



FITNESS TOTAL FUNTIONAL

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

ALEJANDRO ANTONIO ROSERO MARTÍNEZ

JUAN DAVID ROMERO RUIZ

MIGUEL ESTEBAN RIVERA SANTISTEBAN

DIRECTOR:

WILSON FERNANDO GARCÍA

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE CULTURA FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN

BOGOTÁ D.C.

Tabla De Contenido

Agradecimientos

Introducción

Modelamiento de la Idea de Negocio

Logo

Eslogan

Misión

Visión

Fundamentación Humanística

Marco Referencial

Capítulo I: Segmentos de Mercado

Capítulo II: Propositiones de Valor

Capítulo III: Canales

Capítulo IV: Relaciones con Clientes

Capítulo V: Ingresos

Capítulo VI: Recursos Claves

Capítulo VII: Actividades Claves

Capítulo VIII: Asociaciones Claves

Capítulo IX: Estructura de Costos

Capítulo X: Evaluación Financiera

Lienzo del Modelo de Negocio

Referencias

Agradecimientos

Agradecemos primero a Dios por permitirnos llegar a la culminación de nuestra carrera profesional.

A nuestros padres que con su amor y sacrificio han hecho posible el alcance de esta importante meta en nuestras vidas, demostrando su apoyo y compromiso con nuestra educación superior.

A los profesores de la facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación, quienes fueron guía para nuestra formación profesional, suministrándonos los conocimientos básicos y necesarios para hacer de nosotros profesionales capacitados para la vida laboral.

Alejandro Antonio Rosero Martínez

Juan David Romero Ruiz

Miguel Esteban Rivera Santisteban

Introducción

En los últimos años el acondicionamiento físico como parte de la salud, ha tomado un gran auge debido a los estereotipos sociales, los cuales marcan tendencia a nivel mundial disminuyendo la vida sedentaria y generando de esta forma hábitos saludables en las personas.

Sin embargo, el sedentarismo continúa siendo una constante y ocasionando diferentes trastornos en la salud de la población, así como también las enfermedades crónicas no transmisibles, las cuales podemos mejorar a través del ejercicio físico. Por estas razones vimos la necesidad de crear un espacio donde los usuarios puedan encontrar una propuesta integradora, que les permita sentirse contenidos desde la parte humana y al mismo tiempo puedan aprovechar al máximo las herramientas con las que cuenta nuestro centro de entrenamiento.

Para satisfacer las necesidades de nuestros usuarios contaremos con un equipo interdisciplinar, conformado por profesionales de cultura física, deportes y recreación, un nutricionista y un fisioterapeuta, donde estos harán que las experiencias vividas en nuestras instalaciones sean agradables y generen seguridad y confianza en nuestros clientes.

Modelamiento De La Idea De Negocio

Esta idea de negocio nace a partir del análisis realizado previamente sobre como un grupo de gimnasios convencionales ubicados en Bogotá operan y qué servicios ofrecen a sus usuarios. La observación hecha nos permitió establecer que un muy bajo porcentaje de estos centros deportivos ofrecen espacios donde las personas sedentarias, activas con hábitos de actividad física y deportistas compartan un mismo espacio, tampoco es frecuente que estos presten un servicio personalizado el cual es fundamental y de gran ayuda para el mejoramiento de la condición física en caso de las personas sedentarias y rendimiento deportivo en caso de los deportistas.

A partir de lo anterior, como profesionales nos sentimos en la necesidad de gestionar una propuesta que vincule diferentes herramientas previstas en el mercado, que atienda a los requerimientos de nuestros clientes y que genere confianza en nuestros usuarios porque contamos con un espacio donde acogeremos un grupo diversificado de personas entre sedentarios y deportistas con edades desde los 8 a 70 años en un mismo espacio, donde se les brindará un servicio personalizado o semi-personalizado según la preferencia del usuario y los objetivos deseados por este. Por otro lado, ofreceremos asesorías nutricionales, atención médica y acompañamiento de medico deportólogo, los cuales harán que la calidad del servicio sea mayor a la de los gimnasios convencionales.

Logo

Este es el logo que escogimos para representar nuestro modelo de negocio, ya que deseamos que los usuarios de nuestro centro de entrenamiento y personas que lo vean, puedan identificar fácilmente que tendrán muchas variedades en un solo espacio.

Basados en la teoría de los colores de Goethe (1810), nos brinda información acerca de las sensaciones que los colores transmiten. De este modo, describe:

Rojo: Está relacionado con la pasión, sugiere acción e impulso; es el color del movimiento y la vitalidad.

Verde: Simboliza juventud.

Amarillo: Está relacionado con el optimismo, el poder, la alegría y la voluntad.

Naranja: Simboliza la energía y euforia; es agradable para los niños.

Gris: Está relacionado con la seriedad, compromiso y responsabilidad.

Como nuestra idea es abarcar a todo tipo de deportistas y de personas interesadas en las nuevas tendencias del entrenamiento quisimos plasmar los deportes que con más frecuencia se practican en la ciudad de Bogotá.



Eslogan

El eslogan de la empresa, quiere transmitir tres sensaciones para los usuarios, en primer lugar, motivarlos, en segundo lugar, dar a entender que pueden realizar todo lo que se propongan, ya sea desde el punto de salud o físico, y, en tercer lugar, que de un voto de confianza en el grupo de trabajo, ya que se desea cumplir con las necesidades y objetivos del usuario.

“CREE EN TI, CREE EN LO QUE PUEDES LOGRAR, CREE EN NOSOTROS“

Misión

La empresa brinda un servicio para mejorar el rendimiento deportivo y un bien saludable, en donde el personal fomenta en cada una de sus actividades la filosofía y valores dominicos, para asegurar una relación permanente y valiosa con los diversos clientes, comunidad y medio ambiente, obteniendo de esta manera, una adecuada rentabilidad y garantizando así, un importante crecimiento para una permanencia en el mercado nacional como una empresa innovadora, de calidad y competitiva.

Visión

Para el año 2021 se visualiza mantener una posición de liderazgo, con base en las preferencias del mercado y del cliente, logrando crear valores que propicien el desarrollo consistente, a través de la generación de actividades que la sustenten como una empresa

innovadora en el sector deportivo nacional, brindando en el ámbito comercial un buen servicio con el mejor material de trabajo posible.

Fundamentación Humanista

La Universidad Santo Tomás (2017), aporta que:

Dentro de los contenidos profesionales, ofrece una formación integral que permite al estudiante conocerse a sí mismo como ser humano, con una tarea específica para realizarse como persona y crearse unas relaciones más humanas y justas con el entorno natural y social. (Pp. 1)

El ser humano acoge o favorece una actitud reflexiva en cuanto a sus acciones, dándose a conocer a el mismo como alguien que analiza y entiende su mundo, admirando y aceptando como legítimo otro que comparte con él, siendo este más eficaz en la forma como se desempeña profesionalmente en cualquiera de las áreas que ejerce, porque modifica de manera positiva su mundo laboral, familiar y personal. Y si logra alcanzar lo anterior mente dicho puede acreditar el ámbito en el que se rodea para establecer espacios de cooperación, convivencia, compromiso y solidaridad.

Desde la formación personal, se busca no solo llegar a competir desde el ámbito deportivo, si no también tener como referente el desarrollo humanista para un aporte social y cultural, brindando un beneficio al país, y asimismo, a los usuarios que crean en la propuesta y en la iniciativa empresarial que se está llevando a cabo.

Teniendo en cuenta el aumento exponencial de ideas comerciales con contenido similar, la competencia marca la tendencia a buscar la diferencia en nuestro servicio, en la actualidad el estereotipo de los cuerpos y la apariencia física señala un orden que afecta a muchos seres humanos. Se busca competir de manera leal frente a las otras iniciativas, porque se tiene claro cuáles son las características que hacen a ***FITNESS TOTAL FUNTIONAL*** una empresa única, que busca satisfacer las necesidades de los potenciales clientes al máximo.

Marco Referencial

El marco referencial son aquellas leyes o normas, las cuales se tendrán en cuenta para el funcionamiento adecuado de la empresa ***FITNESS TOTAL FUNTIONAL***. Para ello, la empresa se basa en la Ley 1014 del Emprendimiento y la Ley 181 del Deporte, expuesto por el Congreso de Colombia (2006), las cuales tendrán relación directa con la propuesta de empresa.

La Ley 1014 del Emprendimiento, en el artículo primero define el emprendimiento como:

Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. En una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, plateada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. (Pp. 1)

Según el artículo segundo, el objetivo de esta ley es: “Promover el espíritu emprendedor en todos los estamentos educativos del país, en el cual se propenda y trabaje conjuntamente sobre los principios y valores que establece la Constitución y los establecidos en la presente Ley” (Pp. 1)

La empresa ***FITNESS TOTAL FUNTIONAL*** prestará servicios, para el fomento del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre.

Basados en la construcción de un espacio en el cual se pueda realizar actividades deportivas ya sea de manera competitiva o recreativa el deporte para el ser humano se convierte en una forma del día a día en su razón de vivir y actuar. Coldeportes (1995), en la Ley 181, define el deporte como, “La específica conducta humana caracterizada por una actitud lúdica y de afán competitivo de comprobación o desafío, expresada mediante el ejercicio corporal y mental, dentro de disciplinas y normas preestablecidas orientadas a generar valores morales, cívicos y sociales” (Pp. 15).

El ser humano por naturaleza, desea convivir entre sociedades o grupos de personas en las cuales encuentras algún tipo de comodidad en su forma de pensar y de ejecutar ciertas acciones.

En el artículo 16 con el objetivo de aplicar el deporte en la comunidad se refiere a:

DEPORTE SOCIAL COMUNITARIO: Es el aprovechamiento del deporte con fines de esparcimiento, recreación y desarrollo físico de la comunidad. Procura integración, descanso y creatividad. Se realiza mediante la acción interinstitucional y la participación comunitaria para el mejoramiento de la calidad de vida. (Pp.15).

De acuerdo a lo anterior la empresa ***FITNESS TOTAL FUNTIONAL*** aplicará las leyes y los artículos anteriores a beneficio propio con el fin de tener un excelente funcionamiento y prestación del servicio, pensando en la comunidad y en aportar un fruto a la sociedad.

La empresa se establecerá en un principio en el barrio Mazurén, barrio de un estrato social alto donde las personas pueden adquirir fácilmente un servicio y pueden notar la importancia de su apariencia física y su salud.

Este proyecto posee una meta económica y de satisfacción ya que es una empresa que busca la rentabilidad de la persona que adquiere el servicio y por medio de esto lograr un sustento económico, lo cual lleva al principio de la comercialización basado en el lucro a partir de un servicio de mejora que tenga disponible a la venta.

La Constitución Política de Colombia reconoce el derecho al deporte en el Capítulo II “De los derechos sociales, económicos y culturales”, artículo 52°, que expresa:

Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y el aprovechamiento del tiempo libre. El Estado fomentará estas actividades e inspeccionará las organizaciones deportivas, cuya estructura y propiedad deberán ser democráticas (Pp. 22).

Este Artículo de la Carta Magna es modificado posteriormente por el Acto Legislativo 02 de 2000, que dice:

El ejercicio del deporte, sus manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas tiene como función la formación integral de las personas, preservar y desarrollar una mejor salud en el ser humano. El deporte y la recreación forman parte de la educación y constituye gasto público social. (Pp. 22)

Para efectos de nuestra creación de empresa ***FITNESS TOTAL FUNTIONAL*** vale resaltar el objetivo de la ley del deporte, expresado en el artículo 2°, en cuanto a la necesidad de la creación de un Sistema Nacional del Deporte, la Recreación, la Educación Física el Aprovechamiento del Tiempo Libre y la Educación Extra escolar, así como las funciones de los entes deportivos municipales, expresadas en el artículo 69° de la misma Ley.

En consideración al artículo que se mencionó, dentro de los objetivos, se busca ofrecer a los ciudadanos de la ciudad un espacio en el cual puedan compartir un espacio recreativo y deportivo, para mejorar su salud y aspecto físico, con nuestro servicio tendrán la oportunidad de socializar con muchas personas y esto ayudará a nuestros usuarios a realizar las actividades adecuadas en los horarios deseados y guiados por personas capacitadas para prestarles el mejor servicio posible.

Segmentos De Mercado

El segmento de mercado es muy importante para el plan de negocio, ya que este se divide en cinco tipos. Nuestro emprendimiento estará dirigido a un mercado diversificado en el cual cumpliremos las necesidades de una población muy amplia como lo son, niños, adolescentes, adultos y adultos mayores.

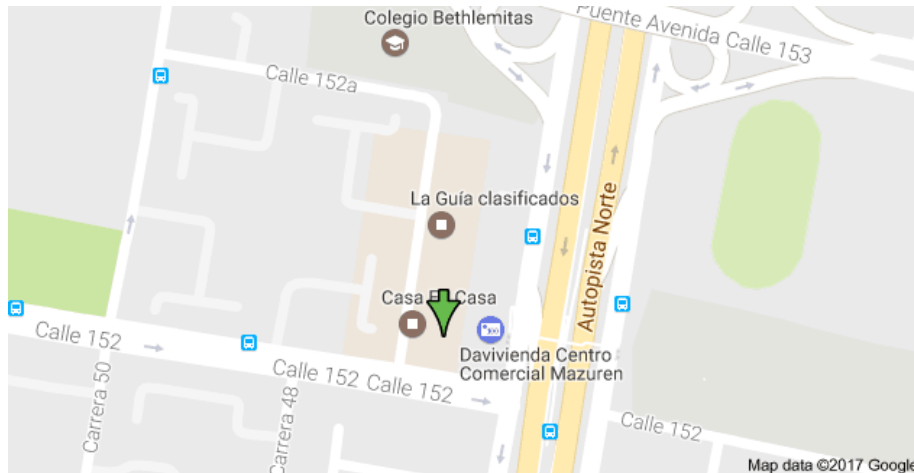
Diversificado:

Es uno de los factores que marca la diferencia en el mercado, ya que buscamos atender un grupo diversificado, otorgando una solución a las necesidades de diferentes usuarios y con una serie de características muy distintas. Las edades oscilan entre 8 y 70 años, la franja es muy amplia e inclusiva.

El proyecto se enfocará en este tipo de segmentación debido a que nuestro servicio se brindará a personas sedentarias, activas con hábitos de actividad física y a deportistas, que buscan mejorar su condición física y/o rendimiento deportivo.

Tipos de Segmentación:

Geográfica: Barrio Mazurén, Localidad Suba. Bogotá D.C, Colombia.



Demográfica: Hombres y mujeres entre los 8 y 70 años con un nivel de ingresos alto. Serrano (2012), en el periódico El Tiempo, publica:

Mediante un estudio, la entidad Dane mostró el aparente crecimiento que tendría la población de la ciudad en cada una de sus 20 localidades para el año 2017, y concluyó que Suba sería el sector con más residentes, un total de 1.174.736. (Pp. 1)

Basados en esta información nuestro servicio será destinado a estratos 4, 5 y 6. Sin discriminación de raza, género, cultura, nacionalidad o religión.

Psicográfica: Personas que deseen mejorar su salud, sus habilidades físicas en cuanto algún deporte específico con buena actitud y excelente compromiso hacia el servicio ofrecido.

Conductual: La población toma *FITNESS TOTAL FUNTIONAL* como un espacio de mejoramiento a la salud y habilidades en un deporte en específico para su competencia deportiva.

Propuesta De Valor

En nuestra propuesta de valor se manejarán tres de los siete ítems que maneja el Canvas, estos serán, novedad, personalización y mejoramiento del rendimiento.

La novedad busca satisfacer las necesidades inexistentes para el usuario o que no se le es fácil de adquirir en otro gimnasio, lo cual nos lleva a la personalización ya que la adaptación de los usuarios a nuestro servicio y variedad que encuentra con nuestras instalaciones por el mejoramiento del rendimiento en los aspectos físicos será más rápido y en el mayor nivel de satisfacción posible.

Novedad:

Nuestro servicio contara con zonas húmedas, lockers, venta de suplementos y máquinas de última tecnología, el servicio personalizado y semi-personalizado tiene el acompañamiento del apoyo médico, nutricional y deportólogo. Por este valor agregado sabemos de primera mano que somos un gimnasio con factores y características que marcan la diferencia, lo sacan del lugar común y su propuesta es innovadora en sí misma, en el cual lograremos llegar a un tipo de mercado favorable para nuestros progresos financieros.

Personalización:

Se asignará al usuario un entrenador personal para que el proceso de entrenamiento sea más eficaz y se obtengan los resultados esperados por el usuario, generando en este una satisfacción con el servicio prestado y de esta manera se vea reflejada la calidad del trabajo.

Mejora de rendimiento:

Los usuarios contarán con asesoría nutricional, atención por parte de un médico deportólogo y acompañamiento personalizado o semi-personalizado de profesionales de cultura física, deporte y recreación, para que nuestros clientes tengan garantía del servicio que proponemos.

El trato con nuestro usuario es fundamental para que este no se sienta solo en un gimnasio en el cual cancela una mensualidad y ya, buscamos que se cree una fidelidad y

sentido de pertenencia con nuestro emprendimiento, por esta razón nuestros entrenadores personales deben contar con las habilidades necesarias para el trato idóneo con el cliente, brindarle todo el conocimiento que ellos tienen para que el usuario pueda cumplir sus objetivos en los tiempos planteados y en la manera que lo desea. El acceso a nuestras instalaciones y servicios lo podrán hacer tanto deportista de alto rendimiento, personas convencionales o personas que presenten algún tipo de discapacidad.

Canales

Los canales son la manera de comunicación que tiene una empresa hacia sus clientes, estos son sumamente importantes ya que se deben escoger a la necesidad que la empresa desea satisfacer, hay tipos de canales propios y de socios comerciales estos se diferencian en que el primero mencionado, puede ser directo o indirecto como abarca el segundo canal mencionado.

Para nuestra propuesta de negocio utilizaremos canales propios indirectos, ya que nos daremos a conocer a través de nuestro correo electrónico y redes sociales; también utilizaremos canales propios directos ya que nuestros clientes podrán acercarse a nuestras instalaciones para solicitar información acerca de nuestros servicios o adquirirlos.

Las fases que utilizaremos son:

Información: Nos daremos a conocer por medio de una red social como Facebook, a través de correo electrónico y por medio de publicidad física.

Evaluación: Nuestros usuarios podrán evaluar nuestro servicio trimestralmente a través de una encuesta de satisfacción, con la cual podremos identificar fortalezas y debilidades del servicio que estamos prestando.

Compra: La compra de nuestros servicios será directamente en nuestras instalaciones o a través de una cuenta bancaria, la cual facilitará el pago de estos.

Entrega: La entrega será directamente en nuestras instalaciones, debido a que nuestros servicios se prestarán allí.

Relación Con Los Clientes

La relación con los clientes es de mucha importancia, ya que esta nos va ayudar a ganar o a perder a un cliente en cierta manera. Se debe tener muy claro que tipo de relación se busca con los clientes y de qué manera se va prestar esta misma.

Ya que nuestro servicio en ciertas ocasiones es de manera muy personal como en otras de manera indirecta se va manejar de la siguiente manera.

Asistencia personal directa:

Utilizaremos esta categoría para la relación con nuestros usuarios, debido a que se establecerá una interacción humana directa a través de nuestros centros de acondicionamiento, vía telefónica o correo electrónico.

Servicio automatizado:

En esta categoría los clientes podrán efectuar sus pagos tanto virtualmente como directamente en el banco Davivienda, con el cual tenemos convenio.

Ingresos

Confiamos bastante en que nuestros usuarios van a tener la satisfacción de pagar nuestros precios como gimnasio, ya que la propuesta de valor es muy buena para ellos como clientes. No es nada común encontrar un espacio en el cual se brinde un servicio diversificado, al contrario, la mayoría se fortalece en uno solo.

Con *FITNESS TOTAL FUNCTIONAL* el cliente sentirá que paga cuatro gimnasios en uno solo y con la variedad de clases que el mismo cliente lo decida.

Los ingresos deben estar muy bien justificados ya que es lo que los clientes estarán dispuestos a pagar por el servicio e instalaciones que se les brinda, más que los ingresos se deben estar muy de la mano del flujo de caja y los gastos que el modelo de negocio debe asumir como lo son arriendos o salarios.

Nuestra propuesta de negocio tendrá ingresos de la venta de servicios y el alquiler de nuestras instalaciones. Para determinar el precio de venta el cual vamos a ofrecer nuestro servicio tendremos en cuenta nuestra competencia como Bodytech y Spinning Center.

Al realizar un análisis de los precios de venta de nuestra competencia, se encontró que:

Bodytech (2017) ofrece su servicio a \$29.500 pesos aproximadamente el día.

Spinning Center (2017) ofrece su servicio a \$33.000 pesos aproximadamente el día.

Para nosotros establecer el costo y el precio de venta al cual vamos a ofrecer nuestros servicios, tuvimos en cuenta la suma del precio de venta del día de nuestra competencia que es aproximadamente de \$52.500 pesos, el mantenimiento de las máquinas y el salario de nuestro personal, por tales razones establecimos nuestro precio de las clases grupales y el entrenamiento a equipos deportivos a \$40.000 pesos, tomando como estrategia ubicar nuestro precio un poco inferior a comparación de nuestra competencia. Por otro lado, determinamos el precio de las clases personalizadas a \$50.000 pesos, tomando como estrategia ubicar nuestro precio casi igual al de nuestra competencia.

Estrategia de precio: el precio de venta de cada servicio fue definido teniendo en cuenta el costo mensual + 30% de utilidad esperada + 20% de valor agregado, de acuerdo a los recursos que necesitamos para cada actividad.

Tabla N°. 1

ACTIVIDAD	COSTO CLASE	COSTO MENSUAL	PRECIO DE VENTA
Clases grupales	\$40.000	\$160.000	\$240.000 (\$20.000 x persona)
Clases personalizadas	\$50.000	\$200.000	\$300.000

Entrenamiento a equipos deportivos	\$40.000	\$160.000	\$240.000
------------------------------------	----------	-----------	-----------

Tabla N°. 2

INGRESOS FIJOS	
Mensualidad clases grupales	\$240.000
Mensualidad clases personalizadas	\$300.000
Entrenamiento a equipos deportivos	\$240.000

Recursos Clave

En la propuesta de valor que nosotros ofrecemos, se van a mejorar varios recursos clave como lo son el humano, intelectual y físico de esta manera la relación con los clientes y fuente de ingresos que tendremos provienen de las inscripciones que se presenten en nuestro gimnasio.

Los recursos más notorios serán los físicos, ya que los espacios e instalaciones con las que contamos son de gran agrado para los usuarios ya que ellos pueden encontrar una diversidad en el ámbito del entrenamiento, luego vienen los recursos humanos en el cual se cuenta con un grupo de trabajo para afrontar cualquier tipo de solicitud por el cliente o emergencia que se presente dentro de las instalaciones de *FITNESS TOTAL FUNTIONAL*, en el siguiente cuadro encontrara los recursos anteriormente nombrados en una tabla más clara.

Tabla N°.3

RECURSOS	CANTIDAD	COSTO
Humanos	- 3 profesionales en cultura física	\$ 1'200.000 mensual c/u

	- 1 nutricionista	\$ 1'200.000 mensual
	- 1 fisioterapeuta deportólogo	\$ 1'200.000 mensual
	- 1 contador	\$ 1'200.000 mensual
Físicos	- 1 local	\$ 3'000.000 mensual
	- Servicios públicos	\$ 200.000 mensual
	- Materiales aseo	\$ 104.000 mensual
Intelectuales	- FITNESS TOTAL FUNTIONAL	\$0
Económicos	- Aporte total de socios	\$ 30'000.000
	- Crédito Bancario	\$ 15'000.000
		Cuota Mensual: \$ 300.000
TOTAL		\$10.804.000

Actividades Clave

Nuestra mayor fortaleza es brindarles la oportunidad a nuestros clientes de solucionar sus problemas en el aspecto, físico, salud y deportivo.

Ya que en nuestra propuesta y por el tipo de segmento de mercado que se trabajara en este caso diversificado, podremos acoger a un gran y diverso grupo de clientes, por esta razón nuestras actividades estas enfocadas a los objetivos que el cliente desee cumplir.

La solución de necesidades presentadas por los clientes se evaluará con una serie de test físicos y de la parte de entrenamiento dependiendo del rendimiento deportivo con el que el cliente llega a nuestras instalaciones y con las que progresa con el paso del tiempo.

Tabla N°. 4

Actividades claves	Descripción	Encargado
Clases grupales	Se manejarán unos horarios específicos para la realización de las clases grupales (12 personas por grupo). Los instructores a cargo de la clase serán especializados en fitcombat, TRX, tabata, spinning.	Profesionales de cultura física, deportes y recreación con certificación en clases grupales deportivas.
Clases personalizadas	Estas clases se ofrecen con un valor adicional al de la mensualidad, dándole un beneficio al usuario de elegir el entrenador y los horarios que desee.	Profesionales de cultura física, deportes y recreación con experiencia previa en clases personalizadas.
Rehabilitación	Se prestará este servicio a los usuarios que presentes lesiones dentro o fuera de nuestras instalaciones.	Fisioterapeuta deportólogo.
Entrenamiento a equipos deportivos	Se alquilará y se diseñará un plan de clases de entrenamiento a equipos deportivos externos que deseen realizar actividades en nuestras instalaciones.	Profesionales de cultura física, deportes y recreación.
Hidroterapia	Nuestros usuarios tendrán a su disponibilidad zonas húmedas para su uso.	No requiere.

Plan nutricional	Se otorgará este servicio gratuito por la compra de la primera mensualidad, luego de esto tendrá un cobro adicional.	Nutricionista.
------------------	--	----------------

Asociaciones Claves

Las asociaciones son creadas para asegurar el suministro de materias primas e insumos que ayudan a la optimización y reducen el riesgo de pérdida. Aprovechando la capacidad que tenemos para ofrecer en arriendo nuestras instalaciones, nuestras asociaciones clave son equipos deportivos como lo son, Caterpillar motor, Millonarios f.c y club deportivo Santa fe.

Tabla N°. 5

Asociaciones Clave	Beneficios Propios	Beneficios Asociados
Caterpillar Motor	Ingresos por parte del alquiler de nuestras instalaciones, reconocimiento y publicidad debido al manejo de equipos reconocidos.	Mejora del rendimiento deportivo, Ahorro en desplazamientos y costos en otros gimnasios, ya que en nuestras instalaciones pueden encontrar lo que necesitan en un mismo espacio.
Millonarios F.C	Ingresos por parte del alquiler de nuestras instalaciones, reconocimiento y publicidad debido al manejo de equipos reconocidos.	Mejora del rendimiento deportivo, Ahorro en desplazamientos y costos en otros gimnasios, ya que en nuestras instalaciones pueden encontrar lo que necesitan en un mismo espacio.
Santa Fe	Ingresos por parte del alquiler de nuestras instalaciones,	Mejora del rendimiento deportivo, Ahorro en

	reconocimiento y publicidad debido al manejo de equipos reconocidos.	desplazamientos y costos en otros gimnasios, ya que en nuestras instalaciones pueden encontrar lo que necesitan en un mismo espacio.
Aparcar Ltda.	Accesibilidad de los clientes a nuestras instalaciones.	Ingresos por aparcamiento de vehículos de nuestros clientes.

Estos equipos deportivos serán los usuarios externos que más aprovecharán los espacios y clases que se brindan en *FITNESS TOTAL FUNCTIONAL* ellos contarán con la prioridad en horarios que ellos lo soliciten y nos aprovecharemos de su reconocimiento para el tema publicitario.

Estructura De Costos

Tabla N°. 6

COSTOS FIJOS	
Arriendo	\$ 3.000.000
Servicios públicos	\$ 200.000
Administración	\$ 95.000
Salarios	\$ 7.200.000
Cuota Préstamo	\$300.000
Total mensual	\$ 10.795.000

Tabla N°. 7

COSTOS NETOS	
Costos Fijos	\$ 10.795.000

Costos Variables	\$ 781.795
Costos Recursos Clave	\$ 104.000
Total Costos Mensuales	\$11.680.795
Total Costos Anuales	\$ 140.169.540

Tabla N°. 8

COSTOS VARIABLES					
Materiales	Valor unitario	Cantidad	Total	Ciclo de vida en meses	Costo mensual
Bandas elásticas	\$ 30.000	20	\$ 600.000	8	\$ 75.000
Colchonetas	\$ 40.000	20	\$ 800.000	12	\$ 80.000
Balones medicinales	\$ 80.000	10	\$ 800.000	8	\$ 20.000
Computador	\$ 1.500.000	1	\$ 1.500.000	24	\$ 62.500
Tra rack de mancuernas	\$ 3.000.000	1	\$ 3.000.000	120	\$ 25.000
Bancos	\$ 1.000.000	1	\$ 1.000.000	120	\$ 8.500
Mancuernas (pesas)	\$ 150.000	6	\$ 900.000	120	\$ 7.500
Rack de sentadilla	\$ 3.000.000	1	\$ 3.000.000	120	\$ 25.000
Discos	\$ 110.000	8	\$ 880.000	120	\$ 7.333
Maquina multifuncional	\$ 750.000	1	\$ 750.000	60	\$ 12.500
Espejos	\$ 650.000	3	\$ 1.950.000	120	\$ 16.250
TRX	\$ 140.000	10	\$ 1.400.000	12	\$ 116.670
Balón fitball	\$ 45.000	20	\$ 900.000	6	\$ 150.000
Teléfono	\$ 100.000	1	\$ 100.000	24	\$ 4.166
Step	\$ 210.000	15	\$ 3.150.000	24	\$ 131.000
Tula box	\$ 110.000	1	\$ 110.000	12	\$ 9.167
Escobas	\$ 6.000	10	\$ 6.000	6	\$ 1.000
Trapero	\$ 6.000	1	\$ 6.000	6	\$ 1.000
Antibacterial	\$ 12.000	2	\$ 24.000	2	\$ 12.000
Toallas	\$ 25.000	2	\$ 50.000	12	\$ 4.167
Desinfectante	\$ 12.000	2	\$ 24.000	2	\$ 12.000
Reloj	\$ 25.000	1	\$ 25.000	24	\$ 1.042
		Total de costos	\$ 20.975.000	Total de costos variables unitarios	\$ 781.795

Evaluación Financiera

Tabla N°. 9

INGRESOS AÑO 1							
Mes	Cantidad	Mensualidad clase personalizada	Total	Cantidad	Mensualidad clase grupal	Total	Total Final
Enero	22	\$300.000	\$6.600.000	22	\$240.000	\$5.280.000	\$ 11.880.000
Febrero	23	\$300.000	\$6.900.000	23	\$240.000	\$5.520.000	\$ 12.420.000
Marzo	24	\$300.000	\$7.200.000	24	\$240.000	\$5.760.000	\$ 12.960.000
Abril	25	\$300.000	\$7.500.000	25	\$240.000	\$6.000.000	\$ 13.500.000
Mayo	26	\$300.000	\$7.800.000	26	\$240.000	\$6.240.000	\$ 14.040.000
Junio	27	\$300.000	\$8.100.000	27	\$240.000	\$6.480.000	\$ 14.580.000
Julio	28	\$300.000	\$8.400.000	28	\$240.000	\$6.720.000	\$ 15.120.000
Agosto	29	\$300.000	\$8.700.000	29	\$240.000	\$6.960.000	\$ 15.660.000
Septiembre	30	\$300.000	\$9.000.000	30	\$240.000	\$7.200.000	\$ 16.200.000
Octubre	31	\$300.000	\$9.300.000	31	\$240.000	\$7.440.000	\$ 16.740.000
Noviembre	32	\$300.000	\$9.600.000	32	\$240.000	\$7.680.000	\$ 17.280.000
Diciembre	33	\$300.000	\$9.900.000	33	\$240.000	\$7.920.000	\$ 17.820.000
						Total Anual	\$ 178.200.000

La tabla N° 9 presenta los meses en que se va a desarrollar el proyecto, el valor mensual que el cliente tendría que cancelar por el préstamo del servicio y el total del ingreso que se estima recibir por mes con el total de ingreso tasado por año.

Tabla N°. 10

Punto Equilibrio Unidades Mes		Punto Equilibrio Unidades Año	
Costos Mensuales	\$ 11.680.795	Costos Año	\$ 140.169.540
Prom. Precio de Venta	\$ 270.000	Prom. Precio de Venta	\$ 270.000
Cant. Servicios x Actividad	43,3	Cant. Servicios x Actividad	519

El punto de equilibrio demostrado en la tabla No. 10 exhibe la cantidad de servicios que se deben prestar mensualmente y anualmente (44 servicios mensuales; 519 servicios anuales, aproximadamente), produciendo los ingresos suficientes y así cubrir los costos

mensuales (\$11.680.795) y anuales (\$140.169.540) para que la propuesta de negocio sea sostenible en el mercado. Esta cantidad de servicios se ve evidenciado en la tabla N° 9 en las columnas “Cantidad” donde se distribuyen entre las dos actividades principales para el funcionamiento de la empresa.

Tabla N°. 11

Punto Equilibrio Ventas Mes	Punto Equilibrio Ventas Año
\$ 11.394.897	\$ 136.738.767

El punto de equilibrio demostrado en la tabla No. 11 describe el valor de las ventas del mes de enero con una suma de \$11.394.897, la cual sería la cantidad mínima obtenida en ventas para la empresa, dándonos a entender que si los valores de las ventas en el mes de enero son inferiores a este valor tendríamos pérdidas y si está por encima de este valor la empresa obtendrá ganancias.

Tabla N°. 12

Punto Equilibrio Tiempo	Punto Equilibrio Tiempo Año
26	2,2

El punto de equilibrio demostrado en la tabla No. 12 da a conocer el tiempo que nos llevaría en para cubrir los costos mensuales y anuales de la empresa, la cantidad de tiempo en meses sería 26 meses aproximadamente, es decir 2,2 años que se tardaría en cubrir los costos anuales que son de \$140.169.540.

Tabla N°. 13

Flujo de Ingresos	
	A
AÑO	VALOR
1	\$ 178.200.000,00
2	\$ 186.040.800,00
3	\$ 194.226.595,20

4	\$ 202.772.565,39
5	\$ 211.694.558,27
TOTAL	\$ 972.934.518,85

En la tabla N° 13 se describe al flujo de ingresos anuales proyectados a 5 años, tomando como base los ingresos del primer año como se observa en la tabla N° 9, incrementandole el 4.4% de inflacion interanual teniendo en cuenta el IPC registrado hasta mayo del 2017. (Expansión, 2017).

Tabla N°. 14

Flujo de Egresos	
	B
AÑO	VALOR
1	\$ 140.169.540,00
2	\$ 146.336.999,76
3	\$ 152.775.827,75
4	\$ 159.497.964,17
5	\$ 166.515.874,59
TOTAL	\$ 765.296.206,27

En la tabla N° 14 describe al flujo de egresos anuales calculados a 5 años, teniendo en cuenta como base los costos anuales planteados en la tabla N° 7 “Costos Netos”, incrementandole el 4.4% de inflacion interanual teniendo en cuenta el IPC registrado hasta mayo del 2017. (Expansión 2017).

Tabla N°. 15

Flujo de Efectivo Neto	
	A-B
AÑO	VALOR
1	\$ 38.030.460,00
2	\$ 39.703.800,24
3	\$ 41.450.767,45
4	\$ 43.274.601,22
5	\$ 45.178.683,67
TOTAL	\$ 207.638.312,58

En la tabla N° 15 se evidencia el flujo efectivo neto, el cual es calculado realizando la sustracción entre el flujo de ingresos (Tabla N°13) y el flujo de egresos (Tabla N°14) obteniendo como resultado la cantidad de dividendos anuales, apreciando la proyección a 5 años.

Tabla N°. 16

Estado de la situación financiera Año 1	
ACTIVO	
Activo Corriente	
Banco	\$ 223.200.000,00
Total Activo	\$ 223.200.000,00
PASIVO	
Pasivo Corriente	
Obligaciones Financieras	\$ 15.000.000,00
Costos Totales	\$ 140.169.540,00
Total Pasivo	\$ 155.169.540,00
PATRIMONIO	
Capital Social	\$ 30.000.000,00
Utilidad del ejercicio	\$ 38.030.460,00
Total Patrimonio	\$ 68.030.460,00
Total Pasivo y patrimonio	\$ 223.200.000,00

Estado de resultado integral Año 1	
Ingreso de Actividad Ordinaria	\$ 178.200.000,00
Utilidad Bruta Operacional	\$ 178.200.000,00
Salarios	-\$ 86.400.000,00
Arriendo Local	-\$ 36.000.000,00
Administración	-\$ 1.140.000,00
Servicios Públicos	-\$ 2.400.000,00
Préstamo	-\$ 3.600.000,00
Costos Variables	-\$ 9.381.540,00
Costos Recursos Clave	-\$ 1.248.000,00
Utilidad del ejercicio	\$ 38.030.460,00

La tabla N° 16 corresponde al balance general del primer año, año en el cual se ve si la propuesta de negocio es rentable o no, de acuerdo con esta tabla existe un balance entre el activo y el pasivo más el patrimonio. El Activo Corriente esta constituido por el Banco, el cual esta conformado por los Ingresos de actividad Ordinaria, el préstamo adquirido con el Banco y el aporte que hicieron los tres socios. El Pasivo Corriente lo conforman la Obligación Financiera y los Costos Totales que son los Costos Fijos, los Costos Variables y los Costos de Recursos Clave. El Pasivo esta constituido por el Capital Social que es el aporte de los socios y la Utilidad del ejercicio que este a su vez es el resultado de diferencia entre los Ingresos de Actividad Ordinaria y los Costos Totales. Se puede percibir que el rendimiento de el Estado de Resultado Integral es positivo, esto afirma que la actividad de la empresa es viable y que obtuvo ganancias.

Tabla N°. 17

VAN=	VPN=	\$92.550.478,93
------	------	-----------------

La tabla N° 17 VAN = VPN nota si la inversion ejecutada en el proyecto llega al propósito financiero mostrando la posibilidad de maximizar la inversion.(Váquiroy 2013). Esto quiere decir que la propuesta de negocio tiene la posibilidad de maximizar la inversion al finalizar los 5 años planeados a una suma de \$70.198.344,36 pesos aproximadamente.

Tabla N°. 18

TIR=	83,93%	(5 años)
	16,79%	(1 año)



















En la tabla N° 18 TIR es la tasa de interés o rentabilidad que ofrece una inversión. (Economipedia, 2015). Esto nos dice que el porcentaje de rentabilidad de nuestra propuesta de negocio al cumplir el 5° año sera de un 84% aproximadamente, es decir 17% de rentabilidad anual.

Tabla N°. 19

RI=	1,2
-----	-----

“El RI Es un instrumento que permite medir el plazo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo de una inversión recuperen su costo o inversión inicial” (Pp.1), Váquiroy (2010). De acuerdo con esto en la tabla N° 19 muestra que para recuperar la inversion inicial de \$45.000.000, nuestra propuesta de negocio en terminos de tiempo, tomaría aproximadamente 1 año y 2 meses, los cuales se evidencian en la tabla N° 15 haciendo la adición entre el año 1 y el año 2 de proyeccion.

Lienzo Del Modelo De Negocio

<p>Asociaciones clave</p>  <p>Equipos deportivos</p>  <p>Aparcar Ltda</p> 	<p>Actividades clave</p>  <p>Clases personalizadas</p>  <p>Clases grupales</p> 	<p>Propuesta de valor</p> <p>Novedad</p>  <p>Personalización</p>  <p>Mejora de rendimiento</p> 	<p>Relaciones con clientes</p>  <p>Asistencia personal directa.</p>  <p>Servicio automatizado</p> 	<p>Segmentos de mercado</p> <p>Diversificado</p> <p>Barrio Mazurén</p> <p>Estratos 3 y 4</p> <p>Personas sedentarias, hábitos en actividades físicas y deportista de alto rendimiento</p> <p>Cualquier persona que le guste la práctica deportiva, actividad física.</p> 																
<p>Recursos clave</p> <p>Físicos</p>  <p>Humanos</p>  <p>Económicos</p> 	<p>Canales</p> <p>Propios – Directo</p>  <p>Propios – Indirectos</p> 																			
<p>Estructura de costos</p> <p>Costos Fijos: \$10.795.000</p> <p>Costos Variables: \$781.795</p> <p>Costos Recursos Clave: \$104.000</p> <p>Punto de Equilibrio: 22 servicios aproximadamente x cada actividad.</p> <p>Evaluación financiera:</p> <p>VPN: \$ 92.550.479</p> <p>TIR: 16.79 %</p> <p>RI: 1.2 Años</p>		<p>Fuentes de ingresos</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th style="width: 25%;">ACTIVIDAD</th> <th style="width: 25%;">COSTO CLASE</th> <th style="width: 25%;">COSTO MENSUAL</th> <th style="width: 25%;">PRECIO DE VENTA</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Clases grupales</td> <td>\$40.000</td> <td>\$160.000</td> <td>\$240.000 (\$20.000 x persona)</td> </tr> <tr> <td>Clases personalizadas</td> <td>\$50.000</td> <td>\$200.000</td> <td>\$300.000</td> </tr> <tr> <td>Entrenamiento a equipos deportivos</td> <td>\$40.000</td> <td>\$160.000</td> <td>\$240.000</td> </tr> </tbody> </table>			ACTIVIDAD	COSTO CLASE	COSTO MENSUAL	PRECIO DE VENTA	Clases grupales	\$40.000	\$160.000	\$240.000 (\$20.000 x persona)	Clases personalizadas	\$50.000	\$200.000	\$300.000	Entrenamiento a equipos deportivos	\$40.000	\$160.000	\$240.000
ACTIVIDAD	COSTO CLASE	COSTO MENSUAL	PRECIO DE VENTA																	
Clases grupales	\$40.000	\$160.000	\$240.000 (\$20.000 x persona)																	
Clases personalizadas	\$50.000	\$200.000	\$300.000																	
Entrenamiento a equipos deportivos	\$40.000	\$160.000	\$240.000																	

Referencias

- Bodytech (2017). Haz Parte del Mejor Club de Entrenamiento de Latinoamérica. Colombia. Recuperado de: https://welcu.com/afiliaciones-bodytech/a-trimestre?utm_source=directory
- Coldeportes (1995). Ley del Deporte. Ley 181 de 1995. Pp. 15. Recuperado de: www.coldeportes.gov.co/?idcategoria=2014&download=Y
- Congreso de Colombia (2006) Ley de Fomento a la Cultura del Emprendimiento. Pp. 1. [Ley 1014 de 2006]. Recuperado de: http://www.mineducacion.gov.co/1759/articulos-94653_archivo_pdf.pdf
- Constitución Política de Colombia (1991). Corte Consitucional. Título II: Capitulo 2; Artículo 52°. Acto Legislativo 02 del 2000. Pp. 22. Recuperado de: <http://www.corteconstitucional.gov.co/inicio/Constitucion%20politica%20de%20Colombia%20-%202015.pdf>
- Expansión (2017). IPC de Colombia. Pp. 1. Recuperado de: <http://www.datosmacro.com/ipc-paises/colombia>
- Economipedia, (2015). Haciendo Fácil la Economía. Tasa Interna de Retorno. Pp. 1. Recuperado de: <http://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- Goethe, J (1810). Teoria del Color. Pp. 2. Recuperado de: <http://www.psicologiadelcolor.es/johann-wolfgang-von-goethe-y-la-teoria-del-color/>
- Serrano, A. (2012). Para el 2015, La Localidad Suba Sería la Zona Más Habitada de Bogotá. El Tiempo. Pp. 1.
- Spinning Center (2017). Te Ayudamos a Lograr Tus Objetivos al Precio Justo. Colombia. Recuperado de: <http://spinningcentergym.com/compra-ya/>
- Universidad Santo Tomas (2017). La Formación Humanista de la Universidad Santo Tomas. Pp. 1. Colombia. Recuperado de:

http://soda.ustadistancia.edu.co/enlinea/3momento_filosofiainstitucional_trinidadorozco/la_formacin_humanista_en_la_universidad_santo_toms.html

Váquiro, J (2010). Periodo de recuperación de la inversión - PRI. Pp. 1. Ibagué, Colombia.
Recuperado de: <http://www.pymesfuturo.com/pri.htm>

Váquiro, J (2013). Valor Presente Neto-vpn. Ibagué, Colombia. Pp. 1-2. Recuperado de:
<https://www.pymesfuturo.com/vpneto.htm>