



TRI BOXN TRAINING

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

Juan Carlos Cárdenas Orjuela

Juan Felipe González Hernández

Michael Steven Pachón Ávila

Asesor:

Gonzalo Florián

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Faculta de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Septiembre 2024

Contenido

Introducción	2
Nombre	4
Logotipo	5
Slogan	6
Misión	6
Visión	6
Marco legal	7
Fundamentación humanista	8
Investigación de mercados	10
MODELO CANVAS	21
Capítulo I: Proposición de Valor	21
Capitulo II: Segmentos de mercado	23
Capitulo IV Relación con clientes	27
Capítulo V: ingresos	29
Capítulo VI: Asociaciones claves	31
Capítulo VII: Recursos.	33
Capitulo VIII: Actividades claves.	36
Capitulo IX: Estructura de costos.	38
Capitulo X: Evaluación financiera.	42
ANEXOS (LIENZO MODELO CANVAS)	46
RECIBO TURNITN	47

Introducción

El mundo del fitness está en constante evolución, abarcando espacios como el avance de la ciencia en el ejercicio, la nutrición, la tecnología e inclusive el crecimiento en tendencias sociales, por lo tanto, se buscan nuevas formas innovadoras de integrar métodos de entrenamiento para satisfacer las crecientes demandas de los entusiastas del ejercicio físico. En ese orden de ideas, Tri Boxn Training emerge como un gimnasio especializado que ofrece una propuesta integral y distintiva en el ámbito del entrenamiento físico. Fundado con el objetivo de proporcionar una experiencia de entrenamiento de alta calidad, Tri Boxn Training se especializa en boxeo competitivo, quien para *Wacquant (2004)*, el boxeo competitivo es "un deporte de combate en el que dos oponentes, generalmente del mismo peso, se enfrentan en un cuadrilátero, usando guantes y protecciones, con la finalidad de superarse mediante la técnica, la estrategia y la resistencia física". Además de proporcionar un espacio de boxeo recreativo y de salud donde para *Karp et al. (2018)*, el boxeo recreativo es "una forma de ejercicio que utiliza los principios y técnicas del boxeo sin el componente competitivo. Está diseñado para mejorar la aptitud física y mental, ofreciendo una combinación de ejercicios cardiovasculares, de fuerza, y de coordinación". Este tipo de boxeo es popular entre personas que buscan una alternativa desafiante y motivante a los entrenamientos tradicionales. Para abarcar una amplia gama de tendencias nuevas en el fitness, el boxeo se puede complementar con entrenamiento funcional el cual *Boyle (2016)*, define el entrenamiento funcional como "un enfoque de entrenamiento que tiene como objetivo mejorar el rendimiento en actividades diarias o deportivas a través de ejercicios que involucran movimientos multiarticulares y multiplanares, que requieren la activación de los músculos estabilizadores del core y que se asemejan a las tareas físicas que realizamos regularmente", y levantamiento de pesas o entrenamiento de fuerza donde *Kraemer y Ratamess (2004)*, ven el entrenamiento de fuerza con pesas como "un tipo de ejercicio que

utiliza resistencias externas para inducir la contracción muscular, lo que a su vez desarrolla la fuerza, la potencia, la hipertrofia y la resistencia muscular". Esta idea engloba diferentes maneras que desencadenan del mundo del fitness solidificando una estrategia de negocio prometedora. Tri Box Training promete no solo ser un gimnasio; sino también un espacio dedicado a transformar vidas por medio del deporte y la actividad física. Con un enfoque en la combinación de distintas disciplinas para ofrecer un entrenamiento completo y multifacético. El boxeo, uno de los pilares fundamentales del gimnasio, se presenta en tres modalidades: competitivo, recreativo y por salud. Cada modalidad se diseña para atender diferentes necesidades y objetivos, desde aquellos que buscan competir profesionalmente hasta quienes desean mejorar su bienestar general y mantener un estilo de vida activo.

El boxeo competitivo en Tri Boxn Training está orientado a atletas que buscan perfeccionar sus habilidades, entrenar para eventos y desarrollar una técnica avanzada en el ring. Mientras que los programas recreativos se dirigen a individuos que desean disfrutar del boxeo sin competir, por último, los entrenamientos centrados en salud ofrecen beneficios cardiovasculares y de acondicionamiento físico en un entorno accesible para todos. Además, la propuesta de valor único que distingue a Tri Boxn Training es su enfoque integral en el entrenamiento físico. El gimnasio incorpora entrenamiento funcional, calistenia y levantamiento de pesas, creando un entorno donde los miembros pueden experimentar un enfoque holístico hacia el acondicionamiento físico.

Esta combinación de disciplinas no solo enriquece la experiencia de entrenamiento, sino que también maximiza los beneficios físicos y funcionales para los miembros. Al integrar estas prácticas en un solo programa de entrenamiento, Tri Boxn Training ofrece una solución completa para quienes buscan mejorar su condición física de manera equilibrada y efectiva.

Nombre

Tri Boxn Training, hace referencia a “tri” (tres) “boxn” (boxeo) en cuanto a las tres principales modalidades, cardio hiit, calistenia y halterofilia.

Logotipo



Imagen 1. Logotipo

Fuente: Elaborado por Juan Cárdenas

El logotipo de **Tri Boxn Training** es una representación visual concisa y eficaz que refleja la identidad y los valores de la empresa. El diseño se basa en el uso del texto como principal elemento gráfico, destacando la simplicidad y la elegancia en su presentación.

- El logotipo utiliza una tipografía que es **moderna y clara**, facilitando la lectura y reforzando la identidad del gimnasio como un espacio contemporáneo y accesible. La elección de una tipografía limpia y sencilla asegura que el nombre de la empresa sea reconocible y memorable.
- La combinación de los colores azul y blanco proporciona un contraste visual fuerte, haciendo que el logotipo sea distintivo y llamativo. Esta paleta de colores no solo

mejora la visibilidad del nombre, sino que también contribuye a una imagen de marca coherente y profesional.

El logotipo está diseñado para ser versátil y adaptable a diferentes formatos y plataformas. Su simplicidad permite que sea fácilmente reproducible en diversos tamaños y soportes, desde tarjetas de presentación hasta material promocional y señalización del gimnasio. La elección de colores y la tipografía aseguran que el logotipo mantenga su impacto visual y su legibilidad en diferentes contextos.

Slogan

La frase **"One More Round"** encapsula la filosofía y el espíritu de **Tri Boxn Training** de manera poderosa y motivadora. Este lema no solo refleja la esencia del entrenamiento en boxeo, sino que también transmite un mensaje inspirador y desafiante que resuena con la mentalidad de superación personal y resistencia.

Misión

El propósito central de Tri Box Training es brindar un entorno de entrenamiento inclusivo y de alta calidad, donde cada miembro, ya sea principiante o avanzado, pueda encontrar el apoyo y los recursos necesarios para su desarrollo físico y de bienestar general. Además de ofrecer entrenamiento de boxeo en distintas modalidades y categorías, complementado con diversas ramas del fitness y el acondicionamiento físico. A través de programas personalizados y entrenadores expertos, se busca potenciar la confianza, fuerza y resistencia de los miembros pertenecientes, promoviendo un estilo de vida saludable y equilibrado.

Visión

Tri Box Training planea convertirse en un referente deportivo y de fitness para el año 2026, proporcionando una experiencia integral de entrenamiento que inspire y motive a sus miembros a alcanzar sus metas físicas, mentales y personales. Además de distinguirse por ofrecer programas innovadores, accesibles y personalizados, respaldados por tecnología, ciencia y un equipo de entrenadores altamente capacitados. Se pretende fomentar una comunidad inclusiva, enfocada en el bienestar y el crecimiento de cada individuo, creando un entorno que promueva la excelencia, la salud integral y el desarrollo sostenible en el ámbito deportivo.

Marco legal

Villanueva (2010) define el marco normativo en una empresa como "la estructura compuesta por leyes, reglamentos, códigos y directrices, cuyo propósito es regular y establecer los límites de las acciones en un contexto social, económico o institucional". Por lo tanto, Tri box Training se solidifica bajo estos mandatos:

Tabla 1. Marco legal

NOMBRE DE LA NORMA (DECRETO, LEY, RESOLUCIÓN, ACUERDO)	AÑO	EXPLICACIÓN
Ley 222 de 1995	1995	Modifica el régimen de las sociedades comerciales, estableciendo reglas para la constitución, funcionamiento, y disolución de las empresas en Colombia.
Ley 1429 de 2010	2010	Establece beneficios para la formalización y generación de empleo para las pequeñas empresas.
		Establece el marco normativo para la organización, promoción y

Ley 181 de 1995	1995	desarrollo del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física en el país. Su objetivo es fomentar estas actividades como parte integral del desarrollo humano y social, garantizando el acceso a todos los colombianos.
Ley 0181 de enero 18 de 1995	1995	Busca fomentar actividades como parte del desarrollo integral de las personas y la sociedad, estableciendo normas para su financiación, organización y participación comunitaria. La ley regula la creación de entidades encargadas de promover el deporte y asegura que todos los colombianos tengan acceso a estas actividades.
Resolución 1835 de 2001	2001	Regula la creación y funcionamiento de ligas y clubes deportivos en Colombia
Resolución 0001736 de 2003	2003	Establece normas para la organización de eventos deportivos y/o profesionales
Resolución 501 de 2006	2006	Regula las competencias y eventos de boxeo profesional en Colombia, estableciendo requisitos específicos para la organización de peleas y eventos de boxeo.
Licencia de Funcionamiento		Emitida por la Secretaría de Deportes de la respectiva ciudad o departamento.
Registro Único de Entidades Deportivas (RUED)		La empresa se debe inscribir en este registro si se desea operar legalmente en el ámbito deportivo.
Código Sustantivo del Trabajo	1950	Regula las relaciones laborales dentro de la empresa, incluyendo la contratación de entrenadores, boxeadores y otro personal.

Ley 100 de 1993	1993	Sobre el Sistema de Seguridad Social Integral, que incluye salud, pensiones y riesgos laborales, obligatorio para todos los empleados de la empresa.
-----------------	------	--

Elaborado por: Juan Gonzalez

Fundamentación humanista

Los principales valores que abordan Tri box training son:

- Compromiso; Según Meyer y Allen (1991), el compromiso se define como "un estado psicológico que caracteriza la relación del empleado con la organización y que tiene implicaciones para la decisión de continuar o no ser parte de la organización". Este concepto se divide en tres componentes: afectivo, de continuidad y normativo. Este influye directamente en el deber de los empleados con la empresa y sus afiliados.
- Responsabilidad; Según Jonas (1984), la responsabilidad es "la obligación de actuar de manera correcta y justa, considerando las consecuencias de las acciones en otros seres humanos y en el mundo en general". Además, Jonas subraya la importancia de la responsabilidad hacia las futuras generaciones en su concepto de "principio de responsabilidad". Esto fundamenta esa manera de actuar en la empresa y hacia las personas que forman parte de la misma empresa.
- Empatía; Según Davis (1983), la empatía se divide en dos componentes principales: primero, la empatía cognitiva, que es la capacidad de comprender la perspectiva de otra persona, seguido de la empatía emocional, que es la capacidad de compartir y experimentar las emociones de los demás. Este valor es un pilar importante en cuanto

al tacto del profesional en el gimnasio, puesto que un entrenador abarca un gran componente de emociones dentro de una persona.

- **Honestidad;** Según Kant (1785), la honestidad es un deber moral absoluto y un imperativo categórico. Para Kant, actuar honestamente significa seguir la verdad y evitar el engaño, independientemente de las consecuencias. Por tanto, actuar de manera correcta es fundamental para la conformación del gimnasio y sus integrantes.
- **Tolerancia;** Según John Locke (1689), la tolerancia es "la aceptación de la diversidad de opiniones y prácticas, especialmente en asuntos religiosos y políticos, siempre y cuando no perjudiquen a los demás". Locke argumenta que la tolerancia es esencial para la paz y la convivencia en una sociedad pluralista. Esto muestra la importancia de que los entrenadores comprendan los diversos puntos de vista de los diferentes asesorados.

Investigación de mercados

Kotler (2016), describe la matriz DOFA como "un método mediante el cual una organización identifica sus principales fortalezas y debilidades internas, así como las oportunidades y amenazas externas, con el fin de formular estrategias que maximicen sus ventajas competitivas". Por lo tanto, la investigación hacia la competencia es importante para el aprovechamiento y crecimiento de Tri boxn training. Identificando tres (3) grandes competidores, como lo son; Smash boxing, Power club y Fit for all.

Tabla 2. Smash boxing

Fortalezas	Oportunidades
● Reconocimiento de marca: Este centro de acondicionamiento es bastante	● Creciente en digitalización: Esta marca maneja más tiempo en el mercado con páginas web,

reconocido en la zona de Chico, rincón. ● Especialización en boxeo: Cuentan con un enfoque claramente hacia el boxeo y así generando una clara competencia. ● Ubicación estratégica: La misma zona Chico, rincón, posibilita el pago accesible a diferentes grupos etarios.	redes, entre otras. Este potencial de redes y canales de tecnología es un potente catalizador de marca. ● Nuevas modalidades: El gimnasio tiene como fuerte el boxeo, pero puede ampliar la gama del entrenamiento. ● Instalaciones: El gimnasio presenta implementos nuevos en cuanto a tecnología, logrando llamar la atención de nuevos posibles clientes.
Debilidades ● Oferta Limitada: Al ofrecer solo boxeo fitness, la empresa podría estar limitando su atractivo para personas interesadas en otros aspectos del boxeo o en un entrenamiento más integral. ● Alta Dependencia del Personal: Si la calidad de las clases depende mucho de entrenadores específicos, la salida de uno de ellos podría afectar significativamente la calidad del servicio. ● Segmentación Limitada: El enfoque en boxeo fitness podría no atraer a personas que buscan un entrenamiento de boxeo más tradicional o de competencia. ● Costos de Operación: Mantener una ubicación premium podría representar costos altos que, si no se manejan adecuadamente, pueden afectar la rentabilidad.	Amenazas ● Competencia Intensa: La presencia de mucha competencia en la zona podría afectar la cuota de mercado y la capacidad de captación de clientes. ● Cambios en las Preferencias de los Consumidores: Las tendencias en fitness pueden cambiar rápidamente, y la empresa podría enfrentar desafíos si el boxeo fitness pierde popularidad. ● Impacto Económico: En tiempos de recesión o inestabilidad económica, las personas tienden a recortar gastos en actividades recreativas como clases de fitness. ● Nuevas Entradas al Mercado: La entrada de nuevos competidores con ofertas más diversas o con precios más bajos podría representar una amenaza significativa.

	● Precio: La mensualidad con todo incluido está en \$500.000 si bien es que la zona acredita buenos consumidores, puede presentar desventaja ante otros.
--	---

Tabla 3. Power club

Fortalezas	Oportunidades
● Presencia Nacional: La empresa cuenta con varias sedes en el país, lo que le permite acceder a un amplio mercado y aumentar su reconocimiento de marca. ● Diversificación de Servicios: Además de boxeo, ofrece entrenamiento online, nutrición, y entrenamiento funcional, lo que atrae a una audiencia más amplia y diversificada. ● Reconocimiento de Marca: La empresa es reconocida en el mercado, lo que genera confianza y lealtad entre sus clientes. ● Capacidad de Adaptación: Al ofrecer entrenamientos online, la empresa puede adaptarse a cambios en las preferencias del consumidor y en la situación económica, como en tiempos de pandemia. ● Equipo Profesional: La empresa probablemente cuenta con entrenadores calificados y profesionales en nutrición, lo que mejora la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.	● Expansión Internacional: Dado su éxito a nivel nacional, la empresa podría considerar expandirse a otros países o regiones, aumentando su alcance. ● Innovación Tecnológica: Integrar tecnologías avanzadas en sus servicios online, como aplicaciones de seguimiento de entrenamiento o inteligencia artificial, podría mejorar la experiencia del cliente. ● Alianzas Estratégicas: Colaborar con marcas de ropa deportiva, equipos de boxeo, o empresas de salud y bienestar podría fortalecer su posición en el mercado. ● Crecimiento del Mercado de Bienestar: La tendencia creciente hacia un estilo de vida saludable y el interés por el bienestar físico y mental puede aumentar la demanda de sus servicios.
Debilidades	Amenazas

● Alta Dependencia de Recursos Humanos: El éxito de las sedes depende en gran medida de la calidad y la consistencia de los entrenadores y el personal, lo que puede variar entre ubicaciones. ● Costos Operativos Elevados: Mantener varias sedes, junto con los costos asociados a los entrenamientos online y la diversificación de servicios, puede representar un desafío financiero. ● Desgaste de Marca: Al expandirse en múltiples áreas, existe el riesgo de que la empresa pierda su enfoque central en el boxeo y diluya su marca. ● Desafíos en la Consistencia del Servicio: Con varias sedes y servicios diversificados, mantener la calidad y consistencia del servicio en todas las áreas puede ser complicado.	● Competencia Cercana: La presencia de competidores cercanos puede impactar la captación de clientes en determinadas áreas. ● Saturación del Mercado: El creciente número de gimnasios y centros de entrenamiento puede hacer que el mercado se vuelva más competitivo, afectando la cuota de mercado. ● Cambios en las Preferencias de los Consumidores: Si las preferencias de los consumidores cambian hacia nuevas formas de ejercicio o bienestar, la empresa podría enfrentar desafíos si no se adapta rápidamente. ● Regulaciones Gubernamentales: Nuevas regulaciones sobre salud y seguridad, especialmente en el ámbito de las clases presenciales, podrían aumentar los costos o limitar las operaciones.
Fortalezas ● Presencia Nacional: La empresa cuenta con varias sedes en el país, lo que le permite acceder a un amplio mercado y aumentar su reconocimiento de marca. ● Diversificación de Servicios: Además de boxeo, ofrece entrenamiento online, nutrición, y entrenamiento funcional, lo que	Oportunidades ● Expansión Internacional: Dado su éxito a nivel nacional, la empresa podría considerar expandirse a otros países o regiones, aumentando su alcance. ● Innovación Tecnológica: Integrar tecnologías avanzadas en sus servicios online, como aplicaciones de seguimiento de entrenamiento o inteligencia

atrae a una audiencia más amplia y diversificada. ● Reconocimiento de Marca: La empresa es reconocida en el mercado, lo que genera confianza y lealtad entre sus clientes. ● Capacidad de Adaptación: Al ofrecer entrenamientos online, la empresa puede adaptarse a cambios en las preferencias del consumidor y en la situación económica, como en tiempos de pandemia. ● Equipo Profesional: La empresa probablemente cuenta con entrenadores calificados y profesionales en nutrición, lo que mejora la calidad del servicio y la satisfacción del cliente.	artificial, podría mejorar la experiencia del cliente. ● Alianzas Estratégicas: Colaborar con marcas de ropa deportiva, equipos de boxeo, o empresas de salud y bienestar podría fortalecer su posición en el mercado. ● Crecimiento del Mercado de Bienestar: La tendencia creciente hacia un estilo de vida saludable y el interés por el bienestar físico y mental puede aumentar la demanda de sus servicios.
Debilidades ● Alta Dependencia de Recursos Humanos: El éxito de las sedes depende en gran medida de la calidad y la consistencia de los entrenadores y el personal, lo que puede variar entre ubicaciones. ● Costos Operativos Elevados: Mantener varias sedes, junto con los costos asociados a los entrenamientos online y la diversificación de servicios, puede representar un desafío financiero. ● Desgaste de Marca: Al expandirse en múltiples áreas, existe el riesgo de que la empresa pierda su enfoque	Amenazas ● Competencia Cercana: La presencia de competidores cercanos puede impactar la captación de clientes en determinadas áreas. ● Saturación del Mercado: El creciente número de gimnasios y centros de entrenamiento puede hacer que el mercado se vuelva más competitivo, afectando la cuota de mercado. ● Cambios en las Preferencias de los Consumidores: Si las preferencias de los consumidores cambian hacia nuevas formas de ejercicio o bienestar, la empresa podría

central en el boxeo y diluya su marca. ● Desafíos en la Consistencia del Servicio: Con varias sedes y servicios diversificados, mantener la calidad y consistencia del servicio en todas las áreas puede ser complicado.	enfrentar desafíos si no se adapta rápidamente. ● Regulaciones Gubernamentales: Nuevas regulaciones sobre salud y seguridad, especialmente en el ámbito de las clases presenciales, podrían aumentar los costos o limitar las operaciones. ● Precio: La mensualidad con todo incluido está en \$480.000 si bien es que la zona acredita buenos consumidores, puede presentar desventaja ante otros.
--	---

Tabla 4. Fit For All

Fortalezas	Oportunidades
● Buena Ubicación: La ubicación estratégica del gimnasio facilita el acceso a una base amplia de clientes potenciales. ● Múltiples Sedes: Contar con varias sedes le permite a la empresa abarcar un mayor mercado y ofrecer comodidad a sus clientes. ● Equipamiento de Calidad: Disponer de máquinas modernas y bien mantenidas mejora la experiencia de entrenamiento y atrae a más usuarios. ● Profesionales Calificados: El personal del gimnasio está compuesto por entrenadores y profesionales capacitados, lo que garantiza la calidad en la atención y los entrenamientos. ● Reputación Establecida: Con una presencia consolidada en el mercado, el gimnasio cuenta con	● Mejora y Expansión del Boxeo: Aumentar el nivel y la calidad de las clases de boxeo podría atraer a un segmento más amplio del mercado y competir más eficazmente con los gimnasios especializados. ● Innovación en Modelos de Entrenamiento: Introducir nuevos modelos de entrenamiento, como HIIT, cross-training, o entrenamiento funcional avanzado, podría atraer a clientes que buscan variedad y retos en su rutina de ejercicio. ● Alianzas con Marcas y Eventos: Colaborar con marcas de fitness o participar en eventos locales podría aumentar la visibilidad del gimnasio y atraer a nuevos miembros.

la confianza y lealtad de sus clientes. Debilidades ● Boxeo de Bajo Nivel: El nivel bajo de las clases de boxeo puede ser un punto débil, especialmente frente a competidores que ofrecen un entrenamiento de boxeo más avanzado y especializado. ● Falta de Innovación en Entrenamientos: La falta de variedad o de modelos de entrenamiento modernos podría hacer que el gimnasio pierda atractivo frente a competidores que innovan constantemente. ● Percepción de Servicio Estancado: Si los clientes perciben que el gimnasio no evoluciona ni mejora sus servicios, podrían buscar alternativas más dinámicas y modernas. ● Dependencia del Equipamiento: Si bien las máquinas son un punto fuerte, una alta dependencia en ellas podría limitar la capacidad del gimnasio para diversificar sus ofertas y mantenerse competitivo.	Amenazas ● Competencia Cercana y Variada: La presencia de competidores que ofrecen entrenamientos más diversos y actualizados representa una amenaza significativa para retener a los clientes. ● Cambio en Preferencias del Cliente: Si los clientes se inclinan hacia entrenamientos más innovadores y desafiantes que el gimnasio no ofrece, podrían optar por cambiar de establecimiento. ● Saturación del Mercado: Con la creciente oferta de gimnasios y centros de fitness, el mercado podría saturarse, dificultando la captación y retención de clientes. ● Presión en los Precios: Competidores que ofrecen más servicios o entrenamientos especializados podrían obligar al gimnasio a reducir precios, afectando la rentabilidad. ● Precio: La mensualidad con todo incluido está en \$450.000 si bien es que la zona acredita buenos consumidores, puede presentar desventaja ante otros.
---	---

A manera de conclusión, las tres empresas tienen una base sólida y están bien posicionadas en sus respectivos mercados. Sin embargo, para seguir siendo competitivas y crecer, deben centrarse en innovar, diversificar su oferta, y mantener una consistencia en la

calidad del servicio, mientras gestionan eficazmente sus costos operativos. Además, es esencial que se adapten rápidamente a las nuevas tendencias del mercado y a cualquier cambio en las regulaciones o preferencias del consumidor. Además, enmarcan el punto fuerte de Tri boxn Training, donde las modalidades de boxeo se amplifican en varias ramas, mostrando más innovación y adaptación a estas nuevas tendencias.

Cabe mencionar, que autores como, Zikmund (2013), ven la investigación de mercados como "la identificación, recopilación, análisis y difusión de información de manera sistemática y objetiva, con el propósito de mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas y oportunidades en marketing". Para Tri boxn training es importante reconocer sus propias fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas propias y externas, por lo tanto, se hace uso de la “matriz DOFA”.

Tabla 5. MATRIZ DOFA DE TRI BOXN TRAINING

Fortalezas	Oportunidades
● Especialización en Boxeo: Tri Boxn Training se destaca en boxeo competitivo, recreativo y por salud, lo que le permite atraer a un público diverso y especializado. ● Entrenamiento Integral: La combinación de boxeo con entrenamiento funcional, calistenia y levantamiento de pesas ofrece una propuesta única y completa, atrayendo a clientes que buscan un enfoque holístico. ● Ubicación Estratégica: Situado en Rincón Chico, Bogotá, en una zona accesible con un público	● Creciente Interés en el Fitness: La tendencia creciente hacia la salud y el bienestar físico presenta una oportunidad para atraer a nuevos clientes interesados en estilos de vida activos. ● Expansión de Servicios: Posibilidad de introducir nuevas modalidades de entrenamiento, talleres, o eventos relacionados con el boxeo y el fitness para atraer a un público más amplio. ● Colaboraciones y Patrocinios: Formar alianzas con empresas locales, marcas de deporte, o eventos de boxeo puede

potencial de ingresos medios a altos, facilita el acceso a una base de clientes que valora servicios de calidad.

- **Ambiente Motivador:** El lema “One More Round” y el enfoque en la mejora continua crean un entorno estimulante que impulsa a los miembros a alcanzar sus objetivos.
- **Equipamiento y Profesionales:** Uso de equipamiento moderno y personal altamente capacitado asegura entrenamientos de alta calidad y resultados efectivos.

Debilidades

- **Dependencia de Nicho Específico:** La especialización en boxeo puede limitar el atractivo para personas que buscan una variedad más amplia de opciones de entrenamiento.
- **Costos Operativos:** El mantenimiento de equipamiento especializado y la contratación de personal altamente capacitado pueden generar costos elevados, que pueden trasladarse a los precios para los clientes.
- **Reconocimiento de Marca:** Como gimnasio especializado, puede enfrentar desafíos en la construcción de una marca reconocida a nivel más amplio si aún está en una fase inicial o si la competencia en la zona es intensa.

aumentar la visibilidad y atraer a nuevos clientes.

- **Digitalización y Tecnología:** Incorporar tecnología, como aplicaciones móviles para seguimiento de entrenamientos o clases en línea, puede atraer a clientes que prefieren soluciones digitales y mejorar la experiencia general del usuario.

Amenazas

- **Competencia en el Mercado:** La presencia de otros gimnasios y centros de fitness en Bogotá, especialmente aquellos que ofrecen una gama similar o más amplia de servicios, puede representar una amenaza para captar nuevos clientes.
- **Cambios en las Preferencias del Consumidor:** Las fluctuaciones en las tendencias de fitness y salud pueden afectar la demanda específica de los servicios de boxeo y entrenamiento especializado.
- **Condiciones Económicas:** La situación económica local puede influir en el poder adquisitivo de los clientes, afectando la disposición a pagar por servicios de entrenamiento especializado.

● Espacio Limitado: Las limitaciones en el espacio físico pueden restringir la capacidad de ofrecer una amplia variedad de servicios o clases simultáneamente.	● Impacto de la Pandemia: Situaciones como pandemias pueden afectar la operación normal del gimnasio, limitar la capacidad de las instalaciones, o reducir la afluencia de clientes.
---	---

Análisis de falencias:

Las empresas que proporcionan una competencia directa muestran fuertes en tecnología, ubicación estratégica y posicionamiento de marca, aun así, muestran debilidad en cuanto a nuevas tendencias. El entrenamiento tradicional se queda atrás por diferentes métodos o tendencias. Es importante ir junto a estas y abrir la posibilidad a nuevas, ahora, el entrenamiento en cuanto al boxeo refleja una simple facilidad, donde no hay variantes o entrenamientos distintos y llamativos hacia el público.

Propuesta referente a necesidades del público:

El gimnasio Tri boxing Training facilita la aplicabilidad a nuevas tendencias, como; entrenamiento funcional, cardio Hiit, calistenia, mejora de capacidades condicionales, entre otras, y sobre todo variedad en los entrenamientos de boxeo, mostrando diferentes modalidades, como lo son: competitivo, recreativo y de salud. Además, se ofrece, una experiencia de entrenamiento integral que combina la especialización en boxeo con una variedad de servicios complementarios de alta calidad y amplia accesibilidad, diseñados para adaptarse a las necesidades cambiantes de la población objetivo. El enfoque innovador de Tri Boxng Training se basa en tecnología, entrenadores calificados y una comunidad de bienestar inclusiva, brindando resultados personalizados y accesibles para todos los niveles de condición física en un entorno cómodo y estratégico.

Justificación

Para justificar esta propuesta, es necesario tener en cuenta las fortalezas combinadas, donde se aprovechó la reputación establecida y la especialización de Smash Boxing en boxeo, junto con la diversificación de servicios de Power Club y la ubicación estratégica y equipamiento de Fit For All, para ofrecer una propuesta que atienda tanto a los entusiastas del boxeo como a quienes buscan una experiencia de entrenamiento más amplia e incluso otras modalidades de boxeo como el recreativo. Por otra parte, la diversificación e innovación que, a partir de las oportunidades identificadas, la propuesta se centró en la innovación tecnológica y la expansión de modalidades de entrenamiento. Esto permite adaptarse rápidamente a las preferencias cambiantes del cliente, integrando nuevas tendencias como HIIT, entrenamiento funcional y opciones en línea, donde a su vez la tecnología y digitalización puede abarcar una propuesta con el uso de tecnología avanzada, como aplicaciones de seguimiento y programas de entrenamiento personalizados. Esta estrategia responde a la oportunidad de digitalización y diferencia al ofrecer una experiencia completa que combina lo mejor del entrenamiento presencial y virtual. Por último, el enfoque inclusivo y accesible, es decir la propuesta de precios y la variedad de servicios buscan hacer que el entrenamiento de alta calidad sea accesible para diferentes segmentos de mercado, para que así mismo, la empresa tenga adaptabilidad y alianzas estratégica ofreciendo la capacidad de adaptación al mercado y alianzas con marcas de fitness y bienestar, lo que fortalece la posición y permite ofrecer valor adicional a los respectivos clientes.

Modelo de negocio:

El negocio de Tri Boxn Training es viable debido a sus fortalezas en especialización, ubicación estratégica y propuesta de valor única. Sin embargo, para asegurar su sostenibilidad y crecimiento a largo plazo, la empresa debe diversificar su oferta, manejar eficientemente sus costos operativos, y mantenerse ágil frente a la competencia y los cambios en las preferencias del consumidor. La explotación de oportunidades en digitalización (redes sociales) y alianzas estratégicas.

MODELO CANVAS

Capítulo I: Proposición de Valor

Según Osterwalder y Pigneur (2010), quienes desarrollaron el Business Model Canvas, describen la propuesta de valor como "un conjunto de productos y servicios que crean valor para un segmento específico de clientes". Su objetivo es abordar problemas o cubrir necesidades de los clientes de una forma distintiva.

"Tri Boxn Training: Supera tus límites con un enfoque integral. Combina boxeo competitivo, recreativo y de salud con entrenamiento funcional, calistenia y levantamiento de pesas para alcanzar tu máximo potencial físico y mental." Para esto el gimnasio se adapta a estas nuevas y diferentes tendencias que quizás opacan el entrenamiento tradicional, para así mismo, entrar fuertemente hacia la competencia, además, para mejorar la estructuración de planta se proyecta un futuro patrocinio de marcas reconocidas en el mundo deportivo del boxeo.

Tipo de propuesta de valor: En este caso se va a trabajar con "Novedad" Donde, primeramente, el eje principal de Tri boxing training, es su enfoque en el entrenamiento integral, ofreciendo una experiencia completa al incorporar boxeo competitivo, recreativo y de salud con entrenamiento funcional, calistenia y levantamiento de pesas. Esto garantiza que los miembros obtengan un acondicionamiento físico equilibrado y multifacético. Seguido de

una adaptación a todos los niveles, desde atletas de alto rendimiento hasta quienes buscan mejorar su salud general, este enfoque personalizado asegura que cada individuo reciba el apoyo y la instrucción adecuada para alcanzar sus objetivos personales.

Reducción de riesgo: El gimnasio cuenta con profesionales en cultura física, deporte y recreación, los cuales planifican acorde a la modalidad. Un pilar importante es el aprendizaje de los componentes técnicos del boxeo, utilizando recursos didáctico-pedagógico para facilitar el aprendizaje seguro y correcto del deporte.

Prueba de valor: El equipamiento de alta calidad y entrenadores expertos, refleja un equipo de profesionales capacitados con equipamiento de primera para asegurar una experiencia de entrenamiento excepcional.

Tri Box Training representa una propuesta de valor diferenciada en el mercado del fitness y el boxeo, al combinar innovación y enfoque integral en su oferta. A través de la integración de boxeo competitivo, recreativo y de salud, junto con entrenamiento funcional, calistenia y levantamiento de pesas, Tri Box se adapta a las nuevas tendencias que están revolucionando el entrenamiento tradicional, ofreciendo una experiencia completa para todo tipo de usuario, desde atletas de alto rendimiento hasta aquellos que buscan mejorar su bienestar general.

El enfoque personalizado y la reducción de riesgos, respaldados por profesionales capacitados y un ambiente didáctico-pedagógico, aseguran que cada miembro reciba un entrenamiento seguro y eficaz. Este nivel de personalización y la calidad del equipamiento refuerzan la promesa de ofrecer una experiencia excepcional. Además, al proyectarse hacia el futuro con la búsqueda de patrocinio de marcas reconocidas en el mundo del boxeo, Tri Box Training no solo busca posicionarse como un referente en el sector, sino también afianzar su

presencia en un entorno competitivo. De esta manera, Tri Box Training se prepara para superar los límites tradicionales del entrenamiento, con una propuesta de valor que responde a las necesidades y expectativas de sus clientes, consolidándose como una opción única y de calidad en el mercado del fitness y el boxeo.

Capítulo II: Segmentos de mercado

Según Stanley Shapiro y Leonard Stern (1975) subrayan que la segmentación implica identificar grupos homogéneos en un mercado diverso, con el propósito de crear estrategias de marketing más eficaces y adaptadas a cada grupo

Clases de segmentación

-Geográfica: El gimnasio tendrá su sede en el barrio rincón chico de Bogotá carrera 15 #95-35.

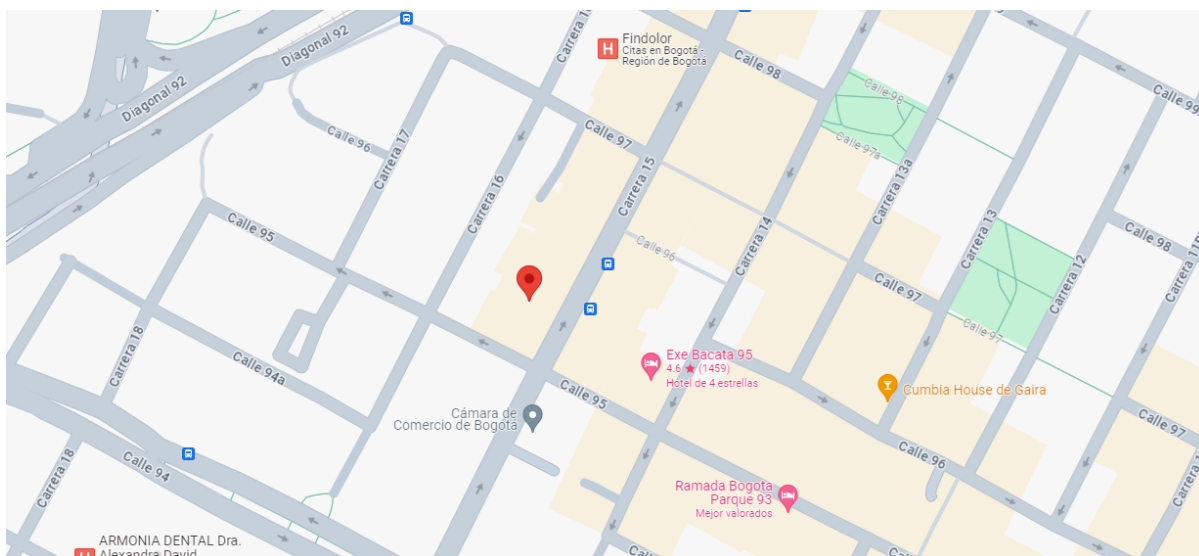


Imagen 2. carrera 15 #95 – 35, Bogotá, Reproducida en Google Maps, 2024.

La ubicación en un barrio con un nivel económico accesible permite que un mayor número de potenciales clientes se beneficien del servicio. Esto no solo fomenta una mayor afluencia de clientes, sino que también contribuye a la fidelización, al satisfacer las necesidades de un mercado que a menudo está desatendido. Al establecer la empresa en un área económicamente accesible, se contribuye al desarrollo de la comunidad local. Esto genera empleos para los residentes y promueve el crecimiento económico del barrio, creando un ciclo positivo que beneficia a todos. Elegir una ubicación accesible refleja el compromiso con la responsabilidad social empresarial. Buscando no solo la rentabilidad, sino también mejorar la calidad de vida de los habitantes del barrio, brindando servicios que respondan a sus necesidades específicas.

-Demográfica:

El grupo principal son los adultos jóvenes (18-35 años). Este grupo suele estar interesado en actividades físicas intensivas y deportes como el boxeo, buscando mejorar su

estado físico y competir. Seguido de un grupo secundario de adultos de mediana edad (36-55 años). Este grupo puede buscar entrenamiento recreativo y de salud para mantener una buena condición física y bienestar general. Esta población es recurrente en el gimnasio, que pertenece a un estrato cuatro (4), lo cual, abarca unos ingresos medio a alto, para así ofrecer servicios de entrenamiento personalizado y equipo de alta calidad. En cuanto al género, Tri Boxn Training atrae tanto a hombres como a mujeres interesados en el boxeo y el entrenamiento físico. El gimnasio ofrece programas que se adaptan a diferentes necesidades y preferencias de género. Por otra parte, la ocupación de los practicantes abarca una amplia población, ya sean; profesionales, trabajadores de oficina y estudiantes. Por último, es probable que el nivel educativo de la población varíe entre bachiller académico y título profesional o técnico/tecnólogo.

-Psicográfica:

Adultos jóvenes y de mediana edad que sean apasionados o les guste el boxeo y el acondicionamiento físico para que así, aprendan todo el componente técnico y físico en relación con este deporte, a su vez, relacionando valores importantes como la disciplina, el respeto, el compromiso e incluso la empatía, para el buen actuar tanto como en la disciplina como en sus respectivas vidas.

-Conductual:

Adultos que opten un estilo de vida diferente y quieran mejorar el aprovechamiento del tiempo libre por medio del entusiasmo al mundo del fitness y el deporte, para así, ver y buscar varias opciones efectivas para mantener una vida activa. Tri Boxn Training responde a esta demanda con su combinación de boxeo, entrenamiento funcional, calistenia y pesas.

Además de los deportes, hay un enfoque en el bienestar general, con personas que valoran el equilibrio entre la vida laboral y la salud personal.

Perfil del consumidor

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente el mercado objetivo es “Segmentado” ya que Tri Boxn Training responde a la demanda con su combinación de boxeo, entrenamiento funcional, calistenia y pesas, por lo tanto, el mercado objetivo es segmentado, esto quiere decir, que, la empresa se plantea a manejar diferentes modalidades; recreativa, competitiva y de salud.

Estas herramientas son aspectos o puntos clave en la creación y planificación de una empresa, ya que ayudan a definir y segmentar el mercado objetivo, entender mejor a los clientes y diseñar estrategias de marketing efectivas.

Capítulo III: Canales

Lamb, Hair y McDaniel (2011), destacan la relevancia de los canales de venta como mecanismos que vinculan a la empresa con sus clientes, facilitando la transferencia de propiedad y posesión de productos o servicios.

Tipo de canal: Propio

- Canales directos: Los clientes pueden adquirir la información por medio de nuestra página web llamada triboxtraining
- Canales indirectos: Redes sociales, los clientes pueden adquirir información en Instagram y YouTube @triboxtraining, y por WhatsApp al número 3227501090

Fases de los canales

- **Percepción:** Se empleará el sitio web para proporcionar a los clientes acceso directo al servicio, información, inscripciones y horarios de entrenamiento. Además, se

utilizarán las redes sociales para apoyar la publicidad. Se hará un diseño centrado en el usuario y se prioriza la información más importante (horarios, precios, beneficios) y guíalos fácilmente hacia las acciones deseadas. Imágenes de alta calidad donde se utilizará imágenes que transmitan energía, salud y bienestar, y que muestren a personas reales disfrutando de tus clases y por último videos testimoniales en el cual los clientes compartan sus experiencias y resultados. Esto genera confianza y credibilidad.

- *Evaluación:* Se tendrá un buzón de sugerencias en físico al igual que encuestas en la página web. Este tendrá una ubicación estratégica en un lugar visible y de fácil acceso, como la recepción o el área de entrenamiento. Aparte este tendrá un material atractivo, llamativo y claro para incentivar a los clientes a escribir sus sugerencias. Por último, se manejará la confidencialidad: Asegúrate de que los clientes se sientan cómodos al expresar sus opiniones de manera anónima.
- *Compra:* **Los clientes** podrán realizar sus pagos por consignación en datafono, nequi, daviplata o también pago en efectivo. Esto les facilitará sus métodos para poder pagar las membresías o implementos.
- *Entrega:* Se ofrecerá el servicio en el horario de 7:30 – 10:30 de la mañana y en la tarde de 4:30 – 7:30, se manejan diferentes horarios para que los clientes puedan entrenar en una mejor comodidad dependiendo la disponibilidad de su tiempo
- *Postventa:* En el gimnasio se tendrán implementos a la venta como guantes de boxeo y vendas para que los clientes los utilicen en sus diferentes entrenamientos. Aparte se brindará la atención al cliente.

Capítulo IV Relación con clientes

Philip Kotler (2016), sostiene que la relación con el cliente implica desarrollar vínculos duraderos fundamentados en la confianza, la comunicación y la personalización. Subraya la necesidad de proporcionar valor al cliente que trascienda el simple producto o servicio ofrecido.

Tipo de relación: Personal

Para captar nuevos clientes se brinda dos clases de cortesía dónde la persona tendrá la oportunidad de vivenciar el entrenamiento. Aparte la fidelización de los clientes se logra mediante un compromiso profundo con el deporte, lo cual incluye una sólida conexión con el entrenamiento, dominio de las técnicas básicas del boxeo. Al ofrecer un servicio excepcional, los clientes satisfechos no solo fortalecerán su lealtad, sino que también proporcionarán excelentes referencias sobre el gimnasio, atrayendo a más personas interesadas en unirse. Para garantizar una experiencia óptima en nuestra escuela de boxeo, se implementarán varias estrategias clave. En primer lugar, ofreceremos **atención personalizada** mediante asesoramiento individualizado sobre los programas de entrenamiento, adaptados a los objetivos y niveles específicos de cada cliente. Esto permitirá a los miembros recibir un entrenamiento más efectivo y acorde a sus necesidades particulares.

Además, se establecerá una **comunicación continua** con los miembros, manteniéndolos actualizados sobre nuevas clases, eventos especiales y promociones a través de correos electrónicos, redes sociales y aplicaciones móviles. Este enfoque asegurará que los clientes estén siempre informados y comprometidos con nuestras actividades.

Por último, se introducirá un **programa de recompensas** que premiará a los clientes que recomienden a nuevos miembros o adquieran membresías a largo plazo. Este programa

ofrecerá descuentos o beneficios adicionales, incentivando la fidelización y promoviendo el crecimiento de la comunidad de la escuela de boxeo.

Capítulo V: ingresos

Polimeni (2001) define el ingreso como "el precio de los productos vendidos o de los servicios prestados". Su enfoque está en el valor de intercambio como la fuente del ingreso.

Venta de activos: El gimnasio tendrá a la venta implementos para la práctica de boxeo, necesarios una vez se adquiera uno de los planes. Primeramente, las vendas de boxeo con un costo de \$50.000 y por otro los mismos guantes de boxeo con un precio de \$200.000.

Ingresos ocasionales: Estos ingresos facilitan la posibilidad de que los clientes adquieran servicios más personalizados para alcanzar sus objetivos.

Tabla 6. Planes semi-personalizado y personalizado

Semi personalizado	
8 sesiones	\$240.000
12 sesiones	\$330.000
16 sesiones	\$400.000
20 sesiones	\$450.000
Personalizado	
8 sesiones	\$415.000
12 sesiones	\$595.000
16 sesiones	\$750.000
20 sesiones	\$840.000

Ingresos recurrentes

Este tipo de ingresos son los que mes a mes las personas pagan para el ingreso y uso de instalaciones en el gimnasio, claro abarcando varios aspectos según sea su modalidad.

Tabla 7. Planes ilimitados

Mensualidad	
Plan mensual	\$290.000
Plan Trimestral	\$750.000

Plan semestral	\$1.080.000
Plan Anual	\$1.800.000

Proyección

Se ha realizado un estudio el primer año de ingresos de la empresa, por la cual mediante análisis de datos se busca para el año 2025 y 2026 un aumento del 10%

Tabla 8. Ingresos 2023 - 2024

Abril (Apertura del gimnasio)	\$2.970.000
Mayo	\$5.250.000
Junio	\$4.900.000
Julio	\$10.275.000
Agosto	\$4.235.000
Septiembre	\$3.500.000
octubre	\$5.235.000
Noviembre	\$4.010.000
Diciembre	\$2.200.00
Enero	\$3.400.000
Febrero	\$6.750.000
Marzo	\$2.500.000
Abril	\$3.401.000
Total, Primer año	\$58.626.000,00
Egresos (arriendo,salarios,aseo,mantenimiento)	\$47.040.000
Ganancia primer año	\$11.586.000

Para el plan de ventas del 2025 se buscará aumentar el número de usuarios teniendo en cuenta que en el primer año cerro con un total de 89 usuarios, mediante la apertura de clases semi personalizadas y grupales por las mañanas en el 2025 se buscará un aumento de los ingresos mensuales, teniendo en cuenta que el promedio de nuestro ingreso mensual fue de \$4.357.000, ahora con la apertura de clase semi personalizadas y grupales por la mañana se buscara un total de 6 usuarios por mes para así tener un ingreso mensual de \$ 6.037.000.

Tabla 9. Proyección Mensualidad ilimitada

<i>Servicio</i>	<i>Precio</i>	<i>Ventas</i>	<i>Ingresos</i>
-----------------	---------------	---------------	-----------------

<i>Mensualidad ilimitada</i>	\$280.000	22	6.160.000
------------------------------	-----------	----	-----------

Tabla 10. Ingresos y egresos 2023 - 2024

	Ventas primer año												
	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	Noviembre	diciembre	enero	febrero	marzo	abril	primer año
usuarios	17	20	25	16	14	19	17	13	19	20	12	17	
ingresos	\$ 5.250.000	\$ 4.900.000	\$ 10.275.000	\$ 4.235.000	\$ 3.500.000	\$ 5.235.000	\$ 4.010.000	\$ 2.200.000	\$ 3.400.000	\$ 6.750.000	\$ 2.500.000	\$ 3.401.000	\$ 58.626.000

	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril
Egresos	\$ 950.000	\$ 920.000	\$ 850.000	\$ 900.000	\$ 834.000	\$ 845.000	\$ 924.000	\$ 935.000	\$ 940.000	\$ 902.000	\$ 940.000	\$ 945.000

Tabla 11. Proyección Ventas 2025

	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Caja est	\$ 5.471.760	\$ 5.590.000	\$ 6.290.000	\$ 4.580.500	\$ 5.500.010	\$ 5.800.100	\$ 6.580.000	\$ 6.122.000	\$ 5.985.000	\$ 6.010.000	\$ 5.900.000	\$ 6.201.000
Uusario est	21	22	25	18	22	23	26	24	23	24	23	24

Capítulo VI: Asociaciones claves

Según Ferreira (2015), los socios son quienes hacen operativo el modelo de negocio al complementar los recursos necesarios para la empresa, y estas asociaciones también pueden generar valor.



Imagen 3. Adaptado de Boxing Club Colombia. Colombia, B. C. (n.d.). Boxing Club Colombia. Boxing Club Colombia. <https://boxingclubcolombia.com.co/>

La asociación entre Tri Boxn Training y Boxing Club Colombia es una asociación estratégica enfocada en la organización y promoción de eventos de boxeo en Bogotá. Esta alianza combina la experiencia y recursos de ambas instituciones para ofrecer experiencias de alta calidad a los entusiastas del boxeo y promover el deporte a nivel local. Donde su principal motivador es la creación conjunta de nuevos negocios o innovación, donde se piensan desarrollar diferentes eventos para la promoción del deporte donde ambas organizaciones trabajan juntas para elevar el perfil del boxeo en Bogotá, proporcionando plataformas para que los boxeadores locales muestren sus habilidades y participen en competencias significativas. Por otra parte, un aspecto clave es la organización de eventos la

cual se centra en la planificación y ejecución de eventos de boxeo, incluyendo competencias, exhibiciones y talleres que atraen a una audiencia diversa y fomentan el interés en el deporte y, por último, el desarrollo de talento que puede facilitar las oportunidades para que los atletas emergentes desarrollen sus habilidades, compitan en un entorno profesional y ganen experiencia en el ring.



Imagen 4. Adaptado de Meta AI. Meta AI. (n.d.). Meta AI. <https://www.meta.ai/>

La asociación con las principales redes sociales, Facebook, Instagram y Tik Tok, se centra en una asociación estratégica de manera que Tri Boxn Training pague mensualidad para que estas muestren publicidad acerca del gimnasio, esto con el fin de llegar ampliar la población y el crecimiento del gimnasio. Los motivadores para esta asociación se basan en la adquisición de recursos o actividades clave, ya que se pueden acceder a nuevos recursos tecnológicos, tanto para el mercado como para la empresa.

Tabla 10. Asociación

ASOCIACIONES CLAVE		
Nombre de la empresa	¿Qué gana la empresa?	¿Qué ganamos nosotros?
Boxing Club Colombia	• Elevar el nombre de boxeo en Colombia.	• Elevar el nombre de Tri boxn Training

	Nuevas competiciones y exhibiciones para llamar la atención de nuevos boxeadores	para que sea más reconocido. - Nueva población atraída hacia el deporte. - Crecimiento económico por el alcance en exhibiciones y competencias.
--	--	---

Capítulo VII: Recursos.

Según Osterwalder y Pigneur (2010), los recursos clave hacen referencia a los activos esenciales que una empresa necesita, entre los cuales se incluyen los recursos financieros, humanos y otros, teniendo en cuenta aquellos aspectos clave para el funcionamiento efectivo de la empresa, determinando paso a paso sus costos operativos.

Tabla 11. Recursos físicos

<i>Recursos</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor unitario</i>	<i>Total</i>
<i>Planta central</i>	1	2.300.000	2.300.000
		Total	\$2.300.000

Tabla 12. Recursos técnicos

<i>Recursos físicos</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor unitario</i>	<i>Total</i>
<i>Ring de boxeo</i>	1	\$5.000.000	\$5.000.000

<i>Guante de boxeo</i>	10	\$80.000	\$800.000
<i>Kit mancuernas</i>	1	\$400.000	\$400.000
<i>Bolsas de boxeo</i>	8	\$90.000	\$720.000
<i>Grupo Platillos</i>	1	\$45.000	\$45.000
<i>Balones medicinales</i>	4	\$57.500	\$230.000
<i>Colchonetas</i>	12	\$30.000	\$360.000
		Total	\$7.555.000

Estos son todos los implementos físicos que la empresa requiere para empezar su funcionamiento, en la tabla se muestra la cantidad necesaria y el valor unitario dando un total de \$7.555.000

Tabla 13. Recursos intelectuales

Recursos intelectuales Conocimiento técnico en boxeo	descripción Los entrenadores deben tener un conocimiento técnico en cuanto al boxeo, además de experiencia en combata en cualquier ámbito, ya sea recreativo o competitivo.
---	--

TALENTO HUMANO

Tabla 14. Recursos humanos

<i>Recursos Humanos</i>	<i>Cargo</i>	<i>Perfil</i>	<i>Salario</i>
<i>Entrenador</i>	Categoría única	Profesional en una carrera a fin	\$600.000

<i>Entrenador</i>	Categoría única	Profesional en una carrera a fin	\$600.000
		Total	\$1.200.000

La empresa tendrá un tipo de contratación por nómina, contará con dos entrenadores, un administrador que se encargará de los pagos de las mensualidades, del arriendo de las instalaciones y de la venta de los artículos, teniendo así un total de \$1.460.000

Tabla 15. Recursos económicos

Recursos económicos	total
Recursos físicos	\$2.300.000
Recursos técnicos	\$7.555.000
Recursos humanos	\$1.200.000
total	<i>\$11.055.000</i>

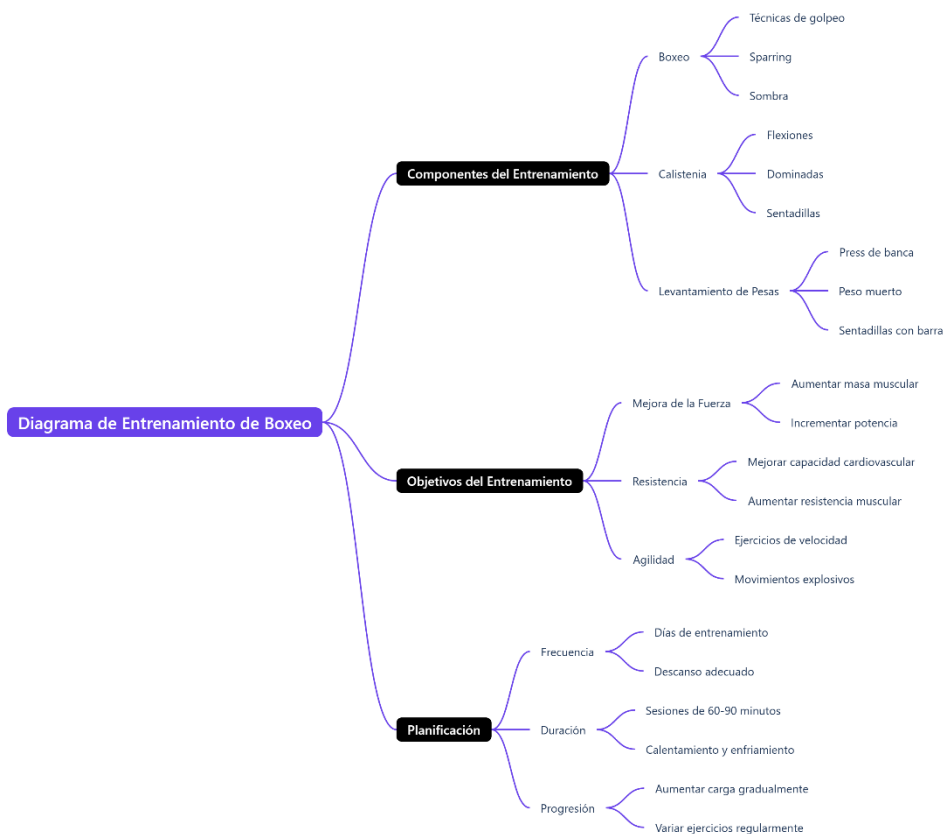
Inversión Inicial 8,000,000

Flujos de Efectivo Anuales

<i>Año 1</i>	11,586,000
<i>Año 2</i>	13,917,120
<i>Año 3</i>	15,587,174

Capítulo VIII: Actividades claves.

Las actividades clave se refieren a las tareas esenciales que una empresa debe llevar a cabo para que su modelo de negocio opere correctamente (Osterwalder & Pigneur, 2010).



Tri boxn Training tiene como centro de negocio el entrenamiento deportivo y se va a basar en:

Solución de problemas: La actividad más importante es ésta ya que se busca satisfacer la necesidad de los usuarios que son apasionados por el entrenamiento y boxeo y no tienen la manera de practicarlo

Clases de cortesía: Los nuevos clientes se brinda dos clases de cortesía dónde la persona tendrá la oportunidad de vivenciar el entrenamiento.

Entrenamiento personalizado: Tri Boxn Training se especializa en ofrecer **entrenamiento personalizado**, adaptando cada programa a las necesidades individuales de sus clientes. Esto permite que cada persona reciba un plan de entrenamiento específico, diseñado según sus objetivos, nivel de condición física y preferencias. El enfoque

personalizado garantiza que cada cliente pueda progresar de manera efectiva, maximizando sus resultados mientras minimiza el riesgo de lesiones.

Entrenamiento semi personalizado: Tri Boxn Training ofrece entrenamiento semi personalizado, adaptado a las necesidades individuales de cada cliente, pero en un entorno grupal. Esto permite que los usuarios reciban atención específica y un plan ajustado a sus objetivos, mientras disfrutan de la motivación y dinamismo que aporta el entrenamiento en grupo.

Boxeo: El entrenamiento de boxeo va más allá de los golpes. Combina un desarrollo físico completo con habilidades técnicas. Los boxeadores trabajan la fuerza, la resistencia, la velocidad, la coordinación y la agilidad a través de ejercicios específicos como el trabajo de saco, el guanteo, los ejercicios de pie y los circuitos de alta intensidad. Además, fomenta la disciplina, la concentración y la gestión del estrés.

Entrenamiento Funcional: Este enfoque se centra en mejorar la capacidad de realizar movimientos compuestos y funcionales que imitan las actividades de la vida diaria y el deporte. Se utilizan ejercicios multiarticulares que trabajan varios grupos musculares a la vez, como sentadillas, flexiones, dominadas y levantamientos olímpicos. El objetivo es desarrollar fuerza, potencia, resistencia y estabilidad en todo el cuerpo.

Levantamiento de Pesas: El levantamiento de pesas es una disciplina que busca desarrollar la fuerza máxima a través de ejercicios como el press de banca, la sentadilla, el peso muerto y las variaciones de estos. Fortalece los músculos, los huesos y los tendones, mejorando la densidad ósea y previniendo lesiones. Además, aumenta la fuerza explosiva y la potencia muscular, lo que es beneficioso para muchos deportes.

Valoración física: La empresa **Tri Boxn Training** ofrece a sus clientes un servicio integral de entrenamiento, comenzando con una valoración física personalizada. Este proceso es fundamental para evaluar el estado físico inicial de cada individuo, identificando aspectos clave como la fuerza, resistencia, flexibilidad y composición corporal.

Capítulo IX: Estructura de costos.

La estructura de costos se refiere a la categorización y análisis de todos los gastos que incurre una empresa en el proceso de producción y operación. Incluye tanto los costos fijos, que son constantes independientemente del nivel de producción, como los costos variables, que fluctúan con la producción. Según Peter Drucker, "lo que se mide se mejora", lo que resalta la importancia de comprender y analizar la estructura de costos para identificar áreas de mejora y optimizar recursos. Un manejo eficaz de esta estructura no solo ayuda a establecer precios adecuados, sino que también permite a las empresas maximizar su rentabilidad y mantenerse competitivas en el mercado.

Tabla 16. Recursos técnicos

<i>ACTIVO</i>	<i>CANT.</i>	<i>VALOR UNITARIO</i>	<i>TOTAL</i>	<i>MESES A DEPRECIAR</i>	<i>COSTO MENSUAL</i>
<i>Ring de boxeo</i>	1	\$5.000.000	\$5.000.000	48	\$104.666
<i>Guante de boxeo</i>	10	\$80.000	\$800.000	36	\$22.222
<i>Kit mancuernas</i>	1	\$400.000	\$400.000	48	\$8.333
<i>Bolsas de boxeo</i>	8	\$90.000	\$720.000	48	\$15.000
<i>Grupo Platillos</i>	1	\$45.000	\$45.000	48	\$937
<i>Balones medicinales</i>	4	\$57.500	\$230.220	36	\$6.395

<i>Colchonetas</i>	12	\$30.000	\$360.000	36	\$10.000
			TOTAL DEPRECIACION		\$167.553

La cifra de depreciación de \$167,553 indica la reducción del valor de los activos de la empresa a lo largo del período contable. Este monto se contabiliza como un gasto, lo que disminuye las ganancias y permite una mejor representación del valor real de nuestros activos en el balance general. Además, al reflejar el desgaste y la obsolescencia, la depreciación facilita la planificación financiera y la toma de decisiones sobre la renovación o reemplazo de activos, contribuyendo así a la sostenibilidad y crecimiento de la empresa.

Costos fijos

Según el economista Robert Kaplan, "los costos fijos son aquellos que no cambian con el volumen de producción en el corto plazo, lo que significa que deben ser cubiertos independientemente de cuánto se produzca". Estos costos pueden incluir gastos como el alquiler, salarios fijos y servicios básicos.

Tabla 17. Costos fijos

COSTOS FIJOS	VALORES
ARRIENDO	\$2.300.000
SERVICIOS	\$283.000
ENTRENADOR	\$600.000
ENTRENADOR	\$600.000
DEPRECIACIÓN	\$167.553
TOTAL	\$3.950.553

Los costos fijos de la empresa ascienden a 3,950,553 pesos, los cuales son gastos que se mantienen constantes independientemente del volumen de clases ofrecidas. Este monto incluye el arriendo del espacio, que representa \$2,300,000, y los costos de servicios por \$283,000. Además, se considera la remuneración de dos entrenadores, cada uno con un costo de \$600,000, así como la depreciación de los activos, que se cifra en \$167,553. Comprender

estos costos fijos es fundamental para la planificación financiera, ya que deben ser cubiertos mensualmente para garantizar la operatividad del negocio, independientemente de la cantidad de ingresos generados.

Costos variables

Los costos variables son aquellos que fluctúan en función del nivel de actividad y producción de la empresa. En el caso de nuestra oferta de clases de boxeo personalizadas, el principal costo variable es el uniforme, que tiene un costo de 50,000 pesos por cada conjunto utilizado. Este gasto se incrementa a medida que se adquieren más uniformes para atender a un mayor número de clientes. A diferencia de los costos fijos, los costos variables permiten una mayor flexibilidad, ya que solo se incurre en ellos en función de la demanda.

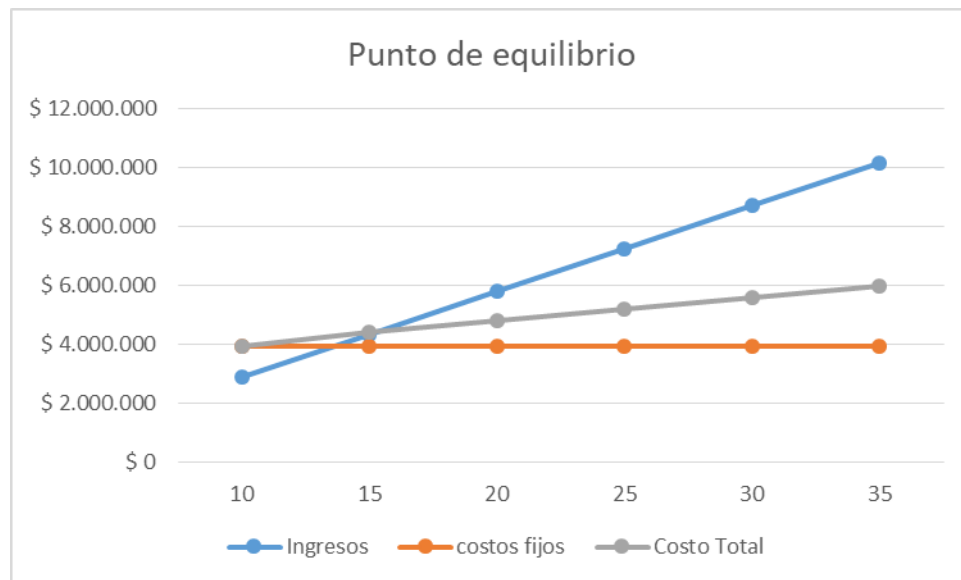
Tabla 18. Costos variables

COSTOS VARIABLES	VALORES
Dotación	\$50.000
Aseo	\$50.000
Administrador	\$250.000
Mantenimiento	\$25.000
Total	\$375.000
Variable unitario	\$25.000

El costo variable unitario se refiere al gasto asociado a la producción de cada unidad de servicio y varía según el nivel de actividad. En el caso de una empresa que ofrece clases de boxeo, el principal costo variable es el uniforme, que tiene un costo total de 30,000 pesos, utilizado para dos entrenadores además de elementos para realizar aseo y limpieza con un costo de \$20.000. Esto significa que el costo variable unitario sería de 25,000 pesos por entrenador. Este valor es fundamental para calcular el costo total de proporcionar el servicio y establecer precios adecuados, ya que permite evaluar la rentabilidad de cada clase ofrecida y ajustar la estrategia financiera de acuerdo con la demanda.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Figura 5. Punto de equilibrio



El punto de equilibrio se determina cuando los ingresos totales igualan los costos totales, lo que significa que no hay ganancias ni pérdidas. Con costos fijos totales de 3,950,553 pesos, un precio de venta de 290,000 pesos por plan mensual y un costo variable unitario de 25,000 pesos (por los uniformes de los entrenadores, aseo, pago administrador, mantenimiento de elementos del gimnasio), se calcula que es necesario vender aproximadamente 15 planes mensuales para alcanzar este punto. El valor de equilibrio, que representa los ingresos necesarios para cubrir todos los costos, se cifra en 4,350,000 pesos. Este análisis es crucial para la gestión financiera del negocio, ya que establece el volumen mínimo de ventas requerido para operar de manera sostenible.

En este caso, se ha utilizado el **punto de equilibrio en unidades (planes)** porque permite identificar el número exacto de planes que se deben vender para cubrir todos los costos asociados. Además, el análisis del punto de equilibrio en unidades proporciona

información valiosa para la toma de decisiones sobre precios y costos de los planes, permitiendo ajustar estrategias para asegurar la rentabilidad.

Capítulo X: Evaluación financiera.

Tabla 19. Proyección

<i>Año</i>	FLUJOS		
	INGRESOS	EGRESOS	VALOR NETO
<i>1</i>	\$58.626.000	\$47.040.000	\$11.586.000
<i>2</i>	\$65.661.120	\$51.744.000	\$13.917.120
<i>3</i>	\$73.540.454	\$57.953.280	\$15.587.174
<i>Total</i>	\$197.827.574	\$156.737.280	\$41.090.294

Durante el primer año, la empresa reportó ingresos de \$58,626,000 y egresos de \$47,040,000, lo que resultó en un valor neto de \$11,586,000, equivalente a una ganancia del 19.7% sobre los ingresos. Para el segundo año, se proyecta un aumento en los ingresos a \$65,661,120 y egresos de \$51,744,000, lo que generaría un valor neto de \$13,917,120, lo que representa una ganancia del 21.2% respecto a los ingresos de ese año. En el tercer año, se espera que los ingresos alcancen \$73,540,454 y los egresos se eleven a \$57,953,280, resultando en un valor neto de \$15,587,174, lo que equivale a una ganancia del 21.2% sobre los ingresos. En conjunto, al finalizar estos tres años, la empresa proyecta ingresos totales de \$197,827,574 y egresos de \$156,737,280, logrando un valor neto acumulado de \$41,090,294. Esta proyección indica una tendencia positiva en la rentabilidad, con un crecimiento sostenido en el porcentaje de ganancias a lo largo del tiempo, reflejando una gestión financiera efectiva.

Tabla 20. Evaluación financiera

Inversión Inicial 8,000,000	
Flujos de Efectivo Anuales	
<i>Año 1</i>	11,586,000
<i>Año 2</i>	13,917,120
<i>Año 3</i>	15,587,174
Flujo Acumulado	
<i>Fin del Año 1</i>	11,586,000
<i>Fin del Año 2</i>	25,503,120
<i>Fin del Año 3</i>	41,090,294
Tasa Interna de Retorno (TIR)	147%
Tasa Interna de Oportunidad (TIO)	28%
Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	1 año

Evaluación financiera.

La evaluación financiera del proyecto muestra que se realizó una inversión inicial de 8,000,000 pesos, que ha permitido operar de manera efectiva desde el primer año. Durante ese año, se generó un flujo de efectivo de 11,586,000 pesos, lo que permitió recuperar la inversión inicial antes de que finalizara el periodo, resultando en un periodo de recuperación de la inversión (PRI) de 1 año, un elemento clave es el flujo de caja neto y este ha sido el

motor que ha impulsado la rápida recuperación de la inversión y el crecimiento sostenido del proyecto. Los 11.586.000 pesos generados en el primer año, y los flujos proyectados para los siguientes períodos, demuestran la capacidad del proyecto para generar ingresos de manera consistente y superar las expectativas iniciales. Este sólido desempeño del flujo de caja neto es fundamental para asegurar la sostenibilidad del proyecto a largo plazo. En los años siguientes, el proyecto continúa mostrando un rendimiento positivo, evidenciado por los flujos de efectivo proyectados. En el segundo año, se anticipa un flujo de efectivo de 13,917,120 pesos, y en el tercer año, se espera que este monto aumente a 15,587,174 pesos. Esta tendencia de crecimiento en los flujos de efectivo resulta en un flujo acumulado total de 41,090,294 pesos al final del tercer año. Este incremento progresivo sugiere no solo la sostenibilidad del proyecto, sino también su capacidad para generar ingresos de manera consistente a lo largo del tiempo.

Punto de equilibrio.

El punto de equilibrio con costos fijos totales de 3,950,553 pesos, un precio de venta de 290,000 pesos por plan mensual y un costo variable unitario de 25,000 pesos (por los uniformes de los entrenadores, aseo, pago administrador, mantenimiento de elementos del gimnasio), se calcula que es necesario vender aproximadamente 15 planes mensuales para alcanzar este punto. El valor de equilibrio, que representa los ingresos necesarios para cubrir todos los costos, se cifra en 4,350,000 pesos.

Tasa interna de retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) del proyecto se calcula en un notable 147%. Este porcentaje refleja la rentabilidad esperada, indicando que, al aplicar esta tasa como factor de descuento en los flujos de efectivo futuros junto con el valor presente neto (VPN) es positivo, al analizar los datos, se observa que, con una inversión inicial de 8,000,000 de pesos y un

flujo total de 11,000,000 de pesos, el VPN se calcula en 3,000,000 de pesos. Este VPN positivo indica que el proyecto no solo recupera la inversión inicial, sino que también genera un retorno adicional, lo que confirma que es viable y rentable. En otras palabras, la TIR representa la tasa de rendimiento que se obtendría si todos los flujos de efectivo se reinvirtieran al mismo ritmo de retorno que el proyecto genera.

Tasa interna de oportunidad (TIO)

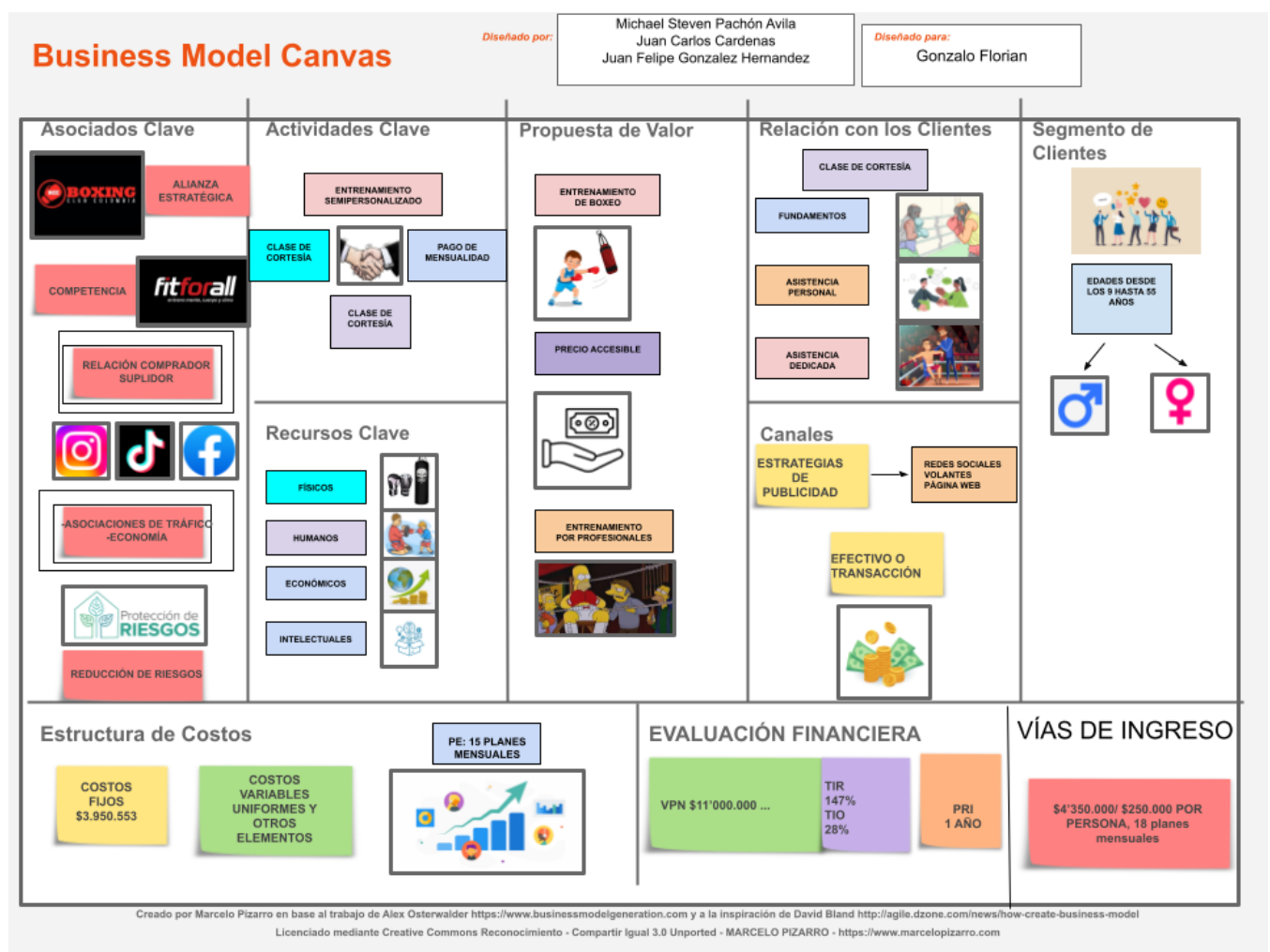
La Tasa Interna de Oportunidad (TIO) se establece en un 28%. La TIO es un concepto crucial que representa el retorno máximo que podría obtenerse de la mejor alternativa de inversión disponible, considerando la misma cantidad de riesgo y el mismo horizonte temporal. Establecer una TIO permite tener un parámetro de comparación que ayuda a determinar la rentabilidad relativa del proyecto en cuestión. Al observar que la TIO es de un 28%, se establece un estándar mínimo que debe ser superado para que el proyecto se considere rentable. Este enfoque ayuda a contextualizar el rendimiento esperado dentro de un marco más amplio de opciones de inversión.

Al comparar la TIR del proyecto, que se sitúa en un impresionante 147%, con la TIO del 28%, se observa que la TIR excede significativamente a la TIO. Esta diferencia considerable no solo indica que el proyecto tiene un potencial de rentabilidad alto, sino que también sugiere que es una opción viable y preferible en comparación con otras inversiones. Esta relación favorable entre la TIR y la TIO permite argumentar que el proyecto no solo es capaz de generar un retorno superior, sino que también se justifica plenamente la inversión inicial.

Además, este análisis pone de manifiesto la importancia de evaluar y seleccionar proyectos que no solo prometan retornos, sino que lo hagan de manera que se alineen con los

objetivos financieros a largo plazo. La decisión de avanzar con este proyecto se fundamenta en la sólida proyección de rentabilidad que presenta, lo que lleva a la conclusión de que es una opción altamente atractiva en términos de rendimiento económico. Este tipo de análisis de rentabilidad no solo es fundamental para la toma de decisiones, sino que también ayuda a establecer un camino claro hacia el crecimiento sostenible y la generación de valor en el tiempo.

ANEXOS (LIENZO MODELO CANVAS)



RECIBO TURNITN CORREGIDO

feedback studio

JUAN FELIPE GONZALEZ HERNANDEZ | Trabajo final

?



TRI BOXN TRAINING

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

Juan Carlos Cárdenas Orjuela

Juan Felipe González Hernández

Michael Steven Pachón Ávila

Asesor:

Match Overview

8%

1	www.coursehero.com	Internet Source	1%	>
2	Submitted to Universid...	Student Paper	1%	>
3	repository.unfa.edu.co	Internet Source	<1%	>
4	qdoc.tips	Internet Source	<1%	>
5	www.repositorio.usao...	Internet Source	<1%	>
6	Submitted to Universid...	Student Paper	<1%	>
7	Submitted to Universid...	Student Paper	<1%	>
8	baixandoc.com	Internet Source	<1%	>
9	docs.google.com	Internet Source	<1%	>
10	www.clubensayos.com	Internet Source	<1%	>
11	Submitted to Corporaci...	Student Paper	<1%	>

Activar Windows
Ve a Configuración para activar Windows.

Page: 1 of 50

Word Count: 10202

Text-Only Report

High Resolution

Dr

Q

Q



Recibo digital

Este recibo confirma que Turnitin ha recibido tu trabajo. A continuación, encontrarás la información del recibo perteneciente a tu entrega.

Autor del envío	JUAN FELIPE GONZALEZ HERNANDEZ
Identificador del trabajo de Turnitin (identificador de referencia)	2539907743
Título del Envío	Trabajo final
Título de Tarea	Revisión voluntaria de documentos en Turnitin # 1
Fecha del envío	03/12/24, 21:02

[Imprimir](#)

REFERENCIAS

Davis, M. H. (1983). Measuring individual differences in empathy: Evidence for a multidimensional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(1), 113-126.

<https://doi.org/10.1037/0022-3514.44.1.113>

Ferreira, J. (2015). *Business model design: A guide to understanding business models*. Routledge.

Jonas, H. (1984). *The imperative of responsibility: In search of an ethics for the technological age*. University of Chicago Press.

<https://press.uchicago.edu/ucp/books/book/chicago/I/bo5953283.html>

Kotler, P. (2016). *Marketing management* (15.^a ed.). Pearson.

Kant, I. (1785). *Groundwork for the Metaphysics of Morals* (J. W. Ellington, Trans.). Hackett Publishing Company. (Original work published 1785).

<https://cpb-us-w2.wpmucdn.com/blog.nus.edu.sg/dist/c/1868/files/2012/12/Kant-Groundwork-ng0pby.pdf>

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson

<https://www.edugonist.com/wp-content/uploads/2021/09/Marketing-Management-by-Philip-Kotler-15th-Edition.pdf>

Lamb, Charles W., Joseph F. Hair, y Carl McDaniel. *Marketing*. Cengage Learning, 2011.

Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.

[https://doi.org/10.1016/1053-4822\(91\)90011-Z](https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z)

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.

Osterwalder, Alexander, y Yves Pigneur. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons, 2010.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.

Polimeni, R. I. (2001). *Introduction to financial accounting*. The McGraw-Hill Companies.

Shapiro, Stanley J., y Leonard S. Stern. *Marketing: Planning and Strategy*. Prentice Hall, 1975.

Villanueva, J. (2010). *Marco legal y su aplicación en la sociedad contemporánea*. Editorial Universitaria.

https://biblioteca.clacso.edu.ar/Argentina/icsya-unaj/20171114041231/pdf_469.pdf

Zikmund, W. G., Babin, B. J., Carr, J. C., & Griffin, M. (2013). *Business research methods* (9th ed.). Cengage Learning.

https://books.google.com.co/books/about/Business_Research_Methods.html?id=veM4gQPnWHgC&redir_esc=y