



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO
FACULTAD DE CULTURA FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN
GUIA PARA LA ELABORACIÓN DE TRABAJO DE GRADO I Y II
MODALIDAD CREACIÓN DE EMPRESA DE LA CFDR

El siguiente documento es una guía para la presentación de los informes de Trabajo de Grado I y II en la modalidad de Creación de Empresa de la CFDR. Las fechas y productos que se deben presentar se encuentran pactadas en el cronograma de Trabajo de Grado I y II.

NOMBRE DEL ESTUDIANTE(S):	DAVID GUILLERMO PINZON ESCOBAR.
NOMBRE DE LA EMPRESA:	World Elite Gym
DOCENTE DIRECTOR:	Luis.A.Diaz.Z

Qué es un Modelo de Negocio?

En el nivel económico más básico, un modelo de negocio es **la lógica que subyace en el sustento económico de las organizaciones** (Osterwalder, 2010, p.14). En palabras de Osterwalder un modelo de negocios describe la lógica de cómo una organización crea, entrega, y captura valor.

La agitación del mercado laboral actual se debe en gran medida a factores que no podemos controlar, como pueden ser la recesión, los drásticos cambios demográficos, la creciente competencia internacional o los factores medioambientales. Estos cambios escapan también al control de la mayoría de las empresas, pero tienen una gran repercusión sobre sus modelos de negocio. Las empresas no pueden modificar el entorno en el que trabajan, de modo que su única alternativa es cambiar el modelo de negocio (o incluso crear uno nuevo) para seguir siendo competitivas (Clark, 2012, p. 21).

ASPECTOS A INCLUIR PARA LA ELABORACION DEL MODELO DE NEGOCIO DE LA EMPRESA

A continuación se presenta una guía de los principales aspectos que debe contener el Modelo de Negocio de la Empresa que se fortalece o se crea. La elaboración del Modelo de Negocio de la Empresa debe realizarse en su totalidad con los estudiantes involucrados, dado que es su instrumento de trabajo permanente.

CORPUS DEL MODELO DE NEGOCIO

INTRODUCCIÓN

En los últimos años las constructoras han optado por brindar a los residentes conjuntos residenciales los cuales cuentan con escenarios llamados club house. Estos espacios cuentan con zonas deportivas, gimnasios y zonas húmedas. Ambientes apropiados para la práctica de actividad física y deporte. Sin embargo, un gran porcentaje de sus instalaciones no están siendo aprovechadas de la manera correcta. Esto se debe a la falta de personal idóneo para asesorar y acompañar a los residentes durante su estancia en el club house.

MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

La motivación principal para emprender este proyecto surge como una necesidad que se evidencia en los conjuntos residenciales del sur de la ciudad. La población cuenta en su lugar de residencia con Club House (gimnasios, piscina, e instalaciones para realizar ejercicio físico) las cuales están recibiendo un uso inadecuado y es allí donde debe intervenir el profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación con el fin de garantizar el aprovechamiento del tiempo libre y los escenarios deportivos para mejorar el estilo y calidad de vida de los residentes a través del ejercicio físico.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Servicios Deportivos D&D. Se basa en principios y valores fundamentales de la formación integral. El compromiso de la empresa es directamente con la sociedad en la cual desarrollamos nuestra actividad. Deseamos contribuir positivamente a la promoción del deporte y los hábitos saludables entre la población desarrollando nuestra actividad profesional con un énfasis humanista del ser, generando en este valores tales como el compromiso, la amistad, la responsabilidad, el auto respeto y el compañerismo.

MARCO REFERENCIAL

La ley 1014 de 2006: tiene como objetivo Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país además de esto Crear un marco interinstitucional que permita fomentar y desarrollar la cultura del emprendimiento y la creación de empresas.

Ley 181 de Enero 18 de 1995: capítulo II artículo 4 Derechos sociales. El deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre son elementos fundamentales de la educación y factor básico en la formación integral de la persona. Su fomento, desarrollo y práctica son parte integrante del servicio público educativo y constituyen gasto público social

Ley 590 de 2000, sobre promoción del desarrollo de la micro, pequeña y mediana empresa colombiana, modificada por la Ley 905 de 2004 y por la Ley 1151 de 2007 por la cual se expide el Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010

Ley 789 de 2002, por la cual se crea el Fondo Emprender.

Ley 1014 de 2006, de fomento a la cultura del emprendimiento.

COMPONENTES DEL MODELO DE NEGOCIO

1. CLIENTES (Segmentos De Mercado)

Se ve reflejado en los resultados obtenidos la falta de motivación y agrado que tienen los residentes de los conjuntos residenciales del barrio Galicia 2 en la localidad de Ciudad Bolívar. Quienes demuestran la insatisfacción que tienen con el club house y con la administración. Debido a la falta de personal idóneo. Es por este motivo que la gente desiste de los servicios internos y busca una compañía externa que satisfaga sus necesidades las cuales se encuentran en barrios aledaños (Perdomo, Estancia, Madelena)

- Los clientes actuales y potenciales son los residentes de los conjuntos residenciales. (Parques de Galicia, Reservas de Galicia)
- Las preferencias y necesidades de los residentes son: Personal idóneo que estructuren y dirijan todas las actividades, disponibilidad de horarios para los residentes, mantenimientos de los escenarios y máquinas.
- El tamaño del mercado se ve reflejado en la cantidad de residentes del conjunto, los cuales cuentan con 12 torres de 20 apartamentos cada una.
- El cliente espera satisfacer sus necesidades y eso se logra cumpliendo los parámetros de calidad para el cliente.
- Servicios deportivos D&D. Ofrecerá los servicios a los residentes que cuenten con club house dentro de su conjunto residencial y/o aledaños.

2. CANALES

Los servicios se darán a conocer por medio de publicidad: Volantes, pancartas y perifoneo. Invitando a los residentes a participar en los maratones de aeróbicos locales que organiza la administración. Con el fin de que conozcan los diferentes servicios ofrecidos. Y así poder garantizar la calidad y acreditar la marca de la empresa. Cuando el residente adquiere el servicio tiene el derecho de opinar y dar a conocer propuestas que pueden ser puestas en acción con el fin de adquirir beneficios mutuos.

3. VALOR AÑADIDO

Servicios deportivos D&D ofrece el servicio de administración de club house específicamente de las zonas del gimnasio y la piscina, D&D tiene como finalidad ofrecer servicio de calidad por medio de profesionales íntegros basados en el fundamento humanista. Los cuales ejercerán su labor de manera ética y profesional. D&D debe hacerse responsable de brindar el adecuado asesoramiento a los residentes sobre el correcto uso de la maquinaria del gimnasio, la piscina y los escenarios deportivos.

4. RELACIÓN CON CLIENTES

La relación que se va a tener con los clientes es personal. Que ellos sientan que la zona de entrenamiento es un ambiente de amistad, donde puedan desahogar todos sus problemas por medio del ejercicio. Y en la cual encontrarán un servicio que satisfaga sus necesidades y se cree el valor adecuado para fidelizar al cliente y que con sus buenas referencias se cree una cadena para atraer nuevos residentes con el fin de obtener mayores ingresos.

5. INGRESOS

Word Elite Gym

- Día \$4.000= Incluye zona de cardio y musculación
 - Mensualidad \$ 45.000= Incluye aeróbicos, zona de cardio y musculación
 - Quincena \$30.000= Incluye aeróbicos, zona de cardio y musculación
 - Sesión de Aeróbicos \$5.000= Pero sin derecho a zona de cardio y musculación.
- El gimnasio cuenta con sala de musculación, zona de cardio y zona de aeróbicos, cuenta con un administrador del gimnasio que es el encargado de atender al personal y además de eso es el instructor.
 - Las maquinas son antiguas y les falta mantenimiento, en la zona de aeróbicos cardio y cardio es el mismo espacio, al momento de hacer la clase de rumba los clientes deben movilizar las bicicletas y las maquinas elípticas, actividades grupales todos los días en horas de la noche. Cuenta con 4 bandas sin fin (Trotadoras) de las cuales 2 se encuentran en fuera de servicio por falta de mantenimiento. El gimnasio no cuenta con duchas ni casilleros.

Colosus Gym

- Dia \$4.000= Incluye Zona de cardio, sala de musculación.
- Mensualidad \$35.000= Incluye zona de cardio y sala de musculación.
- El gimnasio cuenta con sala de musculación, zona de cardio y zona de aeróbicos, cuenta con un administrador del gimnasio que es el encargado de atender al personal y un instructor.
- La maquinas de musculación no son industriales, son de bajo perfil, la zona de cardio cuenta con una caminadora y 2 elípticas que se encuentran en buen funcionamiento pero el tiempo máximo de trabajo de las maquinas es de 15 minutos.
- El instructor de aeróbicos asiste solamente 3 días por semana y eso si se completa un grupo mínimo de 15 personas, las cuales deben pagar \$2.000 por la práctica, el gimnasio no cuenta con duchas ni casilleros.

Servicios deportivos D&D. Define el precio de venta por medio de una encuesta realizada en la cual se definen las actividades que satisfacen las necesidades del residente y el valor que están dispuestos a pagar por adquirir el servicio.

La fuente de ingreso se genera por vender acceso continuo al servicio del Club House Se establece un número total de ventas por periodo de 52 con un costo de \$60.000 c/u

Este valor se establece por medio de una encuesta en la cual se determina el costo que está dispuesto a pagar los residentes con el fin de adquirir el servicio.

- Mensualidad \$60.000 = Incluye zona de cardio y musculación
- El gimnasio cuenta con sala de musculación, zona de cardio y zona de aeróbicos, en cuanto al personal con un Administrador que es el encargado de la recepción de las personas y un instructor que es el encargado de dirigir las actividades.
- El gimnasio cuenta con buenas salas tanto de musculación como de cardio, con clases grupales, zonas humedad (Piscina)

6. RECURSOS CLAVE

- Humanos: El personal encargado de dirigir y controlar las actividades de la empresa.
 - 1: El profesional en Cultura Física con énfasis administrativo.
 - 2: El profesional en Cultura Física encargado de planificar, dirigir y controlar el ejercicio físico.
- Físicos: Infraestructura, maquinas, equipo de gimnasia,
- Económicos: Ingresos que debe adquirir la empresa por medio de la venta del servicio.

7. ACTIVIDADES CLAVE

- 1. Realizar un censo en los conjuntos residenciales que se encuentran ubicados en la micro-localización con el fin de establecer cuáles cuentan con club house sin administración, o si cuentan con algún espacio disponible para realizar ejercicio dirigido.
- 2. Establecer alianzas comerciales entre conjuntos residenciales cercanos que no cuenten con club house y así ofrecer el servicio para toda la comunidad.
- 3. Prestar un servicio de calidad es la mejor estrategia comercial, por medio de un excelente clima laboral no solo el empleado está satisfecho además de esto brinda un mejor servicio con el fin de satisfacer al cliente. Dándoles a sus empleados capacitaciones constantes para así ofrecer un servicio de calidad y actualizado
- Respecto del programa: El programa se basa en brindarle al residente espacios en los cuales puede realizar ejercicio físico planificado y dirigido con el fin de satisfacer sus necesidades. Contando con escenarios como Piscina gimnasio y zonas múltiples, en la cuales encontrara secciones de fortalecimiento, trabajo cardio-vascular y zonas recreativas. Además contamos con servicios adicionales como Nutrición y deportología.

8. ASOCIACIONES CLAVE

Por medio de la optimización y economía de escala buscamos una manera básica de asociación o relación con el comprador. Para ello buscamos alianzas con los conjuntos residenciales aledaños que no cuentan con club house y así poder ofrecer el servicio, con el fin de compartir la infraestructura interna y obtener mayores ingresos para le empresas

9. ESTRUCTURA DE COSTOS

Costos Fijos: Son los costos que se mantienen sin importar la cantidad de la ventas. Por ejemplo salarios, arriendo, créditos.

Costos Variables: Son los costos que varían proporcionalmente con la cantidad se servicios vendidos. Por ejemplo la hidratación, servicios externos como: Nutricionista, Deportologo, la publicidad.

QPE: Punto de Equilibrio: $\text{Costo Fijo Total} / (\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario}) = \text{CFT} / (\text{P}-\text{CVU})$

PUNTO DE EQUILIBRIO	
CFT	\$ 2.926.834,33
P	\$ 60.000,00
CVU	\$ 6.875,00
QPE	\$ 55,09

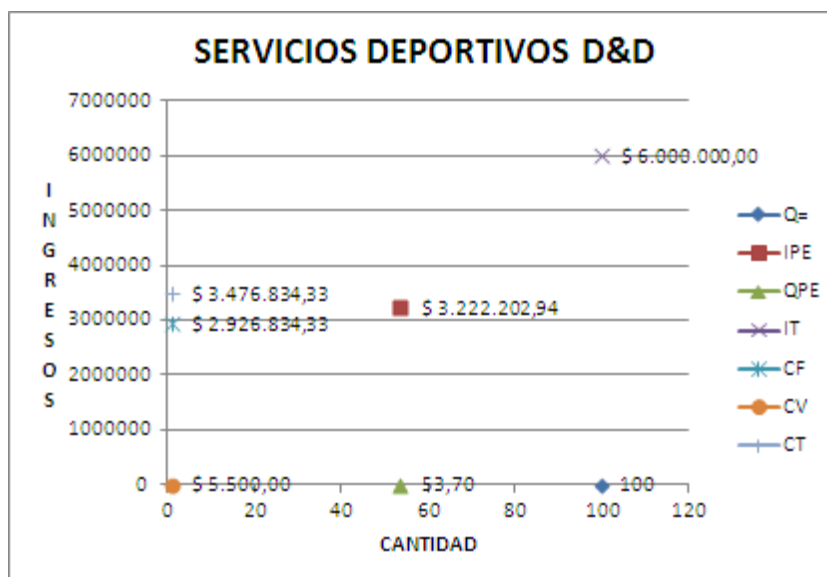
Q: Cantidad de personas máximas que la empresa puede atender =80

CVT: \$550.000
 CVU: CVT (550.00) / Q (80)
 CVU= \$6.875

IPE: Ingreso Punto de Equilibrio
 $IPE = QPE * P$
 $IPE = 3.305.601$

Ingreso Total = Precio (P) * Cantidad (Q)
 $IT = P * Q$
 $IT = 4.800.000$

IPE	\$	3.305.601
IT	\$	4.800.000



PRESENTACIÓN LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

EL LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS:

Bibliografía

Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. Generación de Modelos de Negocio. Bussines Model Generation.com

