



## **VIVA ACIVIDAD FISICA SALUD Y BIENESTAR**

**TRABAJO DE GRADO**

**CREACIÓN DE EMPRESAS**

**Responsables:**

**MATEO ARJONA GUTIÉRREZ**

**Asesor:**

**GONZALO FLORIAN**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**

**Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación**

**Bogotá D.C.**

**MAYO 2016**

## TABLA DE CONTENIDO

1) INTRODUCCIÓN.....	2
2) MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO .....	3
2.1) Logo .....	4
2.2) SLOGAN .....	4
Tu cuerpo te lo agradecerá (El slogan hace referencia a los beneficios de salud que genera la el programa de actividad física) .....	4
2.3) MISIÓN.....	4
2.4) VISIÓN.....	5
3) FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA.....	5
4) MARCO REFERENCIAL.....	5
CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO.....	6
CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR.....	8
CAPITULO III: CANALES.....	9
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES.....	10
CAPITULO V: INGRESOS.....	13
CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES.....	15
CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES.....	17
CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES .....	18
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS .....	18
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA.....	23
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	28

### 1) INTRODUCCIÓN



En la actualidad cada vez más, el ejercicio y la actividad física se convierten en un estilo de vida que ayuda a las personas a mejorar su salud, tanto física como psicológica y emocionalmente. Las condiciones de vida actual, se caracterizan por exposición a agentes como estrés, ruido, contaminación, violencia, dieta desequilibrada y sedentarismo el último afectando entre el 50% y 80% de la población mundial según las cifras de la Organización Mundial de la Salud y siendo el detonador de una gran cantidad de patologías.

En el ámbito laboral entre más alto es un cargo este genera más; responsabilidades, estrés y una mayor acumulación de ansiedad por la toma de decisiones. Al analizar el estudio de (Effects of physical exercise on job productivity and well being.), se puede concluir que: La salud mental, física y emocional están directamente relacionadas con la productividad laboral, no se puede trabajar de una manera efectiva si no se cuenta con un adecuado estado de salud, mental, física y emocional, en este estudio observamos como un programa de actividad física planeado y dirigido genera beneficios en áreas laborales como: Rendimiento, Escala de percepción del estrés, Niveles de bienestar y la Satisfacción con el trabajo que se desarrolla.

De lo anterior nace la idea de crear una empresa la cual ayude a potencializar el recurso humano de diferentes empresas, prestando el servicio de entrenamiento físico a domicilio, planificado y dirigido por profesionales con el fin de generar mejoras en: Rendimiento, Escala de percepción del estrés, Niveles de bienestar y la Satisfacción con el trabajo que se desarrolla.

## 2) MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO



## 2.1) Logo



VIVA Actividad física, salud y bienestar.

El logo se diseña en un contraste entre negro y azul brillante, se utiliza el negro ya que le da un aire de formalidad y elegancia al logo que al ser contrastado con el azul genera un mayor impacto visual, se eligió el color azul ya que este está ligado a la salud y es esto lo que queremos promover en la empresa, en cuanto a el nombre Viva se elige ya que tiene una fácil recordación, ya está posicionado en la mente de las personas y permite un doble Viva de viva la vida y viva de Que Viva.

## 2.2) SLOGAN

**Tu cuerpo te lo agradecerá** (El slogan hace referencia a los beneficios de salud que genera la el programa de actividad física)

## 2.3) MISIÓN

Viva tiene como misión mejorar la calidad de vida de las personas, aumentando sus niveles de bienestar y productividad por medio de programas de actividad física diseñados y guiados por profesionales.



## 2.4) VISIÓN

Viva en el 2020 será vista como la empresa líder en el país en potencializar el recurso humano de una entidad por medio de programas de actividad física que promuevan la salud y prevengan la enfermedad.

## 3) FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

El humanismo es de gran importancia en las empresas pues no hay empresa que funcione sin el recurso humano y para que este se sienta a gusto y motivado, esta debe tratarlo con respeto y de manera humana. Esta empresa se fundamentara en valores como el respeto y la tolerancia, tanto con el personal que sea contratado de manera permanente el cual contara con todas las prestaciones laborales legales como con los empleados que se contraten por medio de prestación de servicio, a los cuales se les pagara un precio justo por su trabajo, incentivándolos así a realizar una buena labor en su día a día, con el objetivo de ayudar al desarrollo de los trabajadores potencializándolos, se usaran diferentes acciones tales como capacitaciones, bonos a la puntualidad, bonos a las buenas puntuaciones por parte de los clientes, entre otros, siendo así una empresa que funciona en mayor manera por medio del incentivo al trabajo bien realizado que por el castigo ya que como dice Santo Tomas de Aquino “Sea cual fuere el don que hagamos a alguien, el primer regalo que le hacemos es el de amarle”.

## 4) MARCO REFERENCIAL

Desde enero del 2006 el gobierno de Colombia expidió la ley 1014 de fomento a la cultura de emprendimiento (Ley de cultura de Emprendimiento) la cual se estructura dentro de unas bases solidad gubernamentales y de entes de control a nivel central y



Saladocentes 19/5/2016 5:14 P.M.

Comentario [1]: r

departamental, esta comprende unas ideas creativas que incentivan de manera directa y segura la creación de micro empresas con igualdad de oportunidades, fomentando así el emprendimiento entre los estudiantes Colombianos, gracias a leyes como esta y otras acciones tomadas por el estado, Colombia ha estado entre lo primeros lugares de emprendimiento a nivel mundial según un estudio del Global Entrepreneurship Monitor, demostrando así que en el país existen personas con capacidades empresariales y deseo de progresar, el cual se efectúa ante las oportunidades.

Este modelo de negocio comenzara a funcionar bajo una persona natural, Mateo Arjona Gutiérrez y se registrara legalmente bajo un Registro Único Tributario, de esta forma se evitaran gastos innecesarios en los cuales se incurriría al crear una sociedad antes de tener clientes o movimientos económicos que lo ameriten. Sin embargo cuando el Gerente logre conseguir los primeros contratos con clientes, se constituirá como sociedad bajo el modelo de S.A.S, teniendo encuentra las obligaciones para la constitución de una empresa de estas características descritas en la ley 1258 del 2008. La razón social que se utilizara será VIVA actividad fisica, salud y bienestar.

## **CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO**

La adecuada elección del segmento de mercado es vital para el éxito de una empresa pues sin importar lo atractivo, eficiente o asequible de un producto o servicio si la comunicación o publicidad no se enfoca a la población a quien realmente le pueda interesar, se malgastaran recursos, tomando cuenta la definicionde segmento de mercado de Patricio Bonata y Mario Faber “aquella parte del mercado definida por diversas variables especificas que permiten diferenciarla claramente de otros segmentos. A medida que se considera una mayor cantidad de variables para definir



cualquier segmento de mercado, el tamaño del segmento se reduce y las características de este son más homogéneas”

Con el fin de evitar gastos innesarios y hacer estrategias de comunicación mas eficientes VIVA dentro de la relación con el cliente distingue dos partes importantes; la primera se denominara como el **Ciente** quien es la empresa que contrata el servicio y espera ver los resultados al final de los tres o seis meses y la segunda como el **USUARIO** quien es la persona física que va tomar las clases de entrenamiento personalizadas.

Teniendo en cuenta lo anterior, en la clasificación de segmento del mercado la empresa se registrá por el Tipo de segmento de mercado **Nicho de mercado**, ya que la relación con los usuarios debe ser completamente personalizada y constante para poder generar un acompañamiento que desenlace en resultados exitosos.

Caracterizar el objetivo de acuerdo a segmentación

La empresa se basa en el criterio de segmentación demográfico ya que para elegir los Clientes y Usuarios se debe tener en cuenta: Ingresos, ocupación y clase social lo anterior se registrá por tres criterios de búsqueda.

1. Se investigaran las empresas con mayor facturación,
2. Que cuenten con empleados que por el trabajo que realizan sean sedentarios o poblaciones en riesgo de sufrir de estrés y o enfermedades crónicas no trasmisibles.
3. Empresas las cuales tengan como recursos claves el Humano, ya que por ende desearan invertir en el mismo.
4. El servicio es solo para cargos de alto nivel ya que son quienes tienen el suficiente poder adquisitivo.

Nota: Se realizaran programas específicos para empresas de aviación, teniendo como objetivo acceder a este gremio posicionando a V.I.V.A como un aliado para fidelizar a sus empleados, reducir el ausentismo y aumentar su productividad.



## CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR

En el mundo actual una empresa crece cuando tiene un producto o servicio que genera un valor real el cual la gente o empresas estén dispuestas a adquirir intercambiándolo por dinero u otro servicio o producto, la proposición de valor de V.I.V.A es un Servicio para empresas y personas, que garantiza el aumento de los niveles de bienestar al mejorar la salud de las personas, generando para las empresas la fidelización de sus empleados y la disminución de los niveles de ausentismo laboral, en tres o seis meses.

Se producirán mejorías en las siguientes áreas:

- **Niveles de bienestar:** aumento en los niveles de bienestar.
- **Faltas laborales:** disminución de las faltas que se dan por enfermedades, cardiacas, respiratorias y enfermedades crónicas no trasmisibles al mejorar la salud del usuario.
- **Rendimiento laboral:** Aumento en el rendimiento laboral, a causa del aumento en el bienestar físico y psicológico.
- **Estrés:** Disminución de los niveles de estrés percibidos por el usuario.
- **Satisfacción laboral:** Aumento en los niveles de satisfacción laboral percibidos por los usuarios frente a sus trabajos y empresas.

Esta proposición de valor se encuentra en la categoría de novedad, ya que este tipo de servicio no existe actualmente en el mercado, esto lo hace un servicio novedoso el cual solo cuenta con una competencia indirecta por parte de gimnasios y entrenadores personales pero estos realizan entrenamientos con otros objetivos y programas de entrenamiento, dando así resultados diferentes, y teniendo como objetivo clientes diferente.



Saladocentes 19/5/2016 5:17 P.M.

**Comentario [2]:** Después de dos puntos seguido, siempre debe iniciar con minúscula, revisar todo el documento en este error.



### CAPITULO III: CANALES

En V.I.V.A se utilizaran principalmente Tipo de canales propios y directos como lo son un equipo comercial el cual será el encargado en buscar clientes rigiéndose por los 3 criterios de selección descritos en el capitulo 1.

**Información:** se contactaran las empresas (clientes potenciales) por teléfono y correo electrónico, con el objetivo de programar una cita para ofrecer el servicio.

**Evaluación:** se creara un formato el cual puedan llenar los posibles clientes al final de la reunión con el fin de conocer su opinión frente a la proposición de valor o servicio ofrecido.

**Compra:** el servicio lo podrán adquirir poniéndose en contacto con una persona de la empresa quien, agendará una reunión en la cual se coordinara el servicio específico que se brindara y a la cantidad de usuarios que se les prestara el servicio, con esta información se generara una factura para que el Cliente pueda depositar el valor arreglado en la cuenta de VIVA

**Entrega:** el servicio de entrenamiento se entregara en el lugar que se establezca con el usuario, sea su casa o un parque cercano, para esto un entrenador de VIVA se desplazara hasta el lugar acordado con los materiales necesarios para la prestación del mismo, el duración de este servicio será de 45 a 75 minutos, 3 ves a la semana.

**Postventa:** los usuarios tendrán línea directa con su entrenador para establecer una relación en la cual pueden presentar cualquier tipo de inquietud que tengan, además de esto una persona de VIVA se pondrá en contacto con los usuarios para supervisar el proceso.

Al Cliente se le presentara un análisis comparativo de los test realizados al comienzo del programa de entrenamiento y los test realizados 6 meses después al final del mismo, mostrando datos claros y concretos del proceso que se realizó en las áreas de



Rendimiento, Escala de percepción del estrés, Niveles de bienestar y la Satisfacción con el trabajo que se desarrolla.

#### **CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES**

La relación con los clientes se realizara en dos etapas: una etapa primaria de captación de clientes nuevos, la cual se realizara por medio directo de un equipo de ventas de VIVA, el cual se basara en reuniones directas con directivos de empresas para presentarles el programa de entrenamiento y por otra parte se realizaran talleres de promocion de la salud y prevencion de la enfermedad en los cuales en forma simultanea se promovera el producto mientras se realizan mediciones y evaluaciones a las personas de las empresas. Una segunda etapa sera la etapa de Fidelización de clientes la cual tendra algunas variables a tener en cuenta.

- a) Etapa diagnostica en la cual se evaluara estado de salud, gustos, costumbres alimenticias y habitos de vida.
- b) Seguimiento constante de los clientes para saber su opinion y sugerencias frente al servicio que reciben.

Un factor de gran importancia es la calidad del servicio y para garantizarla se tendran encuesta los items de la Tabla 1, los cuales se utilizaran como lineamientos para crear encuestas de satisfaccion del cliente con el fin de obtener retroalimentacion constante y poder satisfacer al cliente con un servicio de calidad.



**Tabla 1 Atributos de calidad de los servicios**

ATRIBUTOS DE CALIDAD DE LOS SERVICIOS		
Dimensiones de calidad	Descripcion	Items
1. ELEMENTOS TANGIBLES.	Apariencia y condiciones de las instalaciones equipos y materiales de comunicación.	1.1 Instalaciones adecuadas al servicio prestado
		1.2 Facilidad de acceso a las instalaciones
		1.3 Inexistencia de barreras arquitectonicas.
		1.4 Equipamiento adecuado, moderno y actualizado.
		1.5 Nuevas tecnologías de apoyo (informática, comunicaciones, etc)
		1.6 Elementos materiales y documentacion (impresos, folletos, campañas publicitarias, etc)
		1.7 Sistemas de gestion medioambiental óptimos (racionalización de consumos, reciclaje, contaminación etc)
		1.8 Otros
2. PERSONAS	Apariencia donocimientos y trato del personal.	2.1 Apariencia adecuada de los empleados.
		2.2 Plantilla ajustada y disponible a las necesidades del servicio.
		2.3 Amabilidad y cortesía.
		2.4 Lenguaje adecuado.
		2.5 Conocimientos adaptados al servicio.
		2.6 Identificación disponible para el ciudadano.
		2.7 Empatía (comprension de las necesidades de los usuarios, capacidad de ponerse en su lugar).
		2.8 Otros.
3. CAPACIDAD DE RESPUESTA	Disposicion y voluntad para proporcionar el servicio y ayudar a la ciudadanía.	3.1 Horarios de trabajo convenientes para la ciudadanía.
		3.2 Atención individualizada y personalizada a los usuarios.
		3.3 Interés en solucionar los problemas mostrados por los usuarios (de la organización no de la persona)
		3.4 Facilidad de acceso (suficientes plazas...)
		3.5 Tiempo de espera adecuado para acceder al servicio.
		3.6 Tiempo de atención (prestación del servicio en el tiempo oportuno –una vez se ha accedido al servicio).
		3.7 Organización (planificacion del servicio).
		3.8 Equidad (En el acceso al servicio y la prestación).
		3.9 Prestación del servicio a los demandantes.
		3.10 cobertura social / territorial con la prestación del servicio.
		3.11 Otros.



4. FIABILIDAD	Capacidad para prestar el servicio de la forma comprometida	4.1 Prestación del servicio sin errores (correcta prestación del servicio)
		4.2 Disponibilidad de información sobre la duración del servicio (plazos)
		4.3 Continuidad en la prestación del servicio.
		4.4 Otros,
5. SEGURIDAD	Capacidad para inspirar credibilidad y confianza	5.1 Los conocimientos y actitud del personal transmiten confianza a los usuarios.
		5.2 Los medios disponibles para la prestación del servicio transmiten confianza a los usuarios.
		5.3 Los usuarios se sienten seguros con el servicio recibido.
		5.4 la ciudadanía siente seguridad con el servicio que se ofrece.
		5.5 Se garantiza la intimidad y confidencialidad.
		5.6 Otros.

c) Resultados, parciales y finales, cada 3 meses se hará un cierre parcial en el cual se presentará al cliente un informe detallado, en el cual se expondrán los resultados obtenidos durante el proceso de manera comparativa, Fase inicial (datos obtenidos durante la fase diagnóstica) y fase actual (datos de la última toma de mediciones y datos), con el fin de mostrar de manera clara su avance y motivarlos a seguir adelante con el servicio.

d) Al final del programa se realizará una presentación completa del informe de resultados obtenidos con los Usuarios al Cliente.

Tipo de relación con los clientes: Asistencia personal Exclusiva

- o Al ser un entrenamiento personalizado habrá un entrenador encargado de cada cliente y este será el responsable de la satisfacción del mismo, además de esto existirá una línea de comunicación con la empresa en caso de que el cliente tenga algún tipo de PQR que no quiera comunicar al entrenador sino a la empresa., es importante resaltar que se realizará un seguimiento directo constante al usuario por parte de la empresa con el fin de garantizar su satisfacción .



## CAPITULO V: INGRESOS

Las fuentes son las actividades que realizara la empresa con el fin de recolectar ya sea dinero o bienes, existen diferentes tipos de fuentes de ingreso como lo son; venta de activos o venta directa, cuota por derecho de uso, cuota de suscripcion, prestao alquilero o leasing, concesion de licencias, gastos de corretaje o publicidad,. VIVA se basara en una fuente o tipo de ingreso por cuota o prima por suscripcion, ya que los clientes van a pagar por una suscripcion a un programa de entrenamiento, el cual les brindara el servicio de entrenamiento personalizado tres veces a la semana en la comodidad de su hogar o parque cercano.

Saladocentes 19/5/2016 5:18 P.M.

**Comentario [3]:** tres

Saladocentes 19/5/2016 5:18 P.M.

**Comentario [4]:** ¿???

### Mecanismos de fijacion de precios:

- Fijo:

La empresa tiene un valor fijo por servicio mensual de un millon docientosmil pesos, por la prestacion del servicio, adicionalmente a esto se cobrara un valor de inscripcion el cual tendra un valor de cien mil pesos Colombianos.

- Dinamico:

Habran diferentes tipos de descuentos que haran variar el valor del servicio, estos se dividen en los siguientes.

#### Trimestral:

Cuando un cliente adquiera el servicio pagando de manera anticipada un trimestre, optendra un descuento de un 10% en el valor de la mensualidad, lo cual quiere decir que el valor final que pagara el cliente por el servicio de tres meses es de tres millones docientos cuarentamil pesos.



**Semestral:**

Cuando un cliente adquiera el servicio pagando de manera anticipada un semestre se le realizara un descuento del 20% sobre el valor de la mensualidad, de esta manera el cliente solo tendra que pagar cinco millones setecientos sesenta mil pesos por el servicio de seis meses de entrenamiento personalizado.

**Grupal:**

Cuando una empresa quiera que 10 o mas empleados suyos participen en el programa, se realizara un descuento especial de 30% , teniendo en cuenta que la empresa debera hacer este contrato por una duracion minima de 3 meses, esto permitira que la empresa pague dos millones quinientos veinte mil pesos por cliente, teniendo un ahorro de ochocientos cuarenta mil pesos.

**Ingresos Proyectados:** para el año 1 se determinara el valor teniendo en cuenta las ganancias obtenidas de los ingresos por inscripcion sumadas a los ingresos por mensualidad de un año. Para los años siguientes se utiliza la Ecuacion 1 en la cual se aumenta el valor a un valor del 3% , Se utiliza este valor teniendo en cuenta la informacion brindada por el Ministerio de Hacienda de crecimiento del PIB, el cual es de 3,5% para el 2016, dejando un margen de 0,5 % que pueda funcionar como amortiguador en caso de imprevistos.

Ecuacion 1: Ingresos año siguiente= Ingreso año anterior\* 0.03 + Ingreso año anterior.



## CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES

Cuando se habla de recursos claves se hace referencia los activos más importantes de una organización o empresa, los cuales son indispensables para que el modelo de negocio funcione y los planes se puedan llevar acabo de una manera adecuada, estos se dividen en 4:

1) Físicos:

- Oficina

**Tabla 2 Recursos clave Oficina**

<b>Equipo</b>	<b>Cantidad</b>
Computador	1
Escritorio	1
Sillas	3
Teléfono	1
Pintura	1

- Materiales de trabajo para los entrenadores

**Tabla 3 Recursos clave Materiales**

<b>Equipo</b>	<b>Cantidad</b>
Tensiómetro	1
Bascula	1
Adipometro	1
Cinta métrica	1
Polar FT7	2
Tobilleras	1
TRX	2
TRX RIP	2



Ketbells	4
Chaleco 10 Kg	1
Chaleco 20 Kg	1
Matt	2
Pad Box	1
Guantes Box	1
Elástico	
Aceleración	1
Elástico Tobilleras	1
Bandas Elásticas	10
Maleta de Transporte	1

2) Intelectuales:

- Marca V.I.V.A
- Programa de entrenamiento
- Estrategia de mercado

3) Humanos:

- Gerente.
- Entrenadores Personales (profesionales o practicantes de actividad física y deporte).

Todos los entrenadores personales deberán cumplir con las siguientes características:

Excelente presentación personal, conocimiento de entrenamiento, manejo adecuado de la expresión verbal, pase de conducción y motocicleta.

4) Económicos:





- Deberá contarse con un capital inicial de \$ 32.942.800 que permita sostener la nomina, gastos de arrendamiento y servicios por 6 meses, mientras que el negocio se estabiliza.

Otros Recursos (intangibles):

- Página Web.
- Presentación de Negocio.
- Folleto.

## **CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES**

Las actividades clave son aquellas en las que se basa una organización para poder crear valor ya sea los pasos y o elementos necesarios para crear un producto como los elementos dentro de un programa o servicio, las dos actividades claves en las que VIVA se basara para garantizar la obtención de clientes y la fidelización de los mismos, seran:

Tipo de Actividad Clave: Solucion de problemas.

1. Búsqueda de Clientes: Esta actividad se caracterizara por un metodo de mercadeo directo en el cual el gerente de la empresa contactara a los directores de las empresas objetivo para realizar una presentación de la propuesta de servicio.
2. Prestación de servicio y seguimiento a clientes: Esta actividad se basara en el desarrollo adecuado del programa de entrenamiento y puntualidad por parte del entrenador, y por parte de la empresa un seguimiento al cliente para saber sus opiniones, quejas y sugerencias frente al programa y entrenador designado.



## CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES

Para esta empresa las asociaciones son algo CLAVE, ya que son estas las que le daran respaldo a la marca mientras que es nueva y gana reconocimiento por su trabajo, dentro de estas asociaciones tenemos:

- Empresa de Nutricion- Se retealizara una alianza con una nutricionista o empresa de nutricion que pueda proporcionar la informacion requerida por el cliente en cuanto a la nutricion adecuada para su salud y bienestar.
- Empresas Deportivas: Se realizara una alianza con Reebook ya que esta empresa actualmente quiere posicionarse como la empresa lider en ropa para fitness y actividad fisica, nosotros seremos los pioneros en la actividad fisica para mejorar la productividad Laboral.
- Colef: Con el fin de apoyarse en una institucion reconocida y con una gran base de datos de diferentes profesionales del area de la salud, esta prestara el servicio de seleccion de personal profesional adecuado .

## CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Esta discute los diferentes costos que involucrados o necesarios para desarrollar la empresa. Con el fin de analizar este punto se utilizara el modelo value-driven el cual se centra en la cracion de valor, a diferencia de otros modelos lo cuales buscan reducir los costos a un minimo con el fin de aumentar las rentabilidades. Las caracterisitcas que se definiran en este punto son:costo fijo, variable, inversion en oficina e invercion en equipos, egresos, TIR, VPN.



Una vez se hallan definido los anteriores puntos se debe realizar un análisis con el fin de comprobar la rentabilidad real de la empresa y así poder justificar o no la inversión.

**Costo Fijo:**

**Tabla 4 Costos fijos**

Arriendo Oficina	\$ 1.000.000
Servicios	\$ 200.000
Secretaria Virtual	\$ 170.000
Internet y teléfono	\$ 100.000
Gerente	\$ 2.000.00
Gastos de Representación	\$ 150.000
Pg web	\$ 50.000
<b>Total Costos Fijos</b>	<b>\$ 3.670.000</b>

Saladocentes 19/5/2016 5:20 P.M.

**Comentario [5]:** Falta los gastos variables y realizar un análisis entre los unos y los otros.

**Inversión Oficina: \$ 3.380.000**

**Tabla 5 Inversion Oficina.**

Equipo	Cantidad	Valor	Total
Computador	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
Escritorio	1	\$ 200.000,00	\$ 200.000,00
Sillas	3	\$ 60.000,00	\$ 180.000,00
Pintura	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
Pagina Web	1	\$ 2000000	\$ 2.000.000,00
			\$ 3.380.000,00



**Inversión en Equipos para Servicio: \$ 4.048.000**

**Tabla 6 Inverision en Equipos para Servicio**

Equipo	Cantidad	Valor	Total
Tensiómetro	1	\$ 160.000,00	\$ 160.000,00
Bascula	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
Adipometro	1	\$ 60.000,00	\$ 60.000,00
Cinta métrica	1	\$ 10.000,00	\$ 10.000,00
Polar FT7	2	\$ 389.000,00	\$ 778.000,00
Tobilleras	1	\$ 40.000,00	\$ 40.000,00
TRX	2	\$ 150.000,00	\$ 300.000,00
TRX RIP	2	\$ 600.000,00	\$ 1.200.000,00
Ketbells	4	\$ 100.000,00	\$ 400.000,00
Chaleco 10 Kg	1	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
Chaleco 20 Kg	1	\$ 240.000,00	\$ 240.000,00
Matt	2	\$ 35.000,00	\$ 70.000,00
Pad Box	1	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
Guantes Box	1	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
Elástico Aceleración	1	\$ 150.000,00	\$ 150.000,00
Elástico Tobilleras	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00
Bandas Elásticas	10	\$ 20.000,00	\$ 200.000,00
Maleta de Trasporte	1	\$ 500.000,00	\$ 500.000,00
		<b>Total</b>	<b>\$ 4.048.000,00</b>



**Total Inversión en oficina y equipos: \$ 7.428.000**

**Costos Variables:**

Estos son los que dependen de diferentes variables, y cambian en proporción de la actividad de la empresa, este se da por la suma de los costos marginales en todas las unidades producidas.

La empresa tiene como costo variable el costo total que se debe pagar por mes a los diferentes entrenadores que prestan el servicio al cliente de entrenamiento personalizado, a ellos se les pagara la suma de treinta mil pesos Colombianos por clase dirigida, de esta manera entre más clientes tenga la empresa más clases deberán dirigirse y esto conllevara a un mayor gasto en pagos a entrenadores, lo anterior se registrará mediante la siguiente ecuación

Ecuación 2 Costo entrenadores = \$ 30.000 x 12 x Número de clientes

**Nota:** Se creara un Fondo teniendo en cuenta que es prudente dar un margen de 6 meses de tiempo en el cual se deben pagar los costos fijos más la publicidad para que la empresa pueda obtener una sostenibilidad.

**Tabla 7 Inversion Total**

ITEM	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Costo Fijo	6	\$ 3.670.000	\$ 22.020.000
Inversión Oficina	1	\$ 3.380.000	\$ 3.380.000
Inversión Equipos	1	\$ 4.048.000	\$ 4.048.000
Publicidad	5	\$ 500.000	\$ 2.500.000
Imprevistos 10%	1	\$ 2.994.800	\$ 2.994.800

**Total Inversión: \$ 34.942.800**



**Egresos:** Los egresos se representan por los gastos en los que incurre la empresa teniendo en cuenta tanto los fijos como los variables, para los siguientes años se tiene en cuenta las proyecciones del Ministerio de hacienda con una inflacion anual del cual se tomara el 3% para sumar a la del año anterior.

**TIR:** la tasa Interna de Retorno (TIR) es el metodo de inversiones que se utiliza para medir la rentabilidad generada tras una inversion en terminos de porcentaje.

La Ecuacion 2 para el calculo de la TIR se presenta a continuacion, aunque para el calculo de la misma en este proyecto se empleo el software de Excel.

Ecuación 3: 
$$-A + \frac{Q1}{(1+r)} + \frac{Q2}{(1+r)^2} + \dots + \frac{Qn}{(1+r)^n} = 0$$

Donde:

- r= TIR
- A=Desembolso inicial
- Q1, Q2....Q6= Flujos netos de caja en cada periodo.

**VPN:** sus siglas traducen a Valor Presente Neto, y es el que permite determinar si la inversión que se va a realiza puede incrementar o reducir. El valor no solo puede ser positivo y negativo sino que tambien cuenta el neutro o 0, si este valor es positivo quiere decir que el valor de la empresa tendra un incremento, si es negativo significara que la empresa reducira su riqueza y si el resultado es 0 la empresa no persivira un aumento ni disminucion de su riqueza.

**Nota:** cuando el número de clientes supere los 20 se deberá realizar una segunda inversión o reinversión de capital para aumentar la indumentaria y equipos con el fin de poder seguir prestando un servicio de calidad a los clientes.



## CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

La evaluación financiera es de gran importancia en un proyecto empresarial, pues es el espacio en el cual se analizan los datos obtenidos en los flujos de caja proyectados, TIR, VPN y demás elementos que nos dan información correspondiente a la parte financiera, esto con el fin de conocer la viabilidad del proyecto o empresa.

A continuación se observa en la Tabla 2 el Flujo de caja proyectado a un año, en el cual los 3 primeros meses son de promoción del producto y desde el cuarto periodo mensual se genera un ingreso de 2 clientes al mes (en el programa de semestre), este crecimiento se mantiene proporcional los 9 meses del año restantes.

### Flujo de Caja

**Tabla 8 Proyección 1 año, con 2 clientes nuevos por mes.**

	Clientes	Ingresos	Costo Coach	Ingreso x inscripción	Ingreso x mensualidad	Gasto fijo	Saldo
Mes 1	0					\$3.670.000	\$7.330.000
Mes 2	0					\$3.670.000	\$7.330.000
Mes 3	0					\$3.670.000	\$7.330.000
Mes 4	2	\$11.520.000	\$720.000	\$200.000	\$7.200.000	\$3.670.000	\$7.330.000
Mes 5	4	\$11.520.000	\$720.000	\$200.000	\$7.200.000	\$3.670.000	\$7.330.000
Mes 6	6	\$11.520.000	\$720.000	\$200.000	\$7.200.000	\$3.670.000	\$7.330.000
Mes 7	8	\$11.520.000	\$720.000	\$200.000	\$7.200.000	\$3.670.000	\$7.330.000
Mes 8	10	\$11.520.000	\$720.000	\$200.000	\$7.200.000	\$3.670.000	\$7.330.000
Mes 9	12	\$11.520.000	\$720.000	\$200.000	\$7.200.000	\$3.670.000	\$7.330.000
Mes 10	14	\$11.520.000	\$720.000	\$200.000	\$7.200.000	\$3.670.000	\$7.330.000
Mes 11	16	\$11.520.000	\$720.000	\$200.000	\$7.200.000	\$3.670.000	\$7.330.000
Mes 12	18	\$11.520.000	\$720.000	\$200.000	\$7.200.000	\$3.670.000	\$7.330.000
						Saldo Final	\$ 54.960.000



Tabla 9 Flujo de ingresos

<b>FLUJO INGRESOS</b>	
<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>
<b>1</b>	<b>\$ 105.480.000</b>
<b>2</b>	<b>\$ 108.644.400</b>
<b>3</b>	<b>\$ 111.903.732</b>

Tabla 10 Flujo de egresos

<b>FLUJO EGRESOS</b>	
<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>
<b>1</b>	<b>\$ 50.520.000</b>
<b>2</b>	<b>\$ 52.035.600</b>
<b>3</b>	<b>\$ 53.596.668</b>

Tabla 11 Flujos de efectivo neto

<b>FLUJO DE EFECTIVO NETO</b>	
<b>AÑO</b>	<b>VALOR</b>
<b>1</b>	<b>\$ 54.960.000</b>
<b>2</b>	<b>\$ 56.608.800</b>
<b>3</b>	<b>\$ 58.307.064</b>





### **Evaluacion de la viabilidad de la empresa a traves de los indicadores TIR y VPN**

Con el fin de obtener los valores necesarios para realizar la formula de la tasa interna de retorno y valor presente neto se realiza de manera previa un analisis del flujo de caja proyectado.

La empresa solo contara con un trabajador de nomina el cual sera el gerente quien estara encargado de abrir mercados, localizando clientes potenciales y realizandoles la presentacion del servicio, el gerente devengara un salario de \$ 2.000.0000, mas \$150.000 pesos para gastos de representacion, es importante tener en cuenta que la empresa no espera recibir ingresos antes de los primeros tres meses esto ya que se espera tener que realizar un periodo de publicidad y divulgacion previo del servicio .

La oficina de la empresa tendra un costo de alquiler de \$ 1,000.000 de pesos mensuales, en esta se guardaran todos los equipos de la empresa, de tal manera que los entrenadores los recojan antes de cada servicio y los lleven devuelta depues de prestar el mismo, el valor estimado de los servicios mas internet y telefono es de \$ 300.000 pesos.

Con el fin de disminuir gastos inesesarios se contratara un servicio de secretaria virtual, la secreatia virtual es una persona capacitada y que pertenes a una compañía de outsourcing,esta tendra la labor de recibir las llamadas que se realicen a la compañía y guardar mensajes o trasmitir la llamada a quien se desee, su costo mensual es de \$ 170.000 pesos.

Existe un fondo destinado a la invercion en publicidad de \$ 2.500.000 pesos el cual esta proyectado para utilizarse a lo largo de 5 meses lo cual permitira una cuota mensual de \$ 500.000.

Al analizar los valores anuales obtenidos en la tabla 9, 10, y 11 relativas a los ingresos y egresos se observa un margen de rentabilidad positivo, para analizarlo de una manera mas minusiosa se utlizara el TIR y VAN.



La Tasa Interna de Retorno (TIR), es un método de valoración el cual se utiliza en las inversiones y mide la rentabilidad generada tras una inversión en términos porcentaje, tras aplicarlo a nuestro modelo de negocio obtenemos un **TIR: 159%** , lo cual nos ratifica nuestra hipótesis inicial la cual indica que la creación de la empresa es viable para un inversionista ya que su rendimiento es bastante superior al que brindan entes financieras en modelos como el CDT, los cuales oscilan entre los 1 y 4%.

Por otra parte el VAN o valor presente neto funciona como una segunda herramienta de analisis, esta permite tener bases solidas para la toma de decisiones dandonos informacion frente a al aumento o disminucion del valor de la empresa, en este caso despues de aplicar la formula en el programa de Excel, se obtiene un **VAN: \$127.134.870** de pesos, esto al ser un valor positivo nos dice que el valor de la empresa se va a incrementar, teniendo la capacidad de generar el dinero necesario para pagar el monto de la inversion y dar un margen de utilidad a los propietarios, en otros terminos se podria decir que la compañía tendra un incremento equivalente a \$127.134.870 pesos.



**Balance****Tabla 12 Balance**

<b>ACTIVO</b>		<b>PASIVO</b>	
Disponibles		Costos y gastos por pagar	
Banco	\$ 28.014.800	Gasto de adecuacion	\$ 500.000
Propiedad planta y equipo		<b>Total pasivo: \$ 500.000</b>	
Muebles y enseres	\$ 380.000	<b>PATRIMONIO</b>	
Equipo de computo	\$ 500.000	Capital	\$ 34.442.800
Pagina Web	\$ 2.000.000	<b>Total pasivo mas patrimonio: \$ 34.942.800</b>	
Equipo	\$ 4.048.000		
<b>Total activo:</b>	<b>\$34.942.800</b>		



### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Saldarriaga J (2007) Factores asociados al ausentismo laboral por causa medica en una institución de educación superior. Vol 25. No 1 medellin.
- Frank J, Dahn, Jason R (2005) Exercise and well-being:a reviw of mental and physical health benefits associated with physical activity. *Behavioural medicine*, Vol 18. p. 189-193.
- Schwarz t, Ulrica (2011)Employee Self-rated Productivity an objetive Organizational Production Level: Effects of Worksite Health Interventions Involving Reduced Work Hours and Physical Exercise. *Journal of Occupational & Enviromental Medicine*, Vol 53 p. 838-844.
- Curry, J., Curry, A. (2002). CRM Cómo implementar y beneficiarse de la gestión de las relaciones con los clientes. España: Gestión 2000.com
- Schnarch, K., A. (2011). Marketing de fidelización cómo obtener clientes satisfechos y leales, bajo una perspectiva latinoamericana. Bogotá: Ecoe Ediciones
- De miguel J, Schwiger I, Mozas O, Hernández L (2011) Effects of physical exercise on job productivity and well being. *Psicologia del deporte*, Barcelona, Vol 20 p. 589-604.
- Quintero L, Barreto M (2015) Aplicación del modelo Lean Canvas en la modelación del negocio del proyecto de empresa Intifem. Medellin EAFIT.

