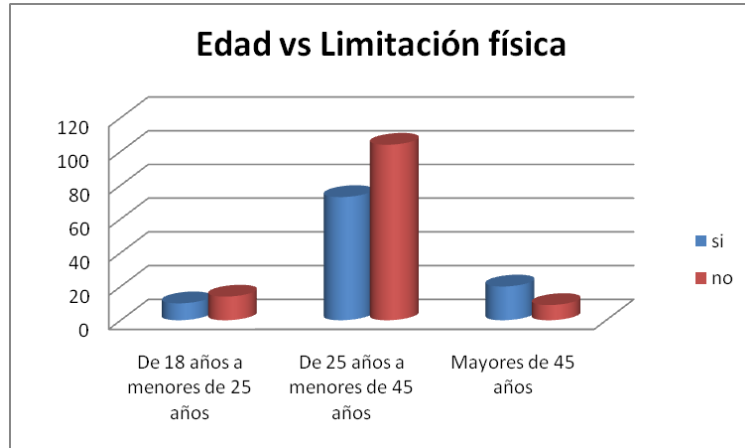


Al comparar la edad contra la satisfacción en programas de promoción y prevención se puede deducir que hay un alto número, 129, de personas satisfechas. Además se puede decir que en el rango donde se reporta mayor número de insatisfechos es de 25 a 45 años y en intervalo en el que menos se observa es en la edad de mayores a 45 años.

**TABLA NO. 37 EDAD VS LIMITACIÓN FÍSICA**

Edad en años de los encuestados	Tiene o ha presentado alguna limitación física		Total
	si	no	
De 18 años a menores de 25 años	10	14	24
De 25 años a menores de 45 años	73	104	177
Mayores de 45 años	20	9	29
<b>Total</b>	<b>103</b>	<b>127</b>	<b>230</b>

**GRÁFICA No. 12 EDAD VS LIMITACIÓN FÍSICA**



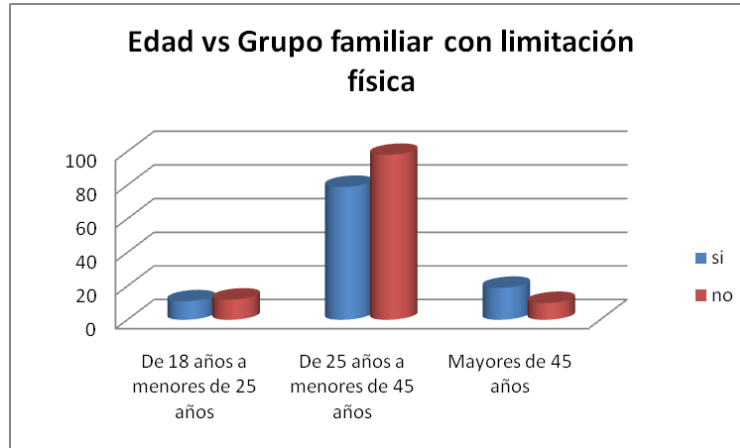
Al correlacionar la edad contra la limitación física se puede deducir que en el rango donde se reporta mayor número de discapacitado es de 25 a 45 años y en intervalo en el que menos se observa es en la edad de 18 a menores de 25 años.

**TABLA NO. 38 EDAD VS GRUPO FAMILIAR CON LIMITACIÓN FÍSICA**

Edad en años de los encuestados		Dentro de su grupo familiar hay algún miembro con limitación física		Total
		si	no	
Edad en años de los encuestados	De 18 años a menores de 25 años	11	12	23
	De 25 años a menores de 45 años	79	98	177
	Mayores de 45 años	19	10	29
Total		109	120	229



**GRÁFICA No. 13 EDAD VS GRUPO FAMILIAR CON LIMITACIÓN FÍSICA**

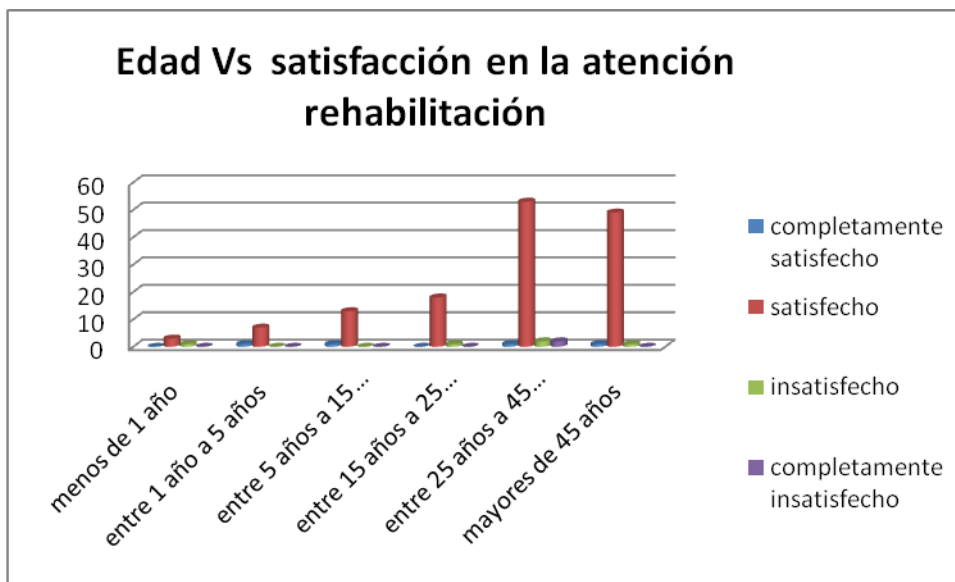


Al correlacionar la edad contra grupo familiar con limitación física se puede deducir que en el rango donde se reporta mayor número de discapacitado es de 25 a 45 años y en intervalo en el que menos se observa es en la edad de 18 a menores de 25 años.

**TABLA NO. 39 EDAD VS SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN REHABILITACIÓN**

		Estas satisfecho con el resultado y atención que ha recibido en rehabilitación				Total
		completamente satisfecho	satisfecho	insatisfecho	completamente insatisfecho	
Edad de la persona que asiste o asistió a rehabilitación física	menos de 1 año	0	3	1	0	4
	entre 1 año a 5 años	1	7	0	0	8
	entre 5 años a 15 años	1	13	0	0	14
	entre 15 años a 25 años	0	18	1	0	19
	entre 25 años a 45 años	1	53	2	2	58
	mayores de 45 años	1	49	1	0	51
Total		4	143	5	2	154

**GRÁFICA No. 14 EDAD VS SATISFACCIÓN EN LA ATENCIÓN REHABILITACIÓN**

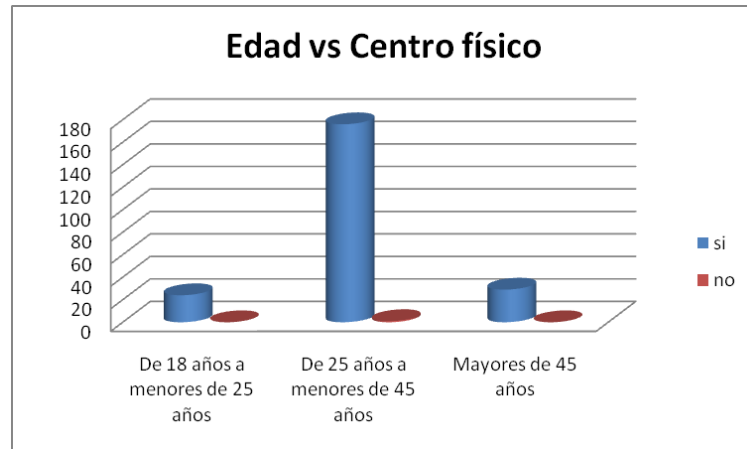


Al comparar la edad de limitación contra la satisfacción en programas de rehabilitación se puede deducir que hay un alto número, 143, de personas satisfechas. Además se puede decir que en el rango donde se reporta mayor número de satisfecho es de 25 a 45 años.

**TABLA NO. 40 EDAD VS CENTRO FÍSICO**

Edad en años de los encuestados		Asistiría a un centro físico de promoción, prevención y rehabilitación		Total
		si	no	
Edad en años de los encuestados	De 18 años a menores de 25 años	24	0	24
	De 25 años a menores de 45 años	176	1	177
	Mayores de 45 años	29	0	29
Total		229	1	230

**GRÁFICA No. 15 EDAD VS CENTRO FÍSICO**

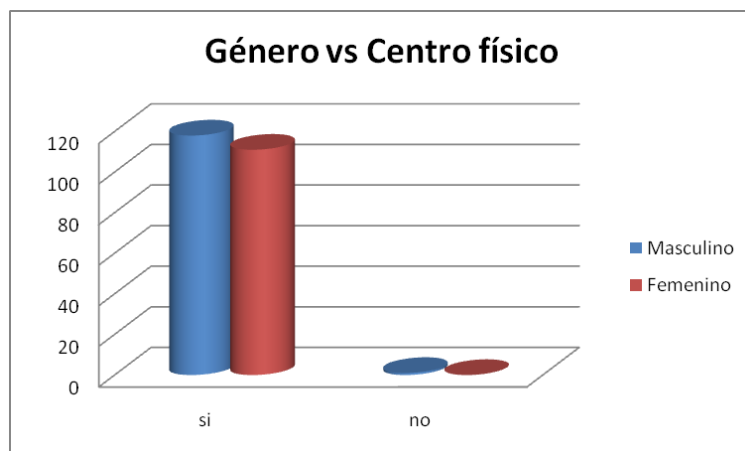


En la gráfica se observa que la población que más asistiría a un centro físico de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación son las de edades comprendidas entre 25 años a menores de 45 años siendo esta la población más productiva que llegara a utilizar el servicio que se ofrece.

**TABLA NO. 41 GÉNERO VS CENTRO FÍSICO**

		Asistiría a un centro físico de promoción, prevención y rehabilitación		Total
		si	no	
Género	Masculino	118	1	119
	Femenino	111	0	111
Total		229	1	230

**GRÁFICA NO. 16 GÉNERO VS CENTRO FÍSICO**

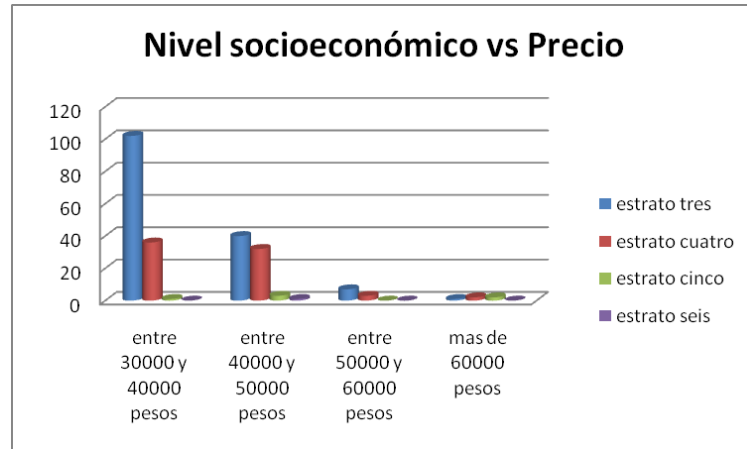


Al observar la gráfica se puede decir que de la población encuestada en cuanto a género tanto masculino como femenino asistiría al centro físico de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación, tan solo 1 hombre de los 119 encuestados no asistiría a este centro.

**TABLA NO. 42 NIVEL SOCIOECONÓMICO VS PRECIO**

		Cuanto esta dispuesto a pagar por el servicio en un centro físico con las características que deseas				Total
		entre 30000 y 40000 pesos	entre 40000 y 50000 pesos	entre 50000 y 60000 pesos	mas de 60000 pesos	
Nivel socioeconómico de los encuestados	estrato tres	102	40	7	1	150
	estrato cuatro	36	32	3	2	73
	estrato cinco	1	3	0	2	6
	estrato seis	0	1	0	0	1
Total		139	76	10	5	230

**GRÁFICA NO. 17 NIVEL SOCIOECONÓMICO VS PRECIO**

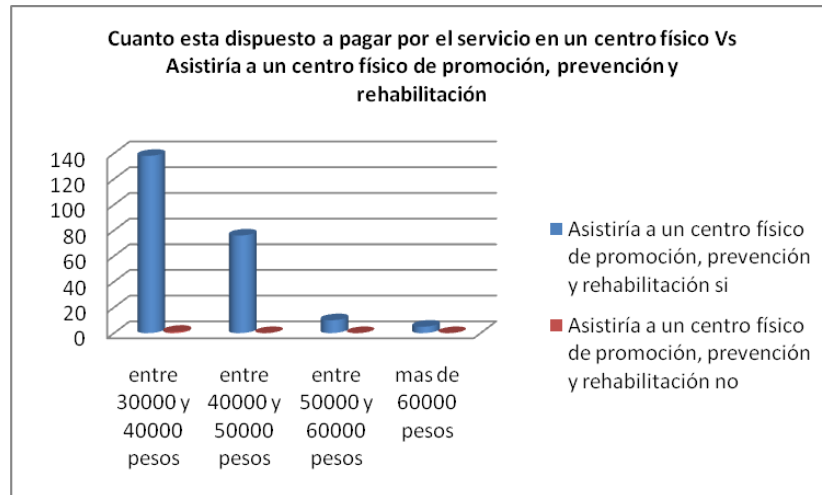


La gráfica nos muestra la distribución de la población en cuanto estaría dispuesto a pagar según el estrato observando que el estrato tres pagaría por los servicios de un centro físico de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación entre 30000 y 40000 pesos que corresponde a 102 encuestados, del estrato cuatro 36 personas pagarían entre 30000 y 40000 pesos, 32 entre 40000 y 50000 pesos, 3 entre 50000 y 60000 pesos y 2 personas pagarían más de 60000 pesos, del estrato cinco 1 persona pagaría entre 30000 y 40000 pesos, 3 entre 40000 y 50000 pesos y 2 personas pagarían más de 60000 pesos y del estrato seis solo una persona pagaría entre 40000 y 50000 pesos.

**TABLA NO. 43 CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO VS ASISTIRÍA A UN CENTRO FÍSICO DE PROMOCIÓN, PREVENCIÓN Y REHABILITACIÓN**

		Asistiría a un centro físico de promoción, prevención y rehabilitación		Total
		si	no	
Cuanto esta dispuesto a pagar por el servicio en un centro físico con las características que deseas	entre 30000 y 40000 pesos	138	1	139
	entre 40000 y 50000 pesos	76	0	76
	entre 50000 y 60000 pesos	10	0	10
	mas de 60000 pesos	5	0	5
Total		229	1	230

**GRÁFICA NO. 18 CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO VS ASISTIRÍA A UN CENTRO FÍSICO DE PROMOCIÓN, PREVENCIÓN Y REHABILITACIÓN**

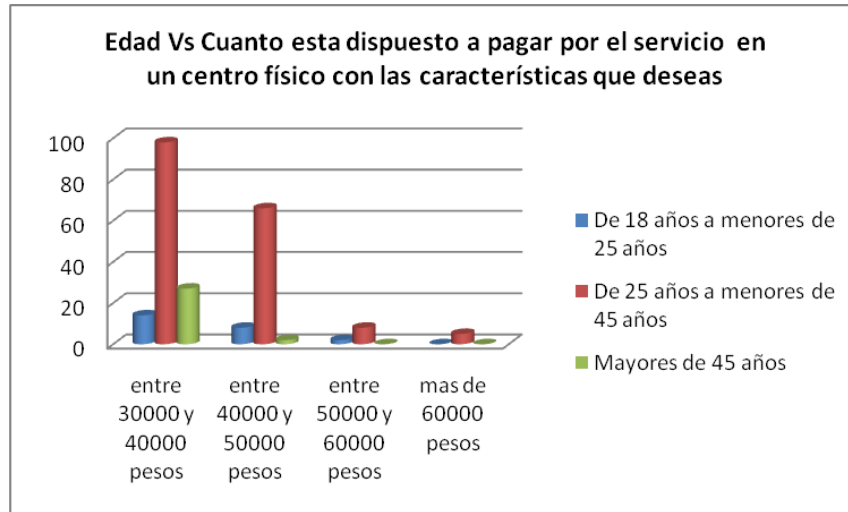


En cuanto a la asistencia a un centro físico de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación y cuanto estaría dispuesto a pagar se observa en la grafica que la mayoría de los encuestados pagarían entre 30000 y 40000 pesos por los servicios ofrecidos en este centro y tan solo 5 personas pagarían más de 60000 pesos.

**TABLA No. 44 EDAD VS CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO CON LAS CARACTERÍSTICAS QUE DESEAS**

		Cuanto esta dispuesto a pagar por el servicio en un centro físico con las características que deseas				Total
		entre 30000 y 40000 pesos	entre 40000 y 50000 pesos	entre 50000 y 60000 pesos	mas de 60000 pesos	
Edad en años de los encuestados	De 18 años a menores de 25 años	14	8	2	0	24
	De 25 años a menores de 45 años	98	66	8	5	177
	Mayores de 45 años	27	2	0	0	29
Total		139	76	10	5	230

**GRÁFICA No. 19 EDAD VS CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO CON LAS CARACTERÍSTICAS QUE DESEAS**

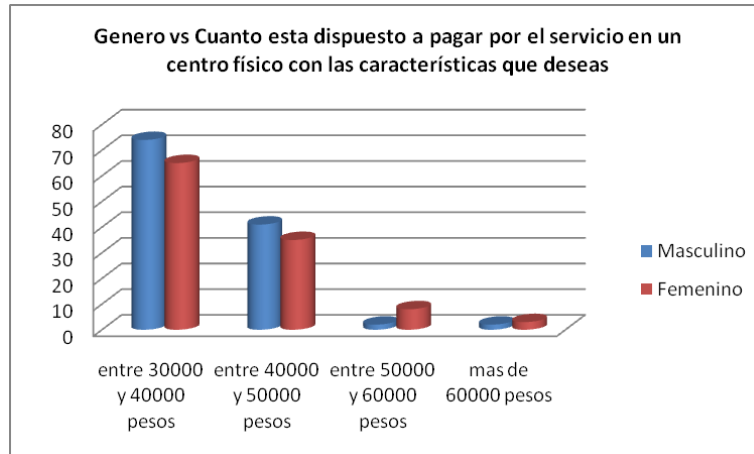


En la gráfica observamos que 98 personas entre 25 años a menos de 45 años están dispuestas a pagar por el servicio de un centro físico de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación entre 30000 y 40000 pesos, 66 personas de la misma edad pagarían entre 40000 y 50000 pesos, 8 entre 50000 y 60000 pesos y 5 pagarían más de 60000 pesos, del otro grupo de edades 14 personas entre 18 años a menores de 25 años pagarían entre 30000 y 40000 pesos, 8 personas de la misma edad pagarían entre 40000 y 50000 pesos y 2 entre 50000 y 60000 pesos y los mayores de 45 años tan solo 27 personas pagarían entre 30000 y 40000 pesos y 2 personas de la misma edad pagarían entre 40000 y 50000 pesos.

**TABLA NO. 45 GÉNERO VS CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO CON LAS CARACTERÍSTICAS QUE DESEAS**

		Cuanto esta dispuesto a pagar por el servicio en un centro físico con las características que deseas				Total
		entre 30000 y 40000 pesos	entre 40000 y 50000 pesos	entre 50000 y 60000 pesos	mas de 60000 pesos	
Género	Masculino	74	41	2	2	119
	Femenino	65	35	8	3	111
Total		139	76	10	5	230

**GRÁFICA No. 20 GÉNERO VS CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO CON LAS CARACTERÍSTICAS QUE DESEAS**



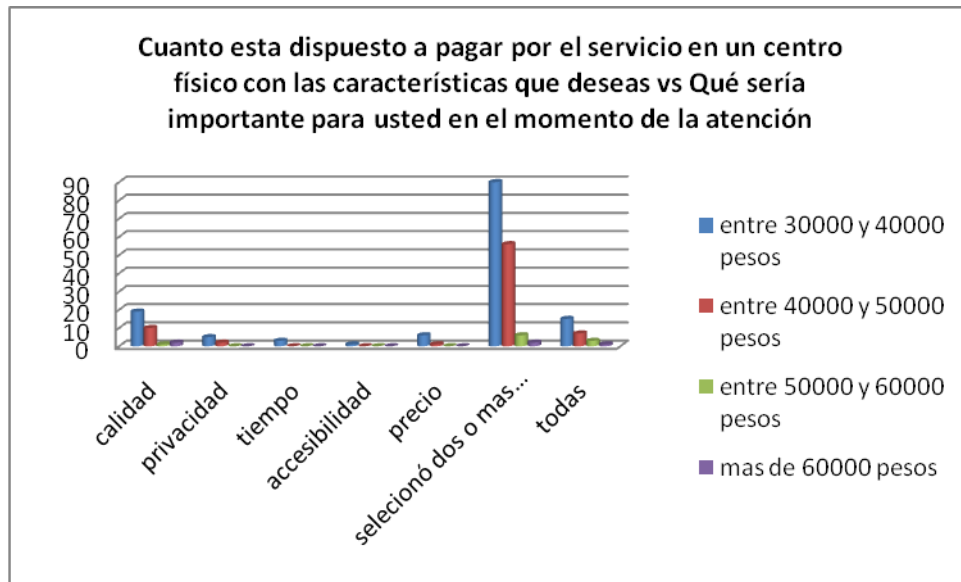
En la gráfica observamos que más los hombres estarían dispuestos a pagar por los servicios en un centro físico de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación que las mujeres pero que ambos pagarían entre 30000 y 40000 pesos.

**TABLA NO. 46 CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO CON LAS CARACTERÍSTICAS QUE DESEAS VS QUÉ SERÍA IMPORTANTE PARA USTED EN EL MOMENTO DE LA ATENCIÓN**

	Qué sería importante para usted en el momento de la atención							Total
	calidad	Privacidad	tiempo	accesibilidad	precio	seleccionó dos o mas opciones	todas	
entre 30000 y 40000 pesos	19	5	3	1	6	90	15	139
entre 40000 y 50000 pesos	10	2	0	0	1	56	7	76
entre 50000 y 60000 pesos	1	0	0	0	0	6	3	10
mas de 60000 pesos	2	0	0	0	0	2	1	5
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>154</b>	<b>26</b>	<b>230</b>



**GRÁFICA No. 21 CUANTO ESTA DISPUESTO A PAGAR POR EL SERVICIO EN UN CENTRO FÍSICO CON LAS CARACTERÍSTICAS QUE DESEAS VS QUÉ SERÍA IMPORTANTE PARA USTED EN EL MOMENTO DE LA ATENCIÓN**



En la gráfica se puede observar que de los 230 encuestados 90 de ellos pagarían entre 30000 y 40000 pesos por el servicio en un centro físico de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación con las características importantes en el momento de la atención como lo son calidad, privacidad, tiempo y que 15 de ellos pagarían lo mismo con todas las características deseadas para una buena atención.

**8.1.2 ANALISIS DE ENCUESTAS DE CLIENTES QUE COMPRAN EL SERVICIO PERO NO LO USAN**

**TABLA NO. 47 SI TIENE CONOCIMIENTO SOBRE CENTROS FÍSICOS**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	1	16.7	16.7	16.7
	no	5	83.3	83.3	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

De las entidades promotoras de salud del régimen contributivo encuestadas el 83.3% tiene conocimiento sobre centros físicos y el 16.7% no tiene conocimiento sobre ellos.

**TABLA NO. 48 CONOCIMIENTO DE LOS BENEFICIOS DEL CENTRO FÍSICO**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	2	33.3	33.3	33.3
	no	4	66.7	66.7	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

El 66.7% de las entidades promotoras de salud del régimen contributivo conoce los beneficios de un centro físico y el 33.3% no conoce los beneficios.

**TABLA NO. 49 INCLUSIÓN DE LOS USUARIOS A P Y P**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	si	6	100.0	100.0	100.0

El 100% de las entidades promotoras de salud del régimen contributivo, incluiría a sus usuarios en programas de promoción y prevención.

**TABLA NO. 50 DISMINUCIÓN DE COSTOS EN P Y P**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente si lo consideraría	5	83.3	83.3	83.3
	Probablemente si lo consideraría	1	16.7	16.7	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

De las entidades promotoras de salud del régimen contributivo encuestadas el 83.3% definitivamente si considera una disminución de costos incluir a sus afiliados a un programa de prevención y prevención y el 16.7% probablemente lo considera como una alternativa para disminuir costos.

**TABLA NO. 51 TIPO DE CONTRATACIÓN EN P Y P**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Cápita	6	100.0	100.0	100.0

El 100% de las entidades promotoras de salud del régimen contributivo, contrataría los programas de promoción y prevención por medio de cápita.

**TABLA NO. 52 IMPORTANCIA EN LA ATENCIÓN A LOS AFILIADOS A SU ENTIDAD**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Seleccionó dos o más opciones	4	66.7	66.7	66.7
	Todas las anteriores	2	33.3	33.3	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

En la tabla anterior se observa que el 66.7% de las entidades selecciono dos o más opciones entre las que están calidad, precio, puntualidad, accesibilidad, privacidad, integralidad. El 33.3% seleccionó todas las opciones

**TABLA NO. 53 TIPO DE CONTRATACIÓN PARA REHABILITACIÓN**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Soat	2	33.3	33.3	33.3
	Iss	4	66.7	66.7	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

De las entidades promotoras de salud del régimen contributivo encuestadas el 66.7% contratarían con manual ISS para la prestación de servicios y el 33.3% contratará con manual SOAT.

**TABLA NO. 54 DISMINUCIÓN DE COSTOS EN REHABILITACIÓN**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Definitivamente si lo consideraría	5	83.3	83.3	83.3
	Probablemente si lo consideraría	1	16.7	16.7	100.0
	Total	6	100.0	100.0	

En la tabla anterior se observa que el 83.3% definitivamente si considera una disminución de costos incluir a sus afiliados a un programa de rehabilitación y el 16.7% probablemente lo considera como una alternativa para disminuir costos.

**TABLA NO. 55 EPS VS TIPO DE CONTRATACIÓN EN P Y P**

		Tipo de contratación en p y p	Total
		Cápita	Cápita
Responsable de contratación en la Eps	Comeva	1	1
	Saludcoop	1	1
	Comfenalco	1	1
	Nueva Eps	1	1
	SOS	1	1
	Sanitas	1	1
Total		6	6

El 100% de las entidades promotoras de salud del régimen contributivo encuestadas, contratarían con Cápita en programas de prevención y promoción.

**TABLA NO. 56 EPS VS TIPO DE CONTRATACIÓN PARA REHABILITACIÓN**

		Tipo de contratación para rehabilitación		Total
		Soat	Iss	Soat
Responsable de contratación en la Eps	Coomeva	0	1	1
	Saludcoop	1	0	1
	Comfenalco	0	1	1
	Nueva Eps	0	1	1
	SOS	0	1	1
	Sanitas	1	0	1
Total		2	4	6

De las entidades promotoras de salud del régimen contributivo encuestadas el 66.7% contratarían con manual ISS para la prestación de servicios y el 33.3% contratará con manual SOAT.

**TABLA NO. 57 EPS VS INCLUSIÓN DE LOS USUARIOS A P Y P**

		Inclusión de los usuarios a p y p	Total
		si	si
Responsable de contratación en la Eps	Coomeva	1	1
	Saludcoop	1	1
	Comfenalco	1	1
	Nueva Eps	1	1
	SOS	1	1
	Sanitas	1	1
Total		6	6

El 100% de las entidades promotoras de salud del régimen contributivo, incluiría a sus usuarios en programas de promoción y prevención.

**TABLA NO. 58 TIPO DE CONTRATACIÓN EN P Y P VS IMPORTANCIA EN LA ATENCIÓN A LOS AFILIADOS**

		Importancia en la atención a los afiliados		Total
		Seleccionó dos o más opciones	Todas las anteriores	Total
Tipo de contratación en p y p	Cápita	4	2	6
Total		4	2	6

En la tabla anterior se observa que el 100% de las entidades promotoras de salud del régimen contributivo contrataría con cápita, de los cuales el 66.7% de las entidades seleccionó dos o más opciones entre las que están calidad, precio, puntualidad, accesibilidad, privacidad, integralidad y 33.3% seleccionó todas las opciones

**TABLA NO. 59 TIPO DE CONTRATACIÓN PARA REHABILITACIÓN VS IMPORTANCIA EN LA ATENCIÓN A LOS AFILIADOS**

		Importancia en la atención a los afiliados		Total
		Seleccionó dos o más opciones	Todas las anteriores	Total
Tipo de contratación para rehabilitación	Soat	1	1	2
	Iss	3	1	4
Total		4	2	6

Se observa que el 16.7% de las entidades selecciono dos o más opciones en cuanto a la importancia en la atención de los afiliados entre las que están calidad, precio, puntualidad, accesibilidad, privacidad, integralidad y contratarán con manual SOAT. El 50% seleccionó dos o más opciones y contratarán con manual ISS.

El 16.7% contratará con manual ISS o SOAT y seleccionó todas las opciones. Además el 66.7% de las entidades promotoras de salud del régimen contributivo contrataría con el manual ISS y el 33.3% contratará con manual SOAT.

Las anteriores tablas con su respectivo análisis nos permiten establecer el estudio del mercado, es decir determinar el espacio que ocupará el centro físico de promoción, prevención y rehabilitación en la ciudad de Popayán.

En este estudio de mercado se define:

## **1. MERCADO META**

### ***PARTICULARES:***

Para alcanzar las metas del plan financiero anualmente se debe contar con un 3.5% de la población Universo (que corresponde a 4.416 personas). La cual se distribuye de la siguiente manera:

<b>TOTAL</b>	<b>ESTRATO TRES (2.5%)</b>	<b>ESTRATO CUATRO (0.5%)</b>	<b>ESTRATO CINCO (0.5%)</b>
4.416 personas	3.154 personas	631 personas	631 personas

### ***EMPRESAS ADMINISTRADORAS DE PLANES DE BENEFICIOS (EAPB)***

En la ciudad de Popayán existen siete EAPB del régimen contributivo, de las cuales cuatro (Nueva EPS, Coomeva, Saludcoop, Salud Colombia) tienen sus propias IPS que prestan los servicios de promoción, prevención y rehabilitación. Por lo tanto el mercado meta sería las otras entidades (Sanitas, Comfenalco, S.O.S) que no cuentan con una IPS propia, de estas entidades el objetivo es dar cobertura al 70% en promoción y prevención y un 10% en rehabilitación.

## **2. SERVICIO**

La institución ofrecerá estrategias y atenciones en pro de la Promoción de la Salud a través de la implementación del gimnasio, la Prevención de la Enfermedad; al igual que rehabilitar funciones perdidas o alteradas y prestará servicios integrales de salud basados en las necesidades del usuario, cumpliendo con estándares de calidad y a costos justos, teniendo en cuenta que la prioridad es el paciente y sus familiares bajo cualquier circunstancia.

### **3. DEMANDA DE SERVICIO**

#### **SERVICIO DE PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN**

Al realizar las encuestas a afiliados al régimen contributivo un 96.1% respondió que asistiría a un gimnasio y el 67.4% asiste a programas de promoción y prevención. Además en la encuestas realizadas a las EAPB contributivas refieren en un 100% que definitivamente consideraría incluir a sus afiliados a un programa de prevención y promoción. Estos datos nos permiten afirmar que en la ciudad de Popayán el servicio de promoción de la salud y prevención de la enfermedad podría tener gran demanda, ya que tanto EAPB como particulares están utilizando y beneficiándose del servicio.

#### **REHABILITACIÓN**

Al analizar las encuestas realizadas podemos observar que de los 230 encuestados el 44.8% ha presentado algún tipo de limitación de los cuales el 71.4% han asistido a rehabilitación física. Lo anterior indica que en la ciudad de Popayán el servicio de rehabilitación tiene demanda, debido a que la incidencia de limitaciones físicas es alta y que los afectados buscan profesionales que los ayuden en la rehabilitación de su alteración.

#### **CENTRO FÍSICO INTEGRAL**

A la pregunta ¿usted asistiría a un centro físico de promoción de la salud, prevención de la enfermedad y rehabilitación? Un 99.6% respondió que si asistiría a una atención integral de estos tres servicios, lo cual puede indicar que la prestación de los servicios de forma integral tendrá alta probabilidad de demanda.

### **4. OFERTA DE SERVICIO**

Se ofertará y promoverá el servicio de manera integral es decir que se tratará que los servicios de promoción, prevención y rehabilitación se presten de forma conjunta, pero si en su defecto un usuario o EAPB demanda un servicio de forma independiente se le prestara la atención con la misma calidad.

Los servicios de promoción y prevención se prestarán en la modalidad de acondicionamiento físico (gimnasio con rutina supervisadas) y los programas de promoción y prevención establecidos por el gobierno (grupo de adulto mayor, jóvenes, entre otros) para lo cual se generarán demandas inducidas. Además se tendrían profesionales disponibles según el requerimiento y demanda de pacientes.



Evaluando las encuestas se observa que un 48.9% asistiría al gimnasio tres veces por semana y el horario preferido con un 45.9% es de 6 a 10 pm, por lo cual se plantaría que en estas horas y en determinados días se realizarán actividades donde un profesional pueda supervisar a varias personas (ejemplo spinning, step, baile deportivo, entre otros) para ofrecer mas opciones a nuestros usuarios y disminuir costos.

Con respecto a la demanda de rehabilitación se observa que el mayor porcentaje de pacientes asistirán de 7 am a 1 pm un 48.1%, muy seguido con un 43.5% de 1 pm-6 pm, lo cual nos indica que en estas dos jornadas se debe contar con un Fisioterapeuta disponible para que de apoyo en la atención de los servicios, con el fin de dar la oportunidad y privacidad que se ofrece en la características del proceso.

En resumen los servicios se ofertaran de la siguiente manera:

PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN	REHABILITACIÓN
Gimnasio (evaluación previa de ortopedia y cardiología, rutinas supervisada)	Atención integral de especialistas
Estimulación adecuada, Psicoprofilaxis, Adulto mayor y jóvenes (Talleres teórico-prácticos dirigidos por profesional)	Rehabilitación física supervisada por un fisioterapeuta (con privacidad, oportuno y puntual)
Hipertensión y diabetes (Control y toma de presión y glucometrías, medicación, cronograma de capacitación)	Tratamiento integral por especialistas
Nutrición (Taller de culinaria donde se enseñe la preparación de dietas balanceadas)	Neuro-desarrollo (valoración previa por neurología- atención de rehabilitación por especialista)
Crecimiento y desarrollo (una jornada mensual dirigida por especialista en Pediatría)	

## 5. MERCADO POTENCIAL

### ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Empresas que estén habilitadas para prestar los servicios de promoción, prevención y rehabilitación de forma integral no hay en la ciudad de Popayán, por

lo tanto es necesario evaluar la percepción de los clientes de empresas que presta algún o algunos de los servicios que se encontrarían en el portafolio del centro Físico. Por lo anterior se evaluara la asistencia y satisfacción de gimnasio, programas de promoción, prevención y rehabilitación

Según las encuestas realizadas el grado de satisfacción en el gimnasio es de 86.5%, en programas de promoción y prevención un 86.1% y en rehabilitación un 92.9%. Estos índices de satisfacción son altos por lo cual la competencia en este campo es fuerte, pero cabe anotar que el nivel de completamente satisfecho es bajo, lo anterior indica que hay que brindar servicios y estrategias que lleven al usuario a estar totalmente satisfecho. Este ámbito de innovación será la potencialidad que ofrezca el Centro Físico.

Además se observa que de los encuestados un 32.6% sabe que es un programa de promoción y prevención pero no asiste, de igual forma un 17.4% les gusta realizar ejercicio pero no asiste a gimnasio, es decir que esta población son clientes potenciales para realizar estrategias y actividades para conseguir demanda inducida.

Para poder determinar y valorar la competencia es importante realizar el análisis DOFA del centro físico, en donde se comparen las fortalezas y debilidades, que los investigadores consideran como prevalentes e importantes, frente a la competencia (los dos competidores más destacados en la ciudad de Popayán), y determinar cuales son las amenazas y oportunidades que nos ofrece el mesoentorno:

<b>FORTALEZA</b>	<b>E1</b>	<b>E2</b>	<b>CENTRO FÍSICO</b>
Planta física ubicada en lugar de fácil acceso y sin barreras arquitectónicas	√	x	√
Planta medica de alto nivel	√	√	√
Compromiso del personal con su servicio	x	x	√
Convenio Docente Asistencial	√	x	√
Atención personalizada	x	x	√
Capacitación continua mediante jornadas y seminarios	x	x	√
Servicios de apoyo clínico y terapéutico	x	x	√
Desarrollo económico y de responsabilidad empresarial en la Ciudad de Popayán	x	x	√
Responsabilidad social empresarial	x	x	√

<b>DEBILIDADES</b>	<b>E1</b>	<b>E2</b>	<b>CENTRO FÍSICO</b>
Alta inversión de capital para apertura de la empresa	x	x	√
Reconocimiento de la institución	√	√	x
Fidelidad de clientes	√	√	x
Contratos establecidos con EAPB	√	√	x
Adecuación de infraestructura	√	√	x

√: tiene      x: no tiene

E1: Empresa uno      E2: Empresa dos

Por confidencialidad se denotan E1 Y E2 al nombre de las empresas que se analizarán como competencia en este estudio.

**OPORTUNIDADES:**

- Aplicación de avances médicos desarrollados.
- Entrar en nuevos mercados o segmentos.
- Atender a grupos adicionales de clientes.
- Ampliación de la cartera de productos para satisfacer nuevas necesidades de los clientes.
- Crecimiento rápido del mercado.
- Nuevas tecnologías
- Posicionamiento estratégico
- Creación de empleo.
- Crecimiento y distribución demográfica.

**AMENAZAS:**

- Crisis económica
- Estabilidad política del país.

- Sistema de gobierno, creación de normativa que afecte a la institución.
- Desastre Natural
- Entrada de nuevos competidores con costos más bajos.
- Crecimiento lento del mercado.
- Cambio en las necesidades y gustos de los consumidores.
- Incremento de barreras y requisitos reglamentarios costosos.
- Creciente poder de negociación de clientes y/o proveedores.

## **6. PRECIO**

Para abordar este análisis se dividirá el precio en dos tipos clientes, los particulares y las EAPB.

### **PARTICULARES**

Para los particulares se tiene en cuenta que un 60.4 % pagaría por la atención en un centro físico un valor entre 30.000 y 40.000 pesos, con servicios de calidad, privacidad, tiempo, accesibilidad y precio.

El precio mínimo en el cual se podría ofertar los servicios con las características deseadas es de 40.000 pesos, este valor es factible y accesible desde el punto de vista que un 65.2 % es estrato 3, y el 34.8% son estratos mas altos.

### **EAPB**

Para las EAPB se pueden establecer tarifas diferenciales para la atención de promoción y prevención con respecto a los precios de rehabilitación.

Para promoción y prevención se pueden ofertar con contrato tipo cápita, pero teniendo en cuenta que las condiciones son: que la cápita debe ser mínimo del 70% de los afiliados a la EAPB del municipio de Popayán y el porcentaje del valor cápita no inferior al 3%.

En el servicio de rehabilitación la contratación sería por evento a tarifa ISS 2001 + 30%.

También se podría pactar que por pronto pago en los veinte días posterior al envío de la cuenta de cobro se haría un descuento del 5% en la totalidad del monto, y si el pronto

pago se hace en los treinta días posteriores al envío de la cuenta de cobro, descuento del 3% en la totalidad del monto.

## **8.2 ESTUDIO TÉCNICO**

### **8.2.1 DISEÑO DEL SERVICIO**

Nuestros servicios incluyen:

- Medicina general y especializada (Neurología, Ortopedia y traumatología, Cardiología, Fisiatría, Pediatría)
- Enfermería
- Nutrición
- Fisioterapia

La institución busca la Promoción de la Salud y la Prevención de la Enfermedad, y prestará servicios integrales de salud basados en las necesidades del usuario, cumpliendo con estándares de calidad y a costos justos, teniendo en cuenta que la prioridad es el paciente y sus familiares bajo cualquier circunstancia.

Además ofertará servicio de rehabilitación con tecnología de punta que favorezca la recuperación de habilidades destrezas perdidas por algún tipo de limitación física, sensorial o cognitiva.

La institución planeará estrategias de prestación de servicios que garantice a los usuarios el acceso oportuno, eficaz, eficiente y de calidad disminuyendo barreras.

Además se mantendrá mecanismos de mejora continua para el cliente interno que estimulen y capaciten al recurso humano, el cual estará equipado de acuerdo a la tecnología médica más actualizada.

El servicio se prestará a las EAPB y a particulares en las siguientes modalidades:

- Paquete integral (promoción, prevención y rehabilitación)
- Promoción y prevención
- Rehabilitación
- Gimnasio con rutinas supervisadas por expertos

## **8.2.2 CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO**

- Calidad del servicio
- Trato personalizado
- Oportunidad en el servicio
- Amplio portafolio de servicio
- Seguimiento pos atención.
- Accesibilidad
- Tarifas asequibles a todos los usuarios
- Atención eficiente
- Equidad en el trato
- Prestar una atención integral
- Involucra a toda la población tanto sana como enferma

## **8.2.3 PLAZA**

La edificación estará en un lugar de fácil acceso y contará con un espacio para parqueo temporal de vehículos (bahía).

En cumplimiento con la ley 361 el andén será amplio de tal manera que pasen 2 sillas de ruedas (1.80 mt.), las puertas principales de acceso abrirán hacia el exterior o en ambos sentidos con no inferior a 180 grados con manijas automáticas al empujar y elaboradas en cristal con franjas anaranjadas con un ancho de dos metros. Además tendrá salida de emergencia de un metro de ancho.

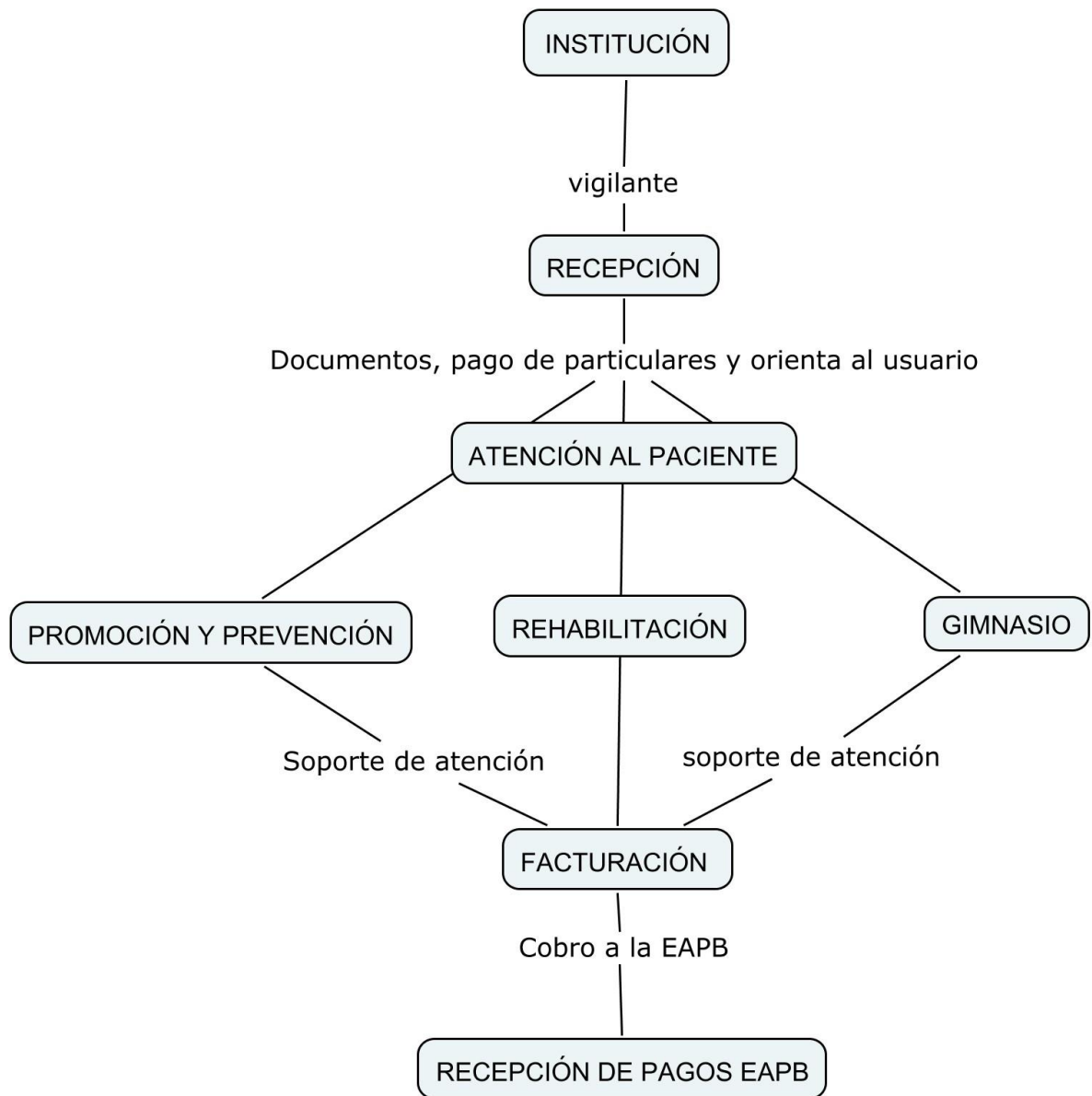
La instalación será de dos niveles, en el primer nivel se ubicará el programa de rehabilitación física y en segundo nivel será lo referente a promoción y prevención. Estos pisos se comunicarán por medio de escaleras de un ancho mínimo de 1.20 mt, pasamanos 75-90 cm, huella: 27 cm, contrahuella: 13 - 18 cm, la huella con antideslizante. También se comunicará con una rampa alterna a la escalera con un ancho mínimo de 1.20 mt, con antideslizante, pasamanos, barandillas y antepechos.

En los baños los lavamanos estarán a una altura de 80 cm, con espacio inferior libre para silla de ruedas; el inodoro será de 40 – 45 cm de alto con descargue con acceso de mano – codo, igualmente contará con un apoyo para transferencia de silla de ruedas.

Toda la infraestructura contará con paredes de fácil lavado y piso antideslizante.

(ANEXO 3. Plano de la edificación del centro físico de promoción, prevención y rehabilitación).

## 8.2.4 PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO



El vigilante ayuda al ingreso del paciente y su familiar, el usuario se dirige a la recepcionista quien recibe los documentos administrativos (copia de documento de identidad, autorización de la EAPB) y/o pago de la atención particular, además orienta al usuario al área de servicio que demanda. Se realiza la prestación del servicio en las áreas de prevención y promoción, rehabilitación y gimnasio. Se genera el soporte de la atención para su facturación que permita realizar el cobro a la EAPB. Se envía la cuenta de cobro del mes facturado y la EAPB contará con 15 días para la devolución de cuentas y emitir la respectiva glosa, 30 días para



desembolsar el dinero de las atenciones no glosadas. La atención que presenta algún tipo de objeción se resolverá en un tiempo menor a 15 días y se reenviarán a la EAPB para respectivo pago

### **8.3 ESTUDIO LEGAL-ORGANIZACIONAL**

#### **8.3.1 LA SOCIEDAD**

La organización a constituirse será de *Sociedad Anónima* la cual es un tipo de sociedad mercantil en la cual la responsabilidad está limitada al capital aportado, y por lo tanto, en el caso de que se contraigan deudas, no se responde con el patrimonio personal de los socios. Al inicio la sociedad estará conformada por tres socios quienes desarrollarán el proyecto desde su estudio de factibilidad, de igual forma regirán en la junta de socios de la empresa. La sociedad anónima estará abierta a nuevos socios.

#### **8.3.2 MISIÓN**

Contribuir al desarrollo de la Ciudad de Popayán y apoyar al mejoramiento de la salud de la población, garantizando el respeto de los derechos y deberes de los ciudadanos, mediante la inclusión de programas de promoción y prevención y la prestación de servicios terapéuticos y rehabilitación con responsabilidad social.

#### **8.3.3 VISIÓN**

Lograr en el 2025 ser una institución acreditada, mediante la inclusión de programas de promoción y prevención y la prestación de servicios terapéuticos y rehabilitación, que garantice un desarrollo económico en la Ciudad de Popayán con responsabilidad empresarial, siendo un referente nacional e internacional del mejoramiento continuo y de calidad.

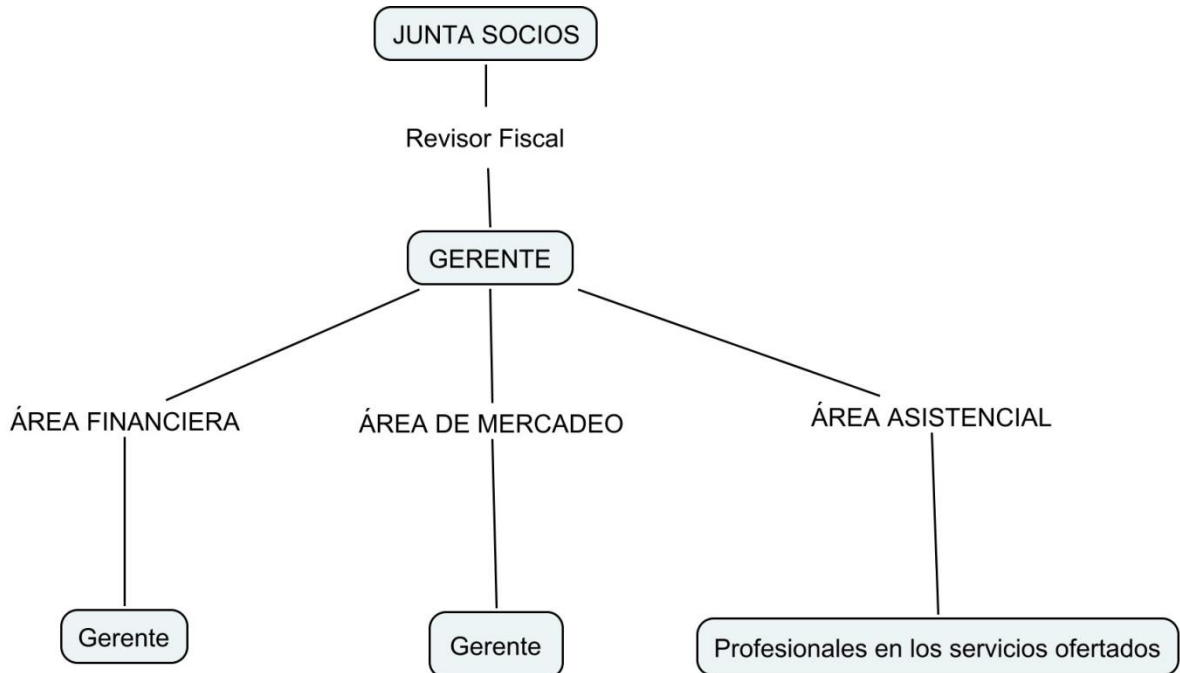
#### **8.3.4 VALORES**

Equidad: Prestación de los servicios con calidad sin importar características socio demográficas.

Respeto: Consideración a los demás, tanto cliente interno como externo.

Puntualidad: Prestar la atención en el horario establecido.

### 8.3.2 ORGANIGRAMA



El organigrama está diseñado según las actividades establecidas para el desarrollo de la empresa, el cual se adaptará o modificará dependiendo del crecimiento de la empresa.

### 8.3.3 LICENCIA Y DERECHO

Se debe hacer escritura Pública

Registrar ante la autoridad tributaria (NIT) y la Cámara de Comercio del Cauca, para lo cual se debe presentar:

- Copia autenticada de la escritura o documento privado de constitución
- Anexar copia de pago de impuesto de registro.
- Adquirir y diligenciar el formulario de registro único empresarial, compuesto por una caratula única empresarial y un anexo de matrícula mercantil.
- Copia de formato RUT

- Diligenciar el Nit.
  - Cancelar el valor de los derechos de la matricula de la persona jurídica y del establecimiento del comercio.
  - Fotocopia legible de los documentos de identificación de todos los socios.
- (Circular única de 2001, Supercomercio)

### 8.3.4 OBLIGACIONES LEGALES

#### *Los Contratos*

Los contratos de trabajo son aquellos en que una persona natural se obliga un servicio personal a otra natural o jurídica, bajo subordinación de la segunda y con remuneración económica.

#### *Características Contrato a término Fijo*

- Debe estar por escrito
- Son contratos prorrogables
- Se cancelan todas las prestaciones por ley (salud, pensión, ARP)
- Se pueden hacer por un periodo inferior a un año durante tres prorrogas luego será anual.
- La terminación del contrato necesita preaviso mínimo de 30 días

#### *Características por prestación de servicio*

- El contrato de prestación de servicios se celebra cuando se requiere que la persona tenga conocimientos especializado en un área determinada preste los servicios en la institución

#### *Costos legales para la constitución de la empresa:*

Formulario de Matrícula de Cámara y comercio	\$4.200
Formulario de Matrícula Mercantil	\$4.200
Impuesto de Registro de Gobierno (0.7% del capital inicial-Activos)	\$1.680.000
Elaboración de estructura de Constitución y contratos	\$320.000

Uso de suelos	\$33.900
Constitución industria y Comercio	\$860.000
Certificado de seguridad de Bomberos	\$45.000
Certificado de salud Pública	\$18.000
Total	\$2965300

### **8.3.5 PLAN DE TALENTO HUMANO**

Selección del personal: Se establecerán perfiles según el cargo que se necesite, donde se especifique profesión, experiencia, referencias, estudios complementarios. Además se solicitará Hoja de vida que contenga los soportes que acreditan el cumplimiento del perfil establecido y documentos exigidos por la Ley.

El tipo de contratación será por orden de prestación de servicio durante los primeros cuatro meses, con previa inducción, después se hará por contrato laboral por tres meses durante tres periodos, por último será contratación a un año hasta cuando se requiera.

El gerente se encargará de programar y realizar capacitaciones y actualizaciones al personal que labora en la institución.

### **8.3.6 PERMISOS Y LIMITACIONES**

Normativa para las Empresas dada por el Ministerio de la Protección Social

El Ministerio de la Protección Social mediante el Decreto 1011 de 2006 y la resolución 1043 de 2006 establece condiciones de Habilitación para los sitios que ofrecen servicios en salud.

Además nos rige el decreto 1011 de 2006 donde obliga a todas las entidades prestadoras de servicios en salud a contar con un Sistema Obligatorio de Garantía de la Calidad que propende a la mejora continua.

## 8.4 ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO

### 8.4.1 PLAN ECONOMICO-FINANCIERO CENTRO FÍSICO INTEGRAL PRO-SALUD

<b>PLAN DE INVERSION</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>INVERSION</b>
GASTOS DE CONSTITUCION PUESTA EN MARCHA	\$ 3.000.000
EDIFICACIONES	\$ 150.000.000
MAQUINARIA, INSTALACIONES Y UTILAJE	\$ 100.000.000
MOBILIARIA Y ENSERES	\$20.000.000
EQUIPO PARA PROCESO DE INFORMACIÓN	\$10.000.000
APLICACIONES INFORMATICAS	\$7.000.000
DEPÓSITOS Y FINANZAS	\$ 50.000.000
CIRCULANTE	\$ 100.000.000
TOTAL	\$ 440.000.000

### 8.4.2 FINANCIACION CENTRO FÍSICO PRO-SALUD

<b>PLAN DE FINANCIACION INICIAL</b>	
<b>CONCEPTO</b>	<b>IMPORTE</b>
APORTES DE LOS SOCIOS	\$ 240.000.000
PRESTAMO A LARGO PLAZO, i preferencial	\$ 100.000.000
CREDITOS LARGO PLAZO, i corriente	\$ 100.000.000
OTROS	\$ 0
TOTAL	\$ 440.000.000

#### 8.4.3 BALANCE GENERAL INICIAL CENTRO FÍSICO PRO-SALUD

	ACTIVO			PASIVOS
CAJA Y BANCOS	\$ 440.000.000		CREDITO A CORTO PLAZO	\$ 0
			PRESTAMO A LARGO PLAZO	\$ 200.000.000
			<b>TOTAL PASIVO</b>	\$ 200.000.000
				<b>PATRIMONIO</b>
			<b>CAPITAL</b>	\$ 240.000.000
<b>TOTAL ACTIVO</b>	\$ 440.000.000		<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ 440.000.000

#### 8.4.4 CONDICIONES FINANCIERAS LARGO PLAZO TASA PREFERENCIAL

<b>IMPORTE PRESTAMO</b>	\$ 100.000.000
TIPO DE INTERES	12%
PERIODO DE AMORTIZACIÓN	5
PERIODO DE CARENIA (Gracia)	0

#### 8.4.5 CUADRO PRESTAMO A LARGO PLAZO

AÑO	CAPITAL INICIAL	AMORTIZADO	CAPITAL PENDIENTE	INTERESES
1	\$ 100.000.000	\$ 20.000.000	\$ 80.000.000	\$ 12.000.000
2	\$ 80.000.000	\$ 20.000.000	\$ 60.000.000	\$ 9.600.000
3	\$ 60.000.000	\$ 20.000.000	\$ 40.000.000	\$ 7.200.000
4	\$ 40.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 4.800.000
5	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 0	\$ 2.400.000

#### 8.4.6 CONDICIONES FINANCIERAS LARGO PLAZO TASA CORRIENTE

<b>IMPORTE PRESTAMO</b>	\$ 100.000.000
TIPO DE INTERES	15%
PERIODO DE AMORTIZACIÓN	5
PERIODO DE CARENIA (Gracia)	0

#### 8.4.7 CUADRO CREDITO A LARGO PLAZO

AÑO	CAPITAL INICIAL	AMORTIZADO	CAPITAL PENDIENTE	INTERESES
1	\$ 100.000.000	\$ 20.000.000	\$ 80.000.000	\$ 15.000.000
2	\$ 80.000.000	\$ 20.000.000	\$ 60.000.000	\$ 12.000.000
3	\$ 60.000.000	\$ 20.000.000	\$ 40.000.000	\$ 9.000.000
4	\$ 40.000.000	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 6.000.000
5	\$ 20.000.000	\$ 20.000.000	\$ 0	\$ 3.000.000

#### 8.4.8 FACTURACIÓN PREVISTA (ANUAL)

Según el estudio de mercado, basado en mercado meta y la capacidad instalada el siguiente cuadro representa la posible facturación anual del centro físico de promoción, prevención y rehabilitación:

<b>FACTURACIÓN A EAPB</b>				
Servicio	Unidades	Precio	Total	Observación
Promoción y prevención	5000	\$40,000	\$200,000,000	Incluyendo gimnasio
Rehabilitación	6000	\$20,000	\$120,000,000	Por sesión
Medicina especializada	3000	\$50,000	\$150,000,000	Según requerimiento del paciente
Atención integral	7000	\$50,000	\$350,000,000	Sin especialista
<b>FACTURACIÓN A PARTICULARES</b>				
Promoción y prevención	2500	\$40,000	\$100,000,000	Incluyendo gimnasio
Rehabilitación	4000	\$30,000	\$120,000,000	Por sesión
Medicina especializada	600	\$70,000	\$42,000,000	Según

				requerimiento del paciente
Atención integral	3000	\$60,000	\$180,000,000	Sin especialista
Total	31100		\$1,262,000,000	

Se estima que a diario se realizarán en promedio, en el centro físico, 100 atenciones distribuidas en los servicios de promoción, prevención, rehabilitación y atención integral.

SERVICIOS	PARTICULARES	EAPB	TOTAL
Promoción y prevención	8	15	23
Rehabilitación	13	20	33
Medicina especializada	2	10	12
Atención integral	10	22	32
Total	33	67	100

#### 8.4.9 PREVISIÓN DE GASTOS CORRIENTES

Previsión de gastos corrientes	
Gastos generales (sin personal)	
Concepto	Importe
Insumos (guantes, baja lenguas, tapabocas, alcohol glicerinado, gel del ultrasonido, aceite, crema)	\$36,000,000
Otras compras (material de oficina, mesas, sillas, computadores, papel, lapiceros, cocedoras, perforadoras, saca ganchos, sellos)	\$20,000,000
Impuesto predial (7% mil por edificación)	\$1,500,000
Mantenimiento (Después de un año de uso)	\$50,000,000
Primas de seguro	\$28,000,000
Servicios bancarios (amortización de capital)	\$67,000,000
Servicios públicos (electricidad, agua, tel, fax,)	\$50,000,000
Comunicaciones (Publicidad y relaciones públicas)	\$40,000,000
Tributos (salud exento de IVA, ICA, Reteica)	\$27,000,000
Otros (gastos administrativos y de información)	\$8,000,000
Total	\$327,500,000



#### 8.4.10 EMPLEO PREVISTO/GASTO DE PERSONAL

Empleo Previsto/Gasto de Personal			
Categoría profesional	Ordenes de prestación de servicio	Valor Honorarios	Total
Medicina general	2	\$42,000,000	\$84,000,000
Medicina especialista	1 (por evento)	\$7,000,000	\$7,000,000
Fisioterapeuta	2	\$21,600,000	\$43,200,000
Ortopedia y traumatología	1	\$21,000,000	\$21,000,000
Nutricionista	1	\$12,000,000	\$12,000,000
Pediatría	1	\$7,000,000	\$7,000,000
Neurología	1	\$7,000,000	\$7,000,000
Fisiatría	1	\$21,000,000	\$21,000,000
Enfermería	2	\$21,600,000	\$43,200,000
Cardiología	1	\$21,000,000	\$21,000,000
Gerente	1	\$60,000,000	\$60,000,000
Revisor fiscal	1	\$20,000,000	\$20,000,000
Personal oficinas varios	2	\$6,000,000	\$12,000,000
Secretarias	1	\$9,600,000	\$9,600,000
Total			\$348,000,000

#### 8.4.11 AMORTIZACIONES

ELEMENTO	%AMORTIZACION	INVERSIÓN	CUOTA
GASTOS DE CONSTITUCION PUESTA EN MARCHA	33.33%	\$ 3.000.000	\$ 1.000.000
MOVILIARIA Y ENSERES	33.33%	\$ 20.000.000	\$ 6.700.000
		TOTAL	\$ 7.700.000

#### 8.4.12 ESTADO DE RESULTADO

Para abordar este acápite se realizará un estado de resultado con el cumplimiento de la facturación anual en un 100%, 70% y 50% .Esto permite establecer cual será el cumplimiento mínimo de ventas para la sostenibilidad financiera

ESTADO DE RESULTADO CON 100 PROCEDIMIENTOS DIARIOS, 31100 ANUALES					
Año	Crecimiento a 1 año	5% crecimiento 2 años	10% crecimiento 3 años	12% crecimiento 4 años	15% crecimiento 5 años
Ventas	1.262.000.000	1.325.100.000	1.457.610.000	1.632.523.200	1.877.401.680
Gastos Generales	327.500.000	343.875.000	378.262.500	423.654.000	487.202.100
Gastos de personal	348.000.000	365.400.000	401.940.000	450.172.800	517.698.720
Amortización	7.700.000	7.700.000	7.700.000	7.700.000	7.700.000
Utilidad operacional	578.000.000	608.125.000	669.707.500	750.996.400	864.800.860
UAll	578.000.000	608.125.000	669.707.500	750.996.400	864.800.860
Intereses anuales	27.000.000	21.600.000	16.200.000	10.800.000	5.400.000
UAI	551.000.000	586.525.000	653.507.500	740.196.400	859.400.860
Impuesto 30%	165.300.000	175.957.500	196.052.250	222.058.920	257.820.258
Resultado ganancia neta	385.200.000	410.567.500	457.455.250	518.137.480	601.580.602

La tabla anterior muestra el estado de resultados que se espera cuando se alcanza el mercado meta anual, pero vale la pena hacer un análisis y ver que tanto afecta el estado de resultados cuando la meta llegue al 70% y el 50%.

<b>ESTADO DE RESULTADO CON 70 PROCEDIMIENTOS DIARIOS, 21770 ANUALES</b>					
Año	Crecimiento a 1 año	5% crecimiento 2 años	10% crecimiento 3 años	12% crecimiento 4 años	15% crecimiento 5años
Ventas	883.400.000	927.570.000	1.020.327.000	1.142.766.240	1.314.181.176
Gastos Generales	327.500.000	343.875.000	378.262.500	423.654.000	487.202.100
Gastos de personal	348.000.000	365.400.000	401.940.000	450.172.800	517.698.720
Amortización	7.700.000	7.700.000	7.700.000	7.700.000	7.700.000
Utilidad operacional	200.200.000	210.595.000	232.424.500	261.239.440	301.580.356
UAI	200.200.000	210.595.000	232.424.500	261.239.440	301.580.356
Intereses anuales	27.000.000	21.600.000	16.200.000	10.800.000	5.400.000
UAI	173.200.000	188.995.000	216.224.500	250.439.440	296.180.356
Impuesto 30%	51.960.000	56.698.500	64.867.350	75.131.832	88.854.107
Resultado ganancia neta	121.240.000	132.296.500	151.357.150	175.307.608	207.326.249

<b>ESTADO DE RESULTADO CON 50 PROCEDIMIENTOS DIARIOS, 15550 ANUALES</b>					
Año	Crecimiento a 1 año	5% crecimiento 2 años	10% crecimiento 3 años	12% crecimiento 4 años	15% crecimiento 5años
Ventas	631.000.000	662.550.000	728.805.000	816.261.600	938.700.840
Gastos Generales	327.500.000	343.875.000	378.262.500	423.654.000	487.202.100
Gastos de personal	348.000.000	365.400.000	401.940.000	450.172.800	517.698.720
Amortización	7.700.000	7.700.000	7.700.000	7.700.000	7.700.000

Utilidad operacional	(52.200.000)	(54.425.000)	(59.097.500)	(65.265.200)	(73.899.980)
UAI	52.200.000	54.425.000	59.097.500	65.265.200	73.899.980
Intereses anuales	27.000.000	21.600.000	16.200.000	10.800.000	5.400.000
UAI	25.200.000	32.825.000	42.897.500	54.465.200	68.499.980
Impuesto 30%	7.560.000	9.847.500	12.869.250	16.339.560	20.549.994
Resultado ganancia neta	17.640.000	22.977.500	30.028.250	38.125.640	47.949.986

Como se puede observar en las anteriores tablas con un cumplimiento de metas hasta el 70% el centro físico es sostenible en el tiempo, pero con un 50% el negocio no es factible.

## 9. CONCLUSIONES

- El centro físico de atención integral de promoción, prevención y rehabilitación en la ciudad de Popayán es un plan de negocio viable desde el punto de vista de análisis de los estudios de mercado, técnico, legal-organizacional y financiero; siempre y cuando se cuente con contratación para empresa administradora de planes de beneficios y particulares, es decir que se realicen como mínimo 70 atenciones diarias
- Existe probabilidad de gran demanda del centro físico de atención integral de promoción, prevención y rehabilitación en la ciudad de Popayán, pero a bajo costo con estándares de calidad, según refleja el análisis del estudio de mercado.
- El mercado espera un portafolio de servicios del centro de atención integral de promoción, prevención y rehabilitación amplio y flexible, lo cual le permitirá al cliente escoger los planes que satisfagan su necesidad. Además al contar con una edificación amplia y sin barreras arquitectónicas permite a los clientes mayor confort; como se establece en el estudio técnico.
- El estudio legal-organizacional favorece a la creación del centro físico de atención integral de promoción, prevención y rehabilitación en la ciudad de Popayán, ya que como pertenecer al campo de la salud se exonera de tributos, como el IVA, y por el tipo de contratación que se va a utilizar.
- Para la puesta en marcha del centro físico de atención integral de promoción, prevención y rehabilitación en la ciudad de Popayán se necesita alta inversión económica, pero esta inversión con adecuadas contrataciones y captación de clientes potenciales se recupera en corto plazo (menos de 3 años), como se observa en el estudio económico-financiero.
- Independientemente del tipo de contratación y características socio demográficas del cliente, el centro físico debe identificarse por la calidad en la atención, ya que la competencia tiene satisfecho al cliente, pero hay que brindar estrategias de innovación para alcanzar la completa satisfacción del

mismo, superando sus expectativas y generando una imagen corporativa que permita posicionarse en el mercado de la salud en la ciudad de Popayán.

- Al analizar el estado de resultado disminuyendo las ventas anuales en un 70% y 50% se puede observar que hasta alcanzando un 70% de lo propuesto se obtiene buena rentabilidad, pero con el 50% de las ventas no es factible la sostenibilidad del en el tiempo del centro físico integral.

## 10. RECOMENDACIONES

- Se recomienda que los trabajos de investigación sean divulgados y publicados, ya que las investigaciones realizadas por las Instituciones de Educación Superior sirven para planificar políticas sociales de salud y educación, además de crear empresas. Mejorando así procesos innovadores para las prácticas profesionales.
- Colombia en los últimos años ha estado en un contaste crecimiento económico, y sobretodo el campo de la salud, lo cual crea un ambiente optimo para realizar inversión económica, por lo tanto es una opción favorable la creación de empresa.
- En toda empresa que se genere, independientemente de su misión, la atención que se brinde al cliente debe ser sin discriminaciones y con estándares de calidad para lograr un posicionamiento frente a la competencia.
- Llevar a cabo un plan de negocio donde se evalúe el estudio de mercado, técnico, legal-organizacional, económico-financiero antes de la iniciar una organización, con el fin de analizar las amenazas y oportunidades, es decir el riesgo que se toma en la creación de la misma.

## 11. BIBLIOGRAFIA

1. ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA SALUD. Agenda de investigación [en línea]. <http://www.who.int/peh-emf/research/agenda/es/index.html>.
2. PLAN DE NEGOCIO [en línea] [http://es.wikipedia.org/wiki/Plan\\_de\\_negocio](http://es.wikipedia.org/wiki/Plan_de_negocio)
3. Cómo diseñar un plan de negocios. Graham Friend y Stefan Zehle. Buenos Aires: Cuatro Media; The Economist, 2008.
4. DANE [en línea] [http://www.dane.gov.co/daneweb\\_V09/index.php?option=com\\_content&view=article&id=57&Itemid=66](http://www.dane.gov.co/daneweb_V09/index.php?option=com_content&view=article&id=57&Itemid=66).
5. FORMULA DE SELECCIÓN DE MUESTRA [en línea] [http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/gender/formujer/cosrica/crs\\_emp.pdf](http://www.ilo.org/public/spanish/region/ampro/cinterfor/temas/gender/formujer/cosrica/crs_emp.pdf)
6. PROMOCIÓN DE LA SALUD [en línea] [http://promocionsalud.ucaldas.edu.co/downloads/Revista%205\\_2.pdf](http://promocionsalud.ucaldas.edu.co/downloads/Revista%205_2.pdf)
7. GIMNASIO [en línea] <http://www.definicionabc.com/deporte/gimnasio.php>
8. NEGOCIO [en línea] <http://www.crecenegocios.com/definicion-de-negocio-y-de-empresa/>
9. NEGOCIO[en línea]<http://www.definicionabc.com/economia/negocio.php>
10. MINISTERIO DE PROTECCIÓN SOCIAL [en línea] <http://www.ministeriolaproteccionsocial.gov.co>
11. SILVA DUARTE, Jorge Enrique. Emprendedor. Primera edición. 2008. p 69-80.
12. BLAIR R, Clifford, TAYLOR, Richard. Bioestadística. Primera edición. 2008. p 2-20.
13. DICCIONARIO REAL ACADEMIA ESPAÑOLA.
14. BIBLIOTECA ENCARTA 2009.



## 12. ANEXOS

### ANEXO1. ENCUESTA PARA PARTICULARES Y REGIMEN CONTRIBUTIVO

IDENTIFICACIÓN \_\_\_\_\_

1. EDAD: \_\_\_\_\_

2. GÉNERO: M \_\_\_\_ F \_\_\_\_

3. ESTRATO: 1 \_\_\_\_ 2 \_\_\_\_ 3 \_\_\_\_ 4 \_\_\_\_ 5 \_\_\_\_ 6 \_\_\_\_

4. EPS: \_\_\_\_\_

5. RÉGIMEN: subsidiado \_\_contributivo \_\_medicina prepagada\_\_

- INFORMACIÓN RELACIONADA CON ASISTENCIA A GIMNASIO

6. ¿Hace ejercicio? Si \_\_\_\_ No\_\_

7. ¿Has asistido o asiste a un gimnasio? Si \_\_\_\_ No\_\_

8. ¿Le gustaría asistir a un gimnasio? Si \_\_\_\_ No\_\_

9. ¿Con que frecuencia asiste o asistiría al gimnasio?

- Todos los días de la semana
- Una vez por semana
- Tres veces por semana
- Una vez al mes
- Nunca

10. ¿Que horario utiliza o le gustaría utilizar para asistir al gimnasio?

- 5 am - 9am
- 9 am - 12 pm
- 12 pm - 2 pm
- 2 pm - 6 pm
- 6 pm - 10 pm

- Ninguno

11. ¿Tu rutina física era supervisada por personal experto? Si \_\_\_ No\_\_\_

12. ¿Te gustaría que tu rutina fuera supervisada por un experto? Si \_\_\_ No\_\_\_

13. ¿Cuál es el grado de satisfacción con respecto al servicio de gimnasio que ha recibido?

- Completamente satisfecho
- Satisfecho
- Insatisfecho
- Completamente insatisfecho

- INFORMACION SOBRE PROMOCION Y PREVENCION

14. ¿Sabe que es un programa de prevención y promoción? Si \_\_\_ No\_\_\_

15. ¿Ha asistido o asiste a programa de prevención y promoción (hipertensos, diabéticos, adulto mayor, grupo juvenil, vacunación, toma de citología, control prenatal)? Si \_\_\_ No\_\_\_ (si la respuesta es si diligenciar la siguiente pregunta)

16. ¿Esta satisfecho con las estrategias que utilizan dentro del programa de prevención y promoción al que asiste o asistió? Si \_\_\_ No\_\_\_

- INFORMACIÓN SOBRE REHABILITACIÓN FÍSICA

17. ¿Tiene o ha presentado alguna limitación física? Si\_\_\_ No\_\_\_ (si la respuesta es si diligenciar las preguntas de la 18 a la 22)

18. ¿Dentro de su grupo familiar hay algún miembro con limitación física?

Si \_\_\_ No\_\_\_ (si la respuesta es si diligenciar las preguntas de la 19 a la 22)

19. ¿La persona que asiste o asistió a rehabilitación física tiene una edad entre?

- Menos de 1 año
- Entre 1año a 5 años
- Entre 5 años a 15 años
- Entre 15 años a 25 años

- Entre 25 años a 45 años
- Mayores de 45 años

20. ¿Asiste o ha asistido a tratamientos de rehabilitación física? Si \_\_\_ No\_\_\_

21. ¿En que horario utilizas o utilizaría el servicio de rehabilitación?

- 7 am – 1 pm
- 1 pm – 6 pm
- 6 pm – 9 pm
- Ninguno

22. ¿Esta satisfecho con el resultado y atención que ha recibido en rehabilitación?

- Completamente satisfecho
- Satisfecho
- Insatisfecho
- Completamente insatisfecho

• INFORMACIÓN SOBRE CENTRO FÍSICO

23. ¿Asistiría a un centro físico de promoción, prevención y rehabilitación?

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

24. ¿Qué sería importante para usted en el momento de la atención? (puede seleccionar varias opciones)

- Calidad
- Privacidad
- Tiempo
- Accesibilidad
- Precio

25. ¿Cuánto esta dispuesto a pagar por el servicio en un centro físico con las características que tu deseas?

- Entre 30000 y 40000 pesos
- Entre 40000 y 50000 pesos
- Entre 50000 y 60000 pesos
- Mas de 60000 pesos

## **ANEXO 2. ENCUESTA PARA GERENTE DE LAS EPS CONTRIBUTIVAS**

IDENTIFICACIÓN \_\_\_\_\_

1. EPS: \_\_\_\_\_
2. RÉGIMEN: contributivo \_\_medicina prepagada\_\_
3. ¿Conoce algún centro físico enfocado a promoción, prevención y rehabilitación integral en la ciudad de Popayán? Si \_\_ No\_\_
4. ¿Conoce de los beneficios de un centro de acondicionamiento físico enfocado a promoción prevención y rehabilitación integral? Si \_\_ No\_\_

### • PROMOCIÓN Y PREVENCIÓN

5. Consideraría usted ¿cómo una alternativa incluir a sus afiliados a un programa de promoción y prevención? Si \_\_ No\_\_
6. Consideraría ¿como alternativa de disminución de costos para su entidad la inclusión de sus afiliados a programas de promoción y prevención de calidad?
  - Definitivamente si lo consideraría
  - Probablemente si lo consideraría
  - Probablemente no lo consideraría
  - Definitivamente no lo consideraría
7. ¿Qué tipo de contratación haría para la prestación de servicios de promoción y prevención:
  - Cápita
  - Evento

### • REHABILITACIÓN

8. ¿Qué sería importante para usted en el momento de la atención de los afiliados a su entidad? (puede seleccionar varias opciones)
  - Calidad

- Privacidad
- Tiempo
- Calidez
- Puntualidad
- Accesibilidad
- Precio
- Integralidad

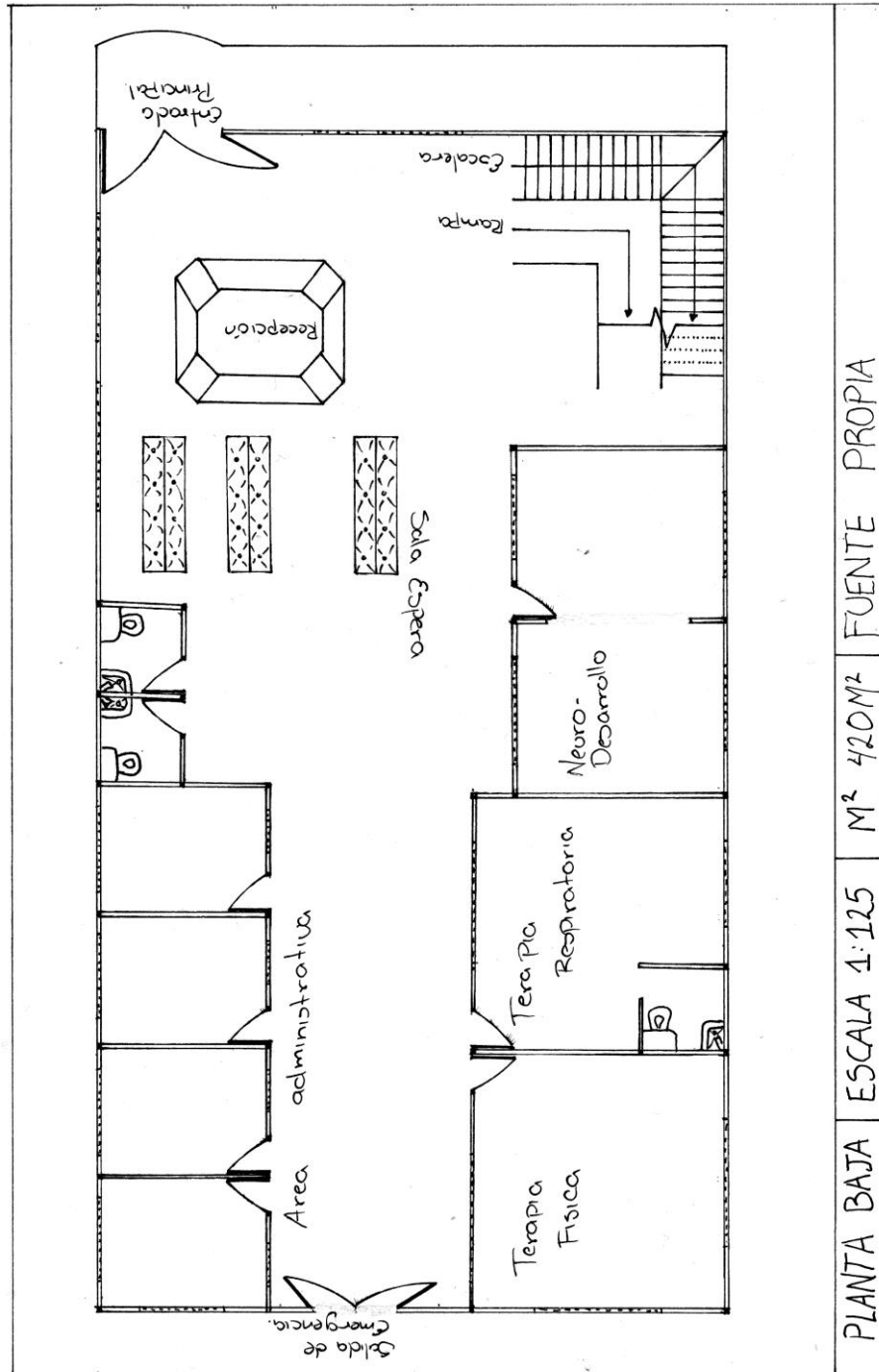
9. ¿Qué tipo de contratación haría para la prestación de servicios de rehabilitación con las características que desea?

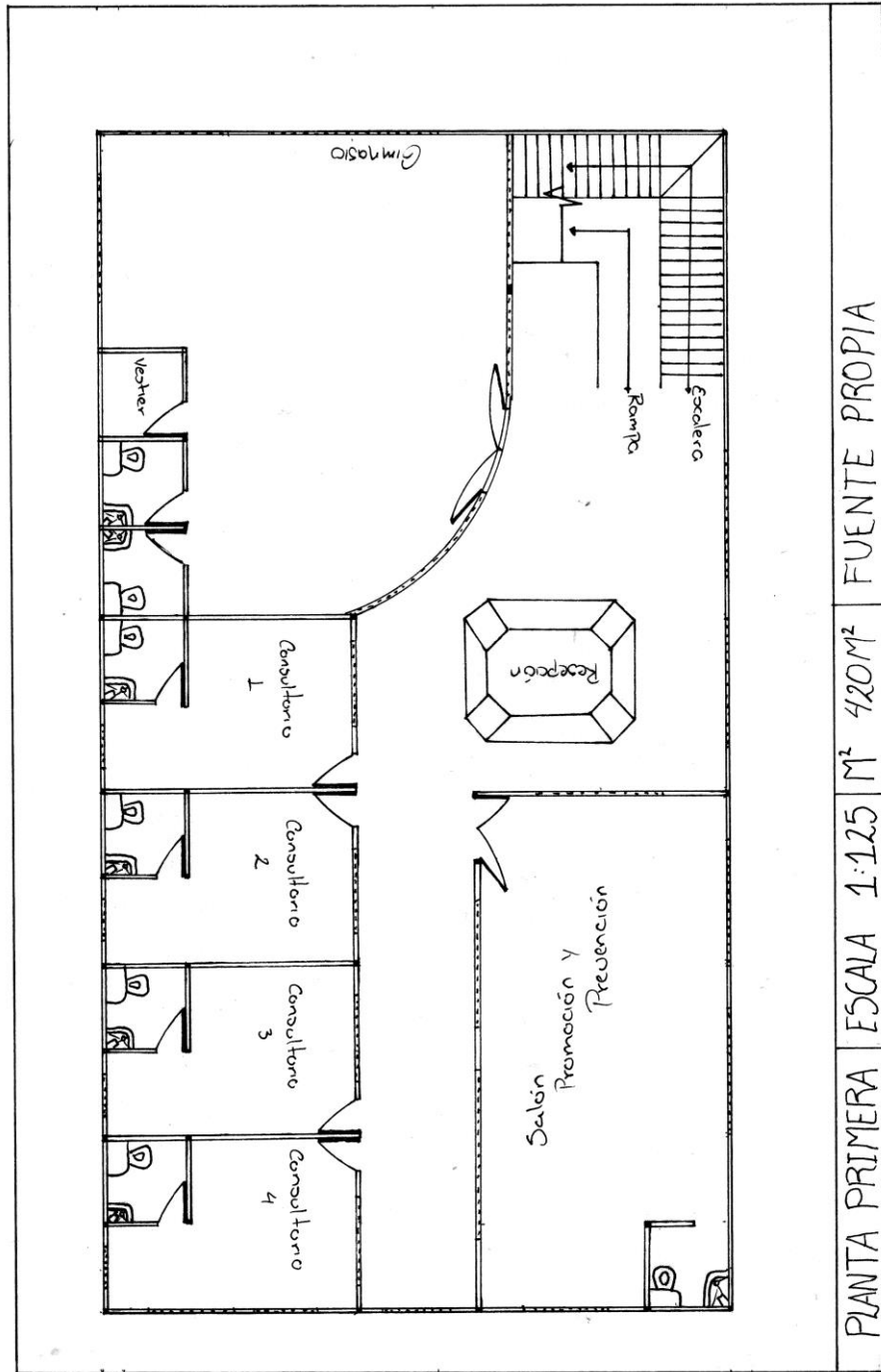
- SOAT
- ISS

10. Consideraría ¿como alternativa de disminución de costos para su entidad la inclusión de sus afiliados a rehabilitación física con calidad?

- Definitivamente si lo consideraría
- Probablemente si lo consideraría
- Probablemente no lo consideraría
- Definitivamente no lo consideraría

### ANEXO3. PLANO DE LA EDIFICACIÓN





PLANTA PRIMERA ESCALA 1:125 M<sup>2</sup> 420M<sup>2</sup> FUENTE PROPIA