



DAJA FUNCIONAL TRAINING

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

JOHN CASTRO

DUVAN BEJARANO

JULIO PAMPLONA

Asesor:

JUAN CARLOS CORREDOR

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Noviembre 2015

Tabla de contenido

<i>Introducción</i>	5
<i>Modelamiento de la idea de negocio</i>	7
<i>Logo</i>	8
<i>Slogan</i>	8
<i>Misión</i>	8
<i>Visión</i>	8
<i>Fundamentación humanista</i>	9
<i>Marco referencial</i>	9
<i>Capítulo I: segmentos de mercado</i>	13
<i>Capítulo II: Proposición de Valor</i>	16
<i>Capítulo III: Canales</i>	17
<i>Capítulo IV Relaciones clave</i>	21
<i>Capítulo VI: recursos claves</i>	23
<i>Capítulo VII: Actividades Clave</i>	24
<i>Capítulo VIII Asociaciones clave</i>	26
<i>Capítulo IX –Costos</i>	27
<i>Capítulo X Evaluación financiera</i>	28
<i>Lienzo de modelo de negocio</i>	31
<i>Bibliografía</i>	32



Tabla de ilustraciones

Ilustración 1	8
Ilustración 2	15
Ilustración 3	18
Ilustración 4	20
Ilustración 5	31



Tabla de cuadros

T a b l a 1	2 4
T a b l a 2	2 5
T a b l a 3	2 7
T a b l a 4	2 9
T a b l a 5	3 0



Introducción

La actividad física para la salud es importante para el bienestar de todas las personas, En la actualidad se presenta la práctica de Actividad Física como un bien cultural que los ciudadanos demandan, resultando ser la orientación de ésta hacia la salud el principal motivo por el cual se realiza (Torre, 1998; García Montes, 1997). Hoy en día, la palabra salud y adjetivos derivados de ella tales como saludable y sano, los podemos escuchar y leer por doquier. Son palabras que se utilizan cotidianamente y que, en este final de siglo, han adquirido una gran popularidad (Devís y cols 1998).

Por lo anterior nuestra idea de negocio será el fomento de la actividad física por medio del entrenamiento personalizado, utilizando el entrenamiento funcional o la formación y perfeccionamiento técnico que el cliente desee y de acuerdo al deporte que maneje o practique. El entrenamiento (Casimiro, 1999) funcional es una herramienta novedosa, divertida y diferente que el cliente puede experimentar una manera no convencional de hacer ejercicio y entrenarse, sin importar cuál sea el objetivo, ya que el entrenamiento funcional tiene como objetivo mejorar las actividades diarias de cada persona y las cuales se pueden adaptar como medio de entrenamiento, además el entrenamiento funcional es una tendencia que desarrolla diferentes habilidades y capacidades físicas de las personas, siendo una actividad ideal para nuestra idea de negocio.

Nuestra idea de negocio es una forma de lucha contra el sedentarismo, buscaremos crear planes que puedan tener adherencia al deporte y a la actividad física, y apartar a las personas de la rutina diaria de sentarse en frente de un computador, ver televisión



por largas horas y hasta ofrecer programas a niños y jóvenes que alejen de un innumerable problemas sociales asociados con la tecnología absorbente que tiene esta población, o el interminable problema de drogadicción. Estas circunstancias nos conducen a una situación en la que predomina la inactividad y, como consecuencia de ella, una serie de patologías y alteraciones derivadas de esta: obesidad, atrofia ósea y muscular, aterosclerosis, alteraciones degenerativas cardiovasculares y del aparato locomotor, broncopatías crónicas, afecciones psíquicas, aumento del consumo de medicamentos, tabaco, alcohol y otras drogas, entre otras (Casimiro, 1999).

Ventaja significativa

Una empresa en sus inicios debe preocuparse por darle una propuesta novedosa y significativa al cliente, por ende los resultados se empezaran a ver poco a poco y a medida de que estos mismos servicios se vayan mejorando en pro del bienestar y satisfacción del cliente los frutos empezaran a aparecer. Por lo anterior en la amplia formación de los integrantes de la empresa como cultores físicos, han recibido herramientas que podrán darle una propuesta diferente a los clientes. Por medio de cátedras que tenían como objetivo la programación del ejercicio a diferentes poblaciones y la creación de planes de entrenamiento que a su vez tuvieran métodos de adherencia que evitaran la deserción al ejercicio. Las asignaturas de enseñanza en deportes también permitirán convertir en propuesta la formación y la profundización de los mismos, y que junto a los conocimientos obtenidos con cátedras como programación del ejercicio permitan crear planes enfocados a la preferencia del cliente, al gusto de cada persona y objetivo del mismo. Será un trabajo detallado, personalizado y realizado con seguimiento continuo, valorando la formación integral del cliente y el alcance de metas y objetivos trazados al principio del programa contratado por él. Un punto fuerte a favor, es la experiencia obtenida por los integrantes de la empresa, ya que todos han aplicado conocimientos en campo con diferentes poblaciones por varios años.



M o d e l a m i e n t o d e l a i d e a d e n e g o c i o

El origen de esta idea nace de acuerdo a las experiencias que los integrantes de este grupo han tenido a través de sus trabajos, conociendo el medio del trabajo personalizado y grupal, pasando por varios deportes los cuales practican y enseñan. Con lo nombrado anteriormente se quiso crear una empresa de entrenamiento personalizado (entrenamiento funcional) combinado con la práctica del deporte que sea de más agrado para los clientes, con esto buscando una mejora a nivel física y técnica (formación integral del cliente).

Esta empresa es una sociedad (tres socios), tiene un tipo de negocio de servicio porque el cliente o individuo pedirá la prestación de nuestro servicio para satisfacer una necesidad, en este caso con los conocimientos adquiridos por los integrantes de la empresa se dará solución a través del entrenamiento del deporte de su gusto y un acondicionamiento físico óptimo para sus quehaceres diarios.

Teniendo como referencia el haber estado como usuarios o empleados en el trabajo de empresas con gran nombre en la prestación de servicios personalizados y grupales como lo son el Bodytech, Spinning Center, gimnasios de clubes o cajas de compensación como los de Arrayanes, Cafam, Colsubsidio y Compensar. También empresas privados de clases personalizadas de deportes (fútbol, patinaje y tenis).

De acuerdo con las personas a las que se les ha consultado en los trabajos de los integrantes de la empresa, que son personas ligadas al sector de la salud y el deporte en nuestra ciudad, la idea es innovadora al querer mezclar dos objetivos como lo son la práctica y mejora de un deporte (técnicamente) complementándolo con el acondicionamiento físico para este mismo.



L o g o

Ilustración 1



Autores - 2015

S l o g a n

“Hacer Vida”

M i s i ó n

En 2020 ser la mejor empresa en entrenamiento con innovación en nuestros servicios, para mejorar la calidad de vida de nuestros usuarios.

V i s i ó n

Promover la actividad física como medio de vida saludable, a través del entrenamiento funcional personalizado enfatizado a los deportes.



Fundamentación humanista

La relación con el cliente será muy cercana, el seguimiento continuo y personalizado será la primicia de la empresa, la formación integral de los clientes es una meta que día a día se construirá con esmero y dedicación, los programas diseñados para cada cliente se crearan con responsabilidad y honestidad, además están se construirán con profesionalismo para cumplir con las expectativas de las personas y las metas de las mismas, trabajaremos por el bienestar físico y mental, también buscaremos crear hábitos de vida saludable acabando con el sedentarismo y problemas sociales que aquejan la sociedad. Según Santo Tomas de Aquino *“El único instrumento que los hombres tenemos tanto para perfeccionarnos como para vivir dignamente es la educación”*. A referencia de lo anterior se puede deducir que la herramienta más fuerte y poderosa que el hombre tiene para vivir a plenitud es la educación.

Marco referencial

Conformación de empresa como persona natural

Documentos necesarios para registrarse como persona natural ante la Cámara de Comercio de Bogotá (CCB):

- Original del documento de identidad.
- Formulario del Registro Único Tributario (RUT).
- Formularios disponibles en las sedes de la CCB.
- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES).
- Carátula única empresarial y anexos, según corresponda (Persona Natural, Persona Jurídica, Establecimiento de Comercio o Proponente).
- Formulario de Registro con otras entidades.



Consultas virtuales

- Nombre del establecimiento: confirme aquí que el nombre que quiere usar no se encuentre matriculado.
- Consulta de marca.
- Actividad: consulte aquí la actividad económica de su empresa (nuevo código CIIU).
- Uso del suelo: verifique en la Secretaría Distrital de Planeación si la actividad que va a iniciar puede desarrollarse en el lugar previsto para su funcionamiento. Consulta de uso del suelo.

El Registro Único Tributario (RUT)

Administrado por la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), constituye el único mecanismo para identificar, ubicar y clasificar a los siguientes sujetos:

- Las personas y entidades que tengan la calidad de contribuyentes, declarantes de impuesto sobre la renta y no contribuyentes.
- Declarantes de ingresos y patrimonio.
- Responsables del régimen común y los pertenecientes al régimen simplificado.
- Los agentes retenedores, importadores, exportadores y demás sujetos con obligaciones administradas por la DIAN.
- Los demás sujetos con obligaciones administradas por la DIAN.

El Número de Identificación Tributaria (NIT) constituye el código de identificación de los inscritos en el RUT. Este número lo asigna la DIAN a las personas naturales o jurídicas nacionales o extranjeras o a los demás sujetos con obligaciones administradas por dicha entidad.



Con este formulario y los demás documentos exigidos para la matrícula, la DIAN asigna el NIT y lo incorpora en el Certificado de Existencia y Representación Legal.

Información detallada acerca de la expedición del NIT

Si aún no tiene RUT, la CCB efectuará este trámite (si desea matricularse como comerciante). Podrá recibir asesoría especializada o realizarlo consultando la siguiente información:

Personas autorizadas para realizar la solicitud

- La Persona Natural interesada en realizar la inscripción en la Matrícula Mercantil.
- Apoderado del interesado (Persona Natural o Jurídica) debidamente acreditado mediante poder.

Documentos que debe allegar:

- Fotocopia de documento de identidad de quien realiza el trámite con exhibición del original.
- Cédula de ciudadanía original de la persona que se matricula.
- Cuando el trámite se realice mediante poder, la persona debe adjuntarlo en original o fotocopia.
 - Ingrese al portal www.dian.gov.co.
 - Seleccione la opción *Solicitud inscripción RUT*.
 - En la ventana *Tipo inscripción*, seleccione *Cámara de Comercio* y haga clic en *Continuar*.
 - En el espacio en el que se solicita el número del formulario (deberá suministrarlo, esto si ingresó previamente a diligenciar un borrador del formulario. De lo contrario, no digite ninguna información), haga clic en *continuar* y diligencie el formulario RUT. Imprima el formulario RUT que saldrá con la leyenda *para trámite en Cámara*, que contiene el número de formulario (casilla 4) y debe ser registrado



en el *Formulario Adicional de Registro con otras entidades* en las casillas correspondientes al *Número de Formulario DIAN*.

- o Si la persona natural es responsable del Impuesto sobre las Ventas del Régimen Común, es importador o exportador (salvo que se trate de un importador ocasional), debe adjuntar adicionalmente constancia de titularidad de una cuenta corriente o de ahorros activa, con fecha de expedición no mayor a un (1) mes en una entidad vigilada por la Superintendencia Financiera de Colombia o último extracto de la misma.

Si ya tiene el RUT y desea matricularse, debe allegar fotocopia del formulario RUT.

Si ya tiene RUT y desea actualizarlo, diríjase a las oficinas de la DIAN.

Nota: el número de formulario (casilla 4) del RUT, debe ser registrado en el *Formulario adicional de Registro con otras entidades* en las casillas correspondientes al *Número de Formulario DIAN*.

Si tiene alguna duda relacionada con este proceso, acérquese a una de nuestras sedes CCB y reciba atención personalizada en el Centro de Atención Empresarial (CAE).

Registro Único Empresarial y Social (RUE)

Diligencie los siguientes formularios. Puede descargarlos u obtenerlos en las sedes de la CCB o SuperCADE:

- Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES).
- Carátula única empresarial y anexos según corresponda (Persona Natural, Persona Jurídica, Establecimiento de Comercio o Proponente).
- Formulario de Registro con otras entidades.



Con este formulario, la CCB envía la información a la Secretaría de Hacienda Distrital con el propósito de llevar a cabo la inscripción en el Registro de Información Tributaria (RIT), siempre y cuando las actividades que va a realizar se lleven a cabo en Bogotá y estén gravadas con el Impuesto de Industria y Comercio (ICA)

Formalización de registro matrícula mercantil (CCB)

Presente todos los documentos en cualquier sede de atención al público de la CCB y pague los derechos de Matrícula correspondientes. Vea las tarifas de los registros públicos 2015. Consulte la información relacionada con el registro de su empresa y acceda a contenidos de interés para su negocio.

Capítulo I: segmentos de mercado

Los clientes del servicio que pretende brindar DAJA son personas que buscan resolver problemas a nivel físico o perfeccionar elementos técnicos del deporte de su elección. Existen muchas otras organizaciones que están tratando de dar respuesta a este inconveniente, lo que nos diferencia como empresa es la posibilidad de seguimiento paso a paso en el proceso, además de llevar el servicio hasta donde está el cliente, a diferencia de la mayoría de casos en que el cliente es el que debe ir a adquirir el servicio.

Identificamos el un mercado amplio con necesidades diferentes y desde allí trabajaremos, en el cual se encuentran clientes que requieren una oferta diferenciada, por lo cual se justifica nuestra empresa, y están dispuestos a pagar por una oferta distinta, además podemos llegar a ellos a través de distintos canales de distribución, lo cual nos permitirá obtener diferentes rentabilidades al atender cada grupo de clientes.



Nuestro mercado al ser amplio requiere de una segmentación propia, por lo que identificamos a la población aparentemente sana y/o personas que requieran de rehabilitación física de campo y que solicitan recuperación física después de una lesión , prácticamente que podemos llegar a cualquier persona por medio de los mismos canales de distribución, personas que tengan la necesidad y el objetivo de mejoramiento a nivel físico-técnico. La única salvedad que podemos hacer para segmentar el mercado es que adquirir el servicio requiere cierta facilidad adquisitiva a nivel económico por parte del cliente.

Caracterización del cliente

- Geográfica: Nuestros clientes se ubicarán en Colombia, en la ciudad de Bogotá, en cualquier localidad de la misma, nuestra empresa tiene cobertura global para la capital del país y los municipios que se encuentran en el área metropolitana de la ciudad (Chía, Cota, Madrid, Mosquera , Funza, Soacha, Sibaté, La Calera). En 2013 y según el *D.A.N.E (Departamento Administrativo Nacional de Estadística)* Bogotá tiene 8.363.782 de habitantes



[illegible]

-

- Conductual: Se hace necesario que las personas que quieran adquirir el servicio tengan la necesidad y la motivación por realizar actividad física programada, con toda la exigencia que de esta se desprende, teniendo en cuenta elementos como la honestidad, disciplina, responsabilidad y puntualidad. Es importante dentro de estos elementos que las personas entiendan el valor de la continuidad dentro de la consecución de objetivos, es importante para nosotros como empresa y para el cliente observar los resultados a lo largo del tiempo, lo cual solo se logra con la continuidad adecuada

Capítulo II: Proposición de Valor

La innovación junto a la personalización del servicio serán la propuesta o valor agregado de nuestra idea de negocio, puesto que a pesar de que el entrenamiento funcional y personalizado ha cogido fuerza en la ciudad, son muy pocos los centros de entrenamiento que se especializan a la rehabilitación física de campo después de una lesión, además que no existe una empresa conformada legalmente que preste el servicio de la formación deportiva personalizada en diferentes modalidades (Tenis, fútbol, baloncesto, voleibol, natación, patinaje, etc). Agregando a esto y sin desconocer la demanda que existe con las nuevas tendencias del entrenamiento como lo pueden ser el crossfit (*Es un tipo de entrenamiento de ejercicios funcionales, constantemente variados, ejecutados a alta intensidad. CrossFit es un programa de fuerza y acondicionamiento físico total, que se basa en el incremento de las diez capacidades físicas más reconocidas por los especialistas en el entrenamiento deportivo con pesas. Durante la ejercitación se busca desarrollar la fuerza y el tono muscular e incrementar la funcionalidad de los músculos para repetir los movimientos en distintas situaciones de la vida real.*) o el entrenamiento en



suspensión (*Se considera Entrenamiento en suspensión a los ejercicios funcionales que se desarrollan a través de un arnés sujeto por un punto de anclaje, ajustable no elástico fabricado de distintos materiales que permite realizar un entrenamiento completo para todo el cuerpo utilizando el propio peso corporal y la resistencia a la gravedad.*) (Wikipedia). La idea de negocio y su propuesta de valor sera la variedad de servicios a prestar y la integralidad de los mismos que permitiran al cliente satisfacer sus necesidades y cumplimiento de objetivos.

C a p í t u l o I I I : C a n a l e s

3.1 I n f o r m a c i ó n

F í s i c a s

La estrategia de información que se va a utilizar será la física con la repartición de volantes, tarjetas, posters en zonas residenciales y un folleto informativo para nuestros clientes que buscara conocer nuestros productos, objetivos y beneficios del mismo. La idea será realizar la estrategia por zonas claves de Bogotá y sus alrededores puesto que en las localidades de la zona norte y centro occidente de Bogotá (Localidad Suba, Usaquén, Chapinero, Teusaquillo, Fontibón) se encuentra una estabilidad y posibilidad económica que ayudaría a la adquisición y por ende desarrollo de la empresa sin desconocer que en otros puntos de la ciudad se podría prestar el servicio pero se destaca estas zonas mencionadas como punto clave para desarrollar los canales de información. Ver ilustración 3



Ilustración 3



Tomado de Google Images

Virtuales

La estrategia virtuales muy importante puesto que en la actualidad las redes sociales junto con el internet resultan una herramienta indispensable para la difusión de la información. Por ende se crearon varios canales de información para la empresa como son: FanPage en Facebook, Cuenta en Twitter, Instagram y correo electrónico de la empresa y sus integrantes.

✓ Facebook: Daja Funcional Training

Link: <https://www.facebook.com/DAJAFT>

✓ Twitter: @DAJAFT



Link: <https://twitter.com/DAJAFT>

✓ Instagram : [dajafuncionaltraining](#)

Link: <https://instagram.com/dajafuncionaltraining/>

✓ Correo electrónico: dajafuncionaltraining@hotmail.com

• Telefónica

La estrategia telefónica es una herramienta de información que se utilizara de forma más personalizada y detallada, donde al cliente se le dará la posibilidad de conocer a profundidad los servicios y sus beneficios, además se brindara una orientación al servicio y resolución de inquietudes de los clientes.

3.2 Evaluación

El método de evaluación de nuestros clientes será al final del servicio adquirido, por ejemplo un cliente que toma un programa de 8 sesiones. Al final de la octava sesión se le entregara una encuesta física que permitirá a la empresa en que aspectos se puede trabajar y/o mejorar. Ver ilustración 4



Ilustración 4

Evaluación del servicio DAJA FUNCIONAL TRAINING

Estimado cliente:

A continuación encontrará una encuesta la cual busca evaluar nuestro servicio y calidad del mismo como el nivel de satisfacción y alcance de objetivos propuestos al principio de adquirido el servicio.

Por favor evalúe con una X cada ítem entre (excelente, bueno, regular, malo y deficiente.) Al final de las preguntas encontrará un espacio donde podrá expresar sus inquietudes, sugerencias y observaciones del servicio prestado.

ACTITUDINAL	Excelente	Bueno	regular	malo	Deficiente
Puntualidad					
Amabilidad					
Presentación personal					
Estado de materiales					
SERVICIO					
Nivel de satisfacción					
Desarrollo de las sesiones (duración de la misma, tiempo estimado en la promesa de venta)					
Alcance de objetivos					
Comunicación asertiva					

Sugerencias y observaciones:



Gracias por la atención prestada.

Autores

2015



3.3 Canal de compra

El canal de compra de la empresa será el tradicional y a convenir con el cliente, puesto que depende del tipo del programa que el cliente tome y servicio el cual contrate. El método de pago será en efectivo y personal.

3.4 estrategia de servicio

La estrategia de servicio será como anteriormente se mencionó en la propuesta de valor de manera personalizada, en la cual el cliente indicara el lugar, el día y la hora en que quiera tomar el servicio, la empresa y el entrenador de dirigirá allí con el material y requerimientos de la sesión, prestando el servicio con comodidad, puntualidad y responsabilidad necesaria que requiere el cliente. Si por factores climatológicos, personales del cliente o del entrenador se necesita el aplazamiento de la sesión, esta se reprogramara en otro espacio.

3.5 Post venta

El cliente una vez comprado el servicio y teniendo en cuenta que se logre el nivel de satisfacción del mismo, se tomara en cuenta una herramienta de post venta que servirá como fidelización y esta será el descuento del siguiente programa por igual o mayor cantidad de tiempo del mismo. Por ejemplo si el cliente tomo anteriormente un programa de 12 sesiones y quiere uno de 24 o las mismas 12 sesiones se entrara a realizarle un descuento del 20% .

Capitulo IV Relaciones clave

La empresa DAJA Funcional Training tendrá una relación especial con cada cliente puesto que cada persona que tome el servicio buscara un objetivo específico y único por ende el servicio de la empresa debe ser cuidadoso detallado y enfatizado para que



busque el cumplimiento de metas y objetivos trazados al principio por el cliente. En teoría tendremos una relación personal exclusiva o dedicada esta relación busca de manera específica y profunda llegar a las metas planteadas por el cliente y la empresa. De acuerdo al modelamiento de negocio ofreceremos una relación con el cliente de manera personal haciendo referencia a la idea principal de la empresa la cual se centra en el entrenamiento personalizado. También los canales de comunicación como las redes sociales permitirán interactuar con diferentes personas y clientes que a su vez posibilitaran la comunicación detallada y hasta personalizada con la comunidad.

Estrategias para la adquisición de nuevos clientes

- Plan de sesiones de muestra o degustación

Según el plan que el cliente esté interesado, se le ofrecerá dos sesiones de degustación o muestra con el objetivo de ponerle en exposición los servicios junto con la metodología de la empresa, estas sesiones serán claves para dejar la imagen de la empresa en contemplación de que se adquiera el servicio.

- Plan referidos

Si un cliente que actualmente tiene un programa de entrenamiento con la empresa lleva a una persona más para que tome el servicio, se le hará un descuento del 20% sobre el próximo plan del cliente que llevo al referido.

- Plan fidelizado

Si un cliente lleva más de 6 meses tomando los programas ofrecidos por la empresa el siguiente plan se le hará un descuento del 30%



Capítulo VI: recursos claves

- **Humanos**

- ✓ Socios y entrenadores especializados en entrenamiento funcional y formación en deportes de campo.

Administrador deportivo

Está capacitado para dirigir y administrar las diferentes actividades económicas de la empresa, logrando generar estabilidad para la empresa.

Profesional de cultura física en deporte y recreación

Está preparado para aplicar procesos de entrenamiento y que a su vez se enfocan al cumplimiento de un objetivo trazado desde diferentes campos del deporte y dados previamente por el cliente.

- **Físicos**

- ✓ Materiales de entrenamiento (conos, platillos, aros, balones, balones medicinales, vallas, estacas, escaleras, trx, pesas, pesas rusas, bases inestables, bandas elásticas.)
- ✓ Dispositivos móviles que facilitan la publicidad y difusión de la empresa
- ✓ Equipos de cómputo

- **Intelectuales**

- ✓ Bases de datos: Permitirá controlar, ordenar y clasificar la información de los clientes con el objetivo de permitir la organización de los mismos y por ende responder a objetivos de eficiencia y seguridad.
- ✓ Conocimientos
- ✓ Software de entrenamiento
- ✓ Test online
- ✓ Test codificados



- Económicos
 - ✓ Dinero efectivo
 - ✓ Créditos bancarios

Tabla 1

Elemento	Valor unitario	Cantidad	Valor total
Entrenadores (Son los mismos socios mayoritarios)	Valor determinado en porcentajes iguales según la cantidad de clientes	4	Valor determinado en porcentajes iguales según la cantidad de clientes
Activos clave			
Conos	2.000	80	160.000
Platillos	1.000	80	80.000
Aros	1.000	20	20.000
Balones	50.000	12	600.000
Balones medicinales	30.000	4	120.000
Vallas	5.000	12	60.000
Estacas	10.000	16	160.000
Escaleras de coordinación	30.000	4	120.000
TRX	120.000	4	480.000
Pesas	80.00	8	64.000
Bases inestables	20.000	4	80.000
Bandas elasticas	24.000	4	96.000
Intelectuales			
Bases de datos	0	1	0
Conocimientos	0	-	-
Software	0	1	0
Test	0	-	-
Total			2'040.000
Económicos	510.000	4	2'040.000

Capítulo VII: Actividades Clave

Las actividades clave de DAJA Funcional Training se reconocen bajo la resolución de problemas. Puesto que la empresa tiene como objetivo satisfacer la necesidad o solventar una problemática que tiene el cliente, por ejemplo la reducción de peso o la



mejora de la condición física. Por ende nuestra actividad clave será dividida en 3 pasos claves: Diagnosticar, evaluar, programar y prescribir.

Tabla 2

A ctividades clave	
D i a g n o s t i c a r	, en general hace referencia al análisis e identificación que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las causas. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando ante una situación por ejemplo un test diagnóstico de las habilidades básicas motrices en un niño.
E v a l u a r	Determina o valora la condición de algo o alguien, por ejemplo un test para evaluar la condición física de una persona
P r o g r a m a r	Periodizar a través del tiempo el ejercicio o el plan de entrenamiento, teniendo en cuenta sus objetivos a alcanzar con los diferentes aspectos de un proceso de entrenamiento y su diseño.
P r e s c r i b i r	Poner en marcha el plan de entrenamiento diseñado para la necesidad del cliente



Capítulo VIII Asociaciones clave

Cabe destacar que en las relaciones clave que se tendrán con los clientes, el trabajo interdisciplinar con profesionales del área de la salud será importante, puesto que así ofreceremos un servicio integral que atienda las necesidades de los clientes en su totalidad. Por lo tanto el trabajo será con profesionales:

- Fisioterapeutas

Los fisioterapeutas tienen como función asistir de manera personalizada al cliente en caso de lesión, ayudar al tratamiento mediante medios físicos como son los eléctricos, térmicos, mecánicos, hídricos, y manuales para la lesión y proceder a la rehabilitación de la misma.

- Médicos deportólogos

La función del médico deportólogo es evitar y prevenir las lesiones deportivas y en sus prácticas, para así lograr con el cliente el cuidado necesario para la toma de los programas ofrecidos por la empresa

- Nutricionistas

Su función es indicar, controlar y preparar la elaboración de programas nutricionales ya sea para personas o comunidades, por lo que es indispensable para llegar a un objetivo trazado por el cliente directamente con la parte alimentaria, además permite el control de enfermedades como la diabetes y demás enfermedades crónicas no transmisibles.



Capítulo IX – Costos

Los costos de la empresa están basados en muchos implementos materiales y físicos, por ende la mayoría de los costos se ven reflejados en los implementos con los cuales se desarrollaran las sesiones de entrenamiento y planes que el cliente prefiera -

Tabla 3

Costos fijos	
Elemento	Valor
Cuota bancaria	200000
Plan de telefonía empresarial	200000
	400000

Punto de equilibrio	Paquetes de entrenamiento = 16	
---------------------	--------------------------------	--

Depreciación		
Activos clave	Valor	D. Mensual
Conos	2000	33
Platillos	1000	16
Aros	1000	16
Balones	50000	833
Balones medicinales	30000	500
Vallas	5000	83
Estacas	10000	166
Escaleras de coordinación	30000	500
TRX	12000	200
Pesas	80000	1333
Bases inestables	20000	333
Bandas elasticas	24000	400

Costo Variable unitario	
Pago entrenadores (60%) x3	6912000



Costos totales 6912000

Paquetes	INGRESOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES
0	0	400000	0
1	480000	400000	288000
4	1920000	400000	1152000
8	3840000	400000	2304000
16	7680000	400000	4608000
24	11520000	400000	6912000

Capítulo X Evaluación financiera

Nuestro modelo de negocio tendrá como fuente principal de ingresos el modelo de cuotas o primas por suscripción modificada de cierta forma debido a que los clientes no tendrán acceso las 24 horas del día, ellos cancelarán un ciclo de entrenamiento por adelantado, el cual consta de 8 sesiones o 4 sesiones, siendo la frecuencia de una a dos veces a la semana, el valor de cada ciclo será de \$480.000 y \$240.000 respectivamente, lo que deriva en un valor de \$60.000 por sesión de clase (1 hora).

Se considera suscripción debido a que si el cliente no asiste a la clase programada, sin una excusa justificada, (médica o casos excepcionales) no se repondrá esa sesión dentro del ciclo que se esté trabajando.

A través de un proceso de investigación de mercados pudimos evidenciar 3 empresas que de cierta forma podrían convertirse en competencia para DAJA Funtional Training:



- J A M Soccer
- G R E P
- Nexos

Tabla 4

Em p resa	Pro	Contra	Valor por sesión
J A M Soccer	Credibilidad en el campo del fútbol debido a que el dueño jugó en Independiente Santa Fe	Sólo centra sus servicios en fútbol en edades de 12 años en adelante. La persona que dirige los procesos solo tiene formación técnica.	\$50.000 por dos horas
G R E P	Tiene un gran posicionamiento en la zona norte de la ciudad debido a sus 5 años de servicio	Dentro de sus servicios no se ofrece el trabajo funcional para adultos y adultos mayores. La persona que dirige los procesos es empírica.	\$60.000 por una hora
Nexos	Pretende brindar una formación integral incluyendo dentro de sus servicios charlas a nivel motivacional y psicológico	Es nueva en el sector y el posicionamiento le llevara tiempo. La persona que dirige los procesos es profesional pero no del sector	\$70.000 por una hora y 30 minutos



Tabla 5

Inversión inicial 4000000

Inflación = 3 %

Inflación = 3 %

Crecimiento en ventas

= 18 %

Flujo de ingresos

	A
AÑO	VALOR
1	\$ 138.240.000
2	\$ 170.864.640
3	\$ 211.188.695
4	\$ 261.029.227
5	\$ 322.632.125
TOTAL	\$ 1.103.954.687

Flujo egresos

	B
AÑO	VALOR
1	82944000
2	89703936
3	97014807
4	104921514
5	113472617
TOTAL	488056873

Flujo de efectivo neto

	A - B
AÑO	VALOR
1	55296000
2	81160704
3	114173888
4	156107714
5	209159508
TOTAL	615897814

Formulación de datos

VPN

F1 = 55296000

F2 = 81160704

F3 = 114173888

F4 = 156107714

F5 = 209159508

N = 5 años

I 28 %

INV 0 = 4000000

TIR
-\$ 4.000.000
\$ 55.296.000
\$ 81.160.704
\$
114.173.888
\$
156.107.714
\$
209.159.508

\$
VNA = VNP = 279.251.558,50

TIR = 1429 %

RI = 55296000
4608000
1



L i e n z o d e m o d e l o d e n e g o c i o

Ilustración 5



Bibliografía

- Casimiro. (1999).
- cols, D. y. (1998).
- Estadística), D. (. (2013).
- INSTITUTO COLOMBIANO DE NORMAS TÉCNICAS. (2009). *Guía Técnica Colombiana - Formalización de Empresa GTC 184*. Bogotá D.C.: ICONTEC.
- MARTINEZ, C. (2012). ADMINISTRACION. En *DISEÑO Y GESTION* (pág. 10). BOGOTÁ.
- Montes, G. (1997).
- O M S. (2003). *Organización Mundial de la Salud*.
- Pigneur, A. O. (s.f.). *Generación de modelos de negocios*.
- Torre. (1998).
- *Wikipedia*. (s.f.). Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Entrenamiento_en_suspensi%C3%B3n

