



FUSSION FIT

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

DAVID SANTIAGO GÓMEZ RODRÍGUEZ

Asesor:

GONZALO FLORIAN

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

OCTUBRE 2023

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.	3
NOMBRE.	3
LOGOTIPO.	3
SLOGAN.	4
FUNDAMENTACION HUMANISTA.	4
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.	7
CAPÍTULO I : PROPOSICIONES DE VALOR.	11
CAPÍTULO II: SEGMENTOS DE MERCADO.	14
CAPÍTULO III: CANALES.	17
CAPÍTULO IV: RELACIONES CON CLIENTES.	19
CAPÍTULO V: INGRESOS.	21
CAPÍTULO VI: ASOCIACIONES CLAVE.	33
CAPÍTULO VII: RECURSOS CLAVE.	36
CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVE.	38
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTES.	40
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA.	45
LIENZO MODELO DE NEGOCIO.	47
REFERENCIAS.	49

INTRODUCCIÓN.

El objetivo principal de “FUSSION FIT” es promover la práctica de actividad física en todas las edades. FUSSION FIT será una empresa con la finalidad de que cada uno de los usuarios de la ciudad de Zipaquirá que deseen seguir o empezar a incursionar en el mundo de la actividad física tengan la posibilidad de asistir a dicho establecimiento para forjar ese estilo de vida saludable que muchos buscan hoy en día. La empresa surge de la necesidad de suplir las necesidades de los usuarios, es decir tener todo en uno, para que los usuarios que ya hagan parte de la misma no solo sigan asistiendo ellos mismos sino tengan la posibilidad de motivar a muchos más ciudadanos a desarrollar actividad física en las instalaciones de FUSSION FIT . Es importante resaltar que la empresa admitirá a jóvenes desde los 14 años en adelante, se trabajará tanto con jóvenes como con adultos y adulto mayor. FUSSION FIT contará no solo con entrenamientos semi-personalizados, sino también con clases grupales amenas a los usuarios y lo más importante el trabajo con adulto mayor que no se ve en ningún centro de entrenamiento del municipio de Zipaquirá.

NOMBRE: FUSSION FIT.

LOGOTIPO:



SLOGAN: Entrena, compite y repite.

FUSSION FIT con su logo quiere dar a entender cosas muy básicas pero al mismo tiempo con un trasfondo grande se puede observar que encontramos el forma de un pulso cardiaco en color verde haciendo referencia a que si tenemos hábitos de vida saludable en nuestro diario vivir mejoraremos notoriamente nuestra calidad de vida, por otro lado se quiso usar este logotipo sencillo pero que fuera fácil de recordar para las personas. Es por eso que el logo de la empresa va debajo para que así cuando la persona vea el nombre lo asocie inmediatamente con el logo y viceversa.

Por otro lado con su slogan “Entrena, compite y repite” quiere dar a entender a la población que por medio del deporte y la actividad física podemos entrar en un mundo el cual nos ayudará a enfrentarnos y a competir con nosotros mismos y a sobrepasar las adversidades que se presenten en el diario vivir. En palabras más sencillas encontrar un refugio en el deporte.

FUNDAMENTACIÓN HUMANÍSTICA.

Valores: Respeto, Confianza, Responsabilidad, solidaridad, desarrollo personal.

Respeto: Desde el enfoque humanístico se quiere promover el respeto dentro de FUSSION FIT entre cada uno de los usuarios y relación de usuario y entrenador respetar el

proceso de cada persona para que así puedan desenvolverse tranquilamente en la empresa y se sientan ajenos.

Confianza: Generar esa buena relación entre usuario y entrenador y/o directivos del centro de entrenamiento para que así se establezca una buena comunicación entre las personas y puedan también llegar a solucionar dudas y/o problemas que se presenten o simplemente dar y brindar el mejor servicio al usuario como entrenadores.

Responsabilidad: En FUSSION FIT la responsabilidad gira entorno al cuidado de los usuarios (Planificaciones de los ejercicios, valoraciones, instructivo de como realizar ejercicios) y de la atención al cliente.

Solidaridad: Entender las situaciones de cada cliente, puesto que todas las personas son distintas es decir se realizará el mejor trato y un trato distinto si la persona lo solicita.

Desarrollo personal: Se quiere que en la empresa las personas no solo hagan parte de la misma si no que a partir del ejercicio físico puedan seguir impulsando y desarrollando como personas para tener un enfoque de vida mucho más óptimo.

Dentro de FUSSION FIT se quiere promover no solo el ejercicio físico en todas las edades si no que al entrar y formar parte de la empresa es tener en cuenta estos valores para así tener una sana convivencia dentro del establecimiento. Estos valores fueron escogidos principalmente para cada uno de los trabajadores y clientes puedan estar en un lugar que les permita seguir desarrollándose como personas mientras exista el respeto entre cliente y cliente, Entrenador entrenador y cliente entrenador, La confianza en cuanto al poder hablar libremente a la hora que el usuario necesite ayuda y a la hora de explicar un ejercicio de la

mejor manera, la responsabilidad por parte del cuerpo de entrenadores en cuanto a (Horario, comunicación, desarrollo de planes de entrenamiento, finalmente el ser solidarios unos con otros dentro de la misma empresa.

MISIÓN

FUSSION FIT quiere conseguir que la población de Zipaquirá tenga acceso a cada uno de los servicios de calidad en el área del deporte y la salud para así mejorar la calidad de vida.

VISIÓN

Ser líderes en el mundo del deporte y la salud por medio de los servicios de alta calidad que se brindan a los usuarios de nuestra empresa en un periodo de 4 años (2027).

MARCO NORMATIVO

Constitución política de 1991, Artículo 52 Nos dice que se ha de reconocer el derecho para cada una de las personas a el aprovechamiento del tiempo libre, la recreación y la práctica del deporte. Por cual el estado promoverá dichas actividades que estarán siendo monitoreadas por algunas organizaciones deportivas en donde la estructura de las mismas deberán ser democráticas.

Modificado por el artículo 1 del acto legislativo 2 de 2000. Toda manifestación de deporte en cada una de sus presentaciones ya sean autóctonas o competitivas siempre llevarán consigo la función de formar de manera íntegra a las personas para así mismo hacer que el ser humano tenga una mejora en su salud.

Legislación deportiva en Colombia, Ley 582 de 2000. Deporte que está asociado a cada una de las personas que poseen alguna limitación, mental, física, etc. Se ha de reformar la ley 181 de 1995 y el decreto 1228 de 1995.

Cada una de estas normas entran en juego en FUSSION FIT a manera de que dentro de la empresa desarrollará y cumplirá cada de una de estas normas que tienen como finalidad brindar un espacio deportivo para todas las personas que deseen realizar deporte y/o actividad física sin llegar a juzgar o ser selectivos con un grupo de personas, todos tienen derecho a disfrutar de la actividad física deporte y recreacion asi posean capacidades físicas o mentales limitadas o otro tipo de limitaciones.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.

Según Enrique, X (2021) Es un proceso de suma importancia en donde se recupera la información necesaria para poder llegar al punto de la toma de decisiones, esto con el fin de buscar y encontrar la solución a cada uno de los problemas existentes que la empresa posee.

La investigación de mercados siempre brindará todo tipo de información que se requiera para llegar a una maduración de las decisiones que se han tomado y de las que llegan a ser de un largo alcance para la empresa, puesto que estas son las que necesitan de un análisis meticuloso. Es por esto que si dicha solución a los problemas presentados son completas en la fase de toma de decisiones será mucho más riesgosa. (Alberto C., 2018). Si la investigación llega a ser muy compleja el costo para esa empresa será mayor.

DOFA

Competidor #1: INHOUSE

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrenamientos personalizados - Buen personal de trabajo. 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Monotonía en el ofrecer servicios
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ubicación geográfica. - Canales de difusión 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poco aprovechamiento del espacio de trabajo.

Competidor #2: ACTYON PRO GYM

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrenamientos personalizados - Buen personal de trabajo. - Aprovechamiento del espacio 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Monotonía en el ofrecer servicios
<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>

- Ubicación geográfica.	- Poca difusión por canales (promoción)
-------------------------	---

Competidor #3: BODYBUILDING CLUB

<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Entrenamientos personalizados - Asesorías en nutrición - Preparadores para competencias 	<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Empresa enfocada solo para gente que quiere competir. - Monotonía en el servicio a ofrecer.
<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Canales de difusión 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poco aprovechamiento del espacio de trabajo. - Ubicación geográfica

Según Benassini (2015), “En este método puede enfatizarse en cómo la investigación de mercados viene siendo el proceso que busca aplicar ciertas técnicas apropiadas e involucrarlas en análisis, recolecciones de datos, etc para la toma de decisiones.

Teniendo en cuenta el análisis de los “DOFA” de las empresas que son competencia podemos analizar que las empresas tienen varias falencias en común que es la monotonía al ofrecer los servicios, se centran solamente en ofrecer un entrenamiento personalizado a personas jóvenes y el uso del espacio sabiendo que dentro de la ciudad muchas otras poblaciones (Adulto y adulto mayor) requieren de un servicio de actividad física y salud. Es por eso que FUSSION FIT entra al mercado ofreciendo servicios que ya existen y con servicios nuevos como: Boxeo, vendaje neuromuscular, asesorías virtuales, entrenamiento personalizado con adulto mayor. Siendo estos servicios completamente nuevos dentro de un centro de entrenamiento en la ciudad.

Teniendo en cuenta lo anterior, FUSSION FIT es un centro de entrenamiento enfocado en el trabajo con jóvenes, adulto y adulto mayor desarrollando la actividad física como hábito de vida saludable con un estilo más interactivo en un establecimiento óptimo para la práctica de la misma. Se mantendrá siempre un aforo cuando se esté trabajando con adulto mayor para así tener toda la atención en los que ya están desarrollando su actividad. En el municipio de Zipaquirá en estos últimos 3 años en el acuerdo municipal con artículo 8 (Servicios y oportunidades en actividad física deporte y recreación) en el acuerdo 05 con programa 10, nos dice: Potencializar los diferentes beneficios propios de la actividad física y recreación en la población zipaquireña, comprendiendo todos los ciclos de vida y a la vez, aprovechar las capacidades adquiridas por cada persona de acuerdo con su edad para mejorar

la calidad de vida de los zipaquireños. Teniendo en cuenta este artículo y por medio del centro de entrenamiento FUSSION FIT se quiere potencializar el deporte en varios de los ciclos de la vida en el municipio de Zipaquirá, brindando una visión completamente diferente de la práctica de actividad física en cada una de los jóvenes, adultos y adulto mayor.

FUSSION FIT entrara a innovar en el mercado en cuanto a todos los servicios que se ofrecerán a la población Zipaquireña y estos son: Entrenamiento personalizado, valoraciones, Asesorías virtuales, Vendaje neuromuscular (kinesiotape), boxeo y entrenamiento personalizado con adulto mayor. Son unos de los cuantos servicios que cuentan como valor agregado de la empresa con los que varios de ellos no cuentan ninguna de las empresas anteriormente mencionadas. Se ofrece también una ubicación centrada al público para fácil acceso. Cada uno de estos servicios se han implementado pensando en toda la población pero más que todo en el adulto mayor, ya que es una población más vulnerable y que dentro del municipio no se trabaja con ella.

CAPÍTULO I: *PROPUESTA DE VALOR*

Las empresas tienen la necesidad de relacionarse con el entorno en el que se encuentran, es por eso que tienen que desarrollar meticulosamente una propuesta de valor (Osterwalder y Pigneur, 2010). Para poder llegar a conseguir una buena propuesta de valor es importante identificar las necesidades de las personas de manera individual y colectiva para así llegar a interactuar y abarcar sus necesidades.

FUSSION FIT, (centro de entrenamiento). Se desarrolla con un servicio de entrenamiento Personalizado, semi-personalizado, clases grupales y trabajo con adulto mayor, los entrenamientos personalizados siempre se harán siempre y cuando el usuario lo solicite, las clases grupales (boxeo) serán espacios desarrollados de dos a tres veces por semana en donde personas de todas las edades podrán disfrutar en un horario fijo de sus clases grupales, finalmente el trabajo con adulto mayor se hará siempre guiado o personalizado puesto que es una población un poco más vulnerable, se tendrá siempre en cuenta el diagnóstico del adulto mayor para saber qué patrones de movimiento puede realizar o que se puede fortalecer, teniendo en cuenta si sufre de alguna enfermedad puesto que esto también es un indicativo para saber que ejercicios se deben realizar con el adulto mayor. Además de esto también contará con vendaje neuromuscular, y con asesoramiento virtual. Dentro de los entrenamientos personalizados también incluye una valoración que es principalmente valorar físicamente al usuario antes de comenzar con los entrenamientos, una vez se tenga la valoración se procederá a realizar la programación del ejercicio acorde a las metas que el usuario esté buscando.

SERVICIOS.

- ***Galería de videos:*** El centro de entrenamiento contará con redes sociales donde se podrá encontrar videos como: Rutinas, Tips/ayudas, Motivación.
- ***Entrenadores:*** En FUSSION FIT contaremos con entrenadores certificados y con experiencia para brindar el mejor servicio al usuario.
- ***Motivación:*** Promovida por "FUSSION FIT " Importante para el desarrollo físico y personal,

- **En todo lugar:** Gracias a las redes sociales podrás estar en contacto con el centro para poder brindar el mejor asesoramiento en lo que busques.
- **Bienestar del usuario:** Mensualmente se realizan encuestas o preguntas para estar al tanto de la satisfacción del cliente con el servicio.
- **Agenda:** Mediante este ítem realizaremos el debido proceso para asignar horarios de entrenamiento del usuario y tomar de manera consciente sus datos.
- **Nutrición:** FUSSION FIT contará con un nutricionista para realizar el debido asesoramiento nutricional al usuario

Propuestas de valor (Novedad,Accesibilidad, Personalizar)

(Higuerey, E. 2019,). Informar de una manera directa todas las ventajas que la empresa puede llegar aportar, en este caso FUSSION FIT aporta:

- Asesoramiento virtual.
- Clases de boxeo.
- Vendaje neuromuscular.
- Valoraciones.
- Trabajo físico con un adulto mayor.

En este caso FUSSION FIT ofrece en su propuesta de valor varios servicios que tienden a: Novedad, accesibilidad y Personalización.

Novedad: Satisfacer las necesidades inexistentes en el mercado.

Accesibilidad: Producto o servicio de una forma más cercana.

Personalización: Adaptación de las necesidades a diferentes clientes.

CAPÍTULO II: SEGMENTOS DE MERCADOS.

Charles W. L. Hill y Gareth Jones (2005). La segmentación de mercado es la forma en que una empresa decide agrupar clientes teniendo como base las diferencias en sus necesidades para así lograr una ventaja competitiva.

La segmentación de un mercado es el proceso mediante el cual logra subdividir un mercado en un “subconjunto” de clientes de acuerdo a las características de las mismas. El segmento de mercado tiene como propósito o finalidad llegar a ese subconjunto con diferentes medios para así destacar y lograr una ventaja en competencia.

Dentro de los segmentos de mercado se desea que en “FUSSION FIT” los consumidores sean esas personas que quieran aventurarse en el mundo de la actividad física o que ya se encuentren inmersos en ella mientras que ellos son atraídos por las distintas estrategias de marketing. La segmentación de mercado es una técnica muy común utilizada por las empresas para identificar las necesidades específicas de los clientes para así crear productos y/o servicios que van a satisfacer esas necesidades de manera efectiva, donde nos basaremos en diferentes características como:

- **Demográfico:** Este tipo abarca características como la edad, el género, el ingreso, el nivel educativo y la ubicación geográfica.

Edad: 14- 90 años

Género: Masculino y femenino

Estatus social: 2 En adelante

- **Psicográfico:** Este tipo abarca características como los valores, las actitudes, el estilo de vida y la personalidad de los consumidores.

Valores: Equidad, trabajo en equipo, disciplina, respeto y perseverancia.

Formas de pensar: Creativo, crítico, lógica.

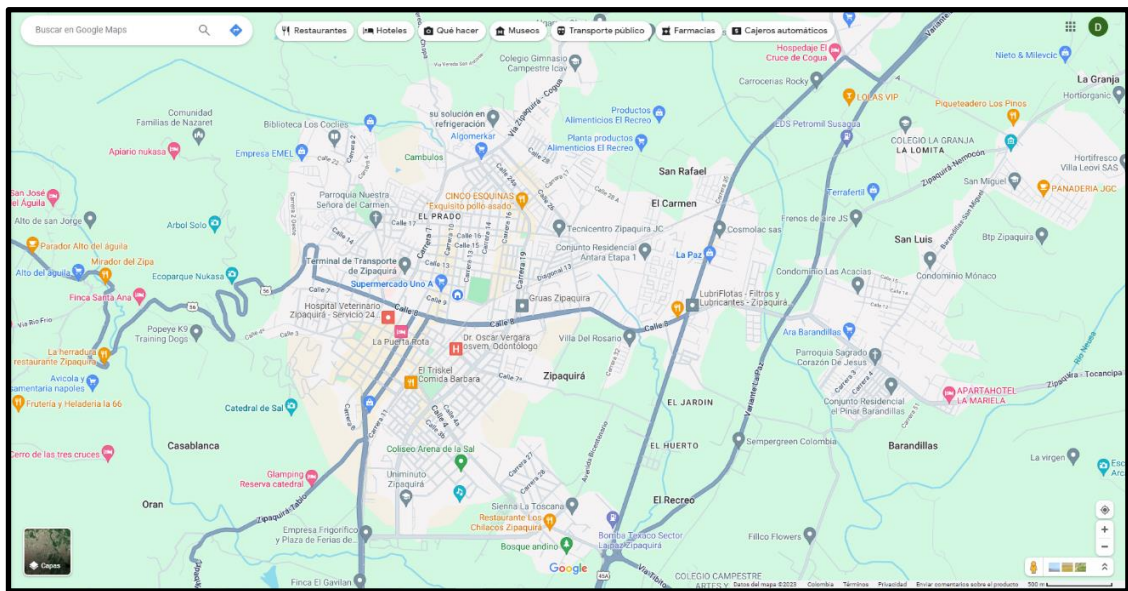
- **Conductuales:** Este tipo abarca el comportamiento de los consumidores, como la frecuencia de compra, la lealtad a la marca y los hábitos de uso.

Beneficios buscados: Mejorar su vida por medio de hábitos de vida saludable.

- **Geográfico:** Este tipo abarca la ubicación geográfica de los consumidores, como el país, la región o la ciudad.

País: Colombia.

Ciudad: Zipaquirá.



Es importante tener en cuenta cada uno de los puntos anteriores ya que nos estarán ayudando para poder segmentar los tipos de clientes para así poder desarrollar de la mejor manera las actividades que harán que el cliente quiera estar con la empresa y se fidelicen.

MERCADO SEGMENTADO.

FUSSION FIT se centrará en un público general que no va a distinguir en segmentos de mercado, tanto como sus propuestas de valor y sus canales, las relaciones con clientes se centran en un grupo grande el cual tiene unas necesidades y problemas similares a solucionar o tratar.

Capítulo III: CANALES.

Los canales de distribución son la forma en la que se hace llegar el producto desde su origen hasta su punto final. "Canal de marketing" (también llamado canal de distribución), Viene siendo un conjunto de organizaciones libres que participan en todo el proceso de entregar un servicio o producto a aptitud del consumidor final. Kotler, P. & Armstrong, G. (2008).

(Efficacy. 2021,). Los tipos pueden ser:

- Directo
- Indirecto
- Selectivo
- Intensivo
- Industrial

FUSSION FIT con su canal (Directo) pretende tener su empresa en un punto físico de fácil acceso a la población puesto que no va a existir un intermediario en hacer llegar el servicio a otro punto de la ciudad o a la puerta del cliente.

Dentro de los canales de distribución no solo tenemos los tipos sino que también incluimos algunas fases que también son importantes:

- **Canal de percepción:** Dentro de este canal se usará y se aprovechará las herramientas digitales tales como:
 - Tienda online en su página web. (sitios web – redes sociales).
 - Redes sociales. (Instagram – Facebook – Twitter)

Cada una de ellas para mostrar al público del servicio que se prestará dentro de la empresa.

- **Canal de evaluación:** En este canal utilizaremos un método clásico como:
 - La encuesta.

Dentro la misma encontraremos preguntas las cuales van desde el servicio que se presta hasta el establecimiento en el que se trabaja y un apartado de recomendaciones dentro de la misma encuesta.

- **Canal de compra:**
 - Publicaciones promocionales (Revistas y/o periódicos).
 - Anuncios en televisión y/o radio.

Por estos medios se tratará de conseguir un alcance masivo de personas para que decidan asistir a nuestro establecimiento en donde podrán preguntar y asesorarse acerca de cada uno de los servicios que se brindan dentro de FUSSION FIT.

- **Canal de entrega:**
 - Servicios de FUSSION FIT.

Entregaremos a nuestros usuarios el servicio de la mejor forma posible para así generar ese afianzamiento del cliente con la empresa.

- **Post - venta:**

Por medio de imágenes digitales que serán posteadas en diferentes medios para terminar de dar a conocer como es el proceso de cada uno de los servicios que se brinda en FUSSION FIT.

Los tipos de canales acordes a FUSSION FIT, son canales de entrega debido a que es el establecimiento físico en donde ofreceremos los servicios, los canales de percepción puesto que por medio de las herramientas digitales podremos atraer más público que termine siendo parte de FUSSION FIT.

CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES.

La relación con los clientes llega a ser un proceso lineal que involucra el desarrollo y la aplicación de inteligencia del mercado con el fin de mantener relación con la cartera de clientes (Lorenzo, 2009). Esta debe centrarse en desarrollar y mantener intercambios de valor durante un periodo largo de tiempo para mantener el compromiso de ambas partes (gummesson, 2004).

La relación con los clientes es una parte fundamental del éxito de la empresa, en donde se busca comprender las necesidades y las expectativas que tienen los clientes. Para

poder establecer una buena relación con los clientes, es esencial comprender sus necesidades y expectativas.

Para desarrollar la relación con los clientes es importante que entendamos las distintas estrategias que hay para los mismo:

- Asistencia personal
- Asistencia dedicada
- Autoservicio
- Servicios automatizados
- Comunidades
- Creación colectiva

En este caso la más aterrizada a los servicios que se quieren prestar dentro de FUSSION FIT es (*Asistencia personal*).

TIPO DE RELACIÓN CON EL CLIENTE

Asistencia personal.

Se escuchará atentamente los comentarios y las solicitudes, realizar un buen trabajo para así satisfacer las necesidades del cliente, es importante buscar también la transparencia la cuál es la clave en cualquier relación comercial exitosa, ser honesto y transparente sobre los servicios o productos, precios y además las políticas de la empresa. En FUSSION FIT, se busca brindar un excelente servicio al cliente a través de un trato amable, respetuoso, formal

y sobre todo profesional, respondiendo rápidamente a las consultas y solicitudes de los clientes y ofreciendo soluciones rápidas y efectivas a sus problemas en comunicación constante con sus clientes por medio de diversos canales, como correo electrónico, teléfono, redes sociales, etc. Se mantendrán informados sobre novedades, ofertas y promociones Fomentando la retroalimentación de los clientes y utilizando sus comentarios para mejorar los productos y servicios. También desarrollar encuestas y preguntas para conocer su opinión sobre su experiencia con su empresa en donde se puede decir que en general, una buena relación con los clientes implica estar siempre presente, ser receptivo a sus necesidades y trabajar constantemente para mejorar su experiencia con su empresa.

CAPÍTULO V: INGRESOS

De acuerdo con (Martín.A,2018) hay dos tipos de ingresos que vienen siendo:

- Ingresos puntuales: Estos pagos son los que entran a la empresa por medio de transacciones o pagos puntuales.
- Ingresos recurrentes: Son todos aquellos pagos que son periódicos en el tiempo.

Al tener claro estos tipos de ingresos podemos encontrar también las siguientes fuentes de ingresos:

- Cuota por alquiler.
- Cuota por uso.
- Concesión de licencias.

- Cuota por publicidad.
- Cuota por suscripción.
- Comisión de corretaje.

Dentro de este bloque de las fuentes de ingresos nos ayuda a tener un punto de partida para saber cómo vamos a cobrar a los usuarios/clientes y a son de que, es decir. Cómo vamos a ganar dinero en función de la propuesta de valor y el segmento de los clientes.

El tipo de ingresos que seleccionamos y el que es más acorde a lo que se quiere trabajar en FUSSION FIT es la cuota por suscripción.

PLAN DE VENTAS A UN AÑO

PLAN DE VENTAS														
DESCRIPCIÓN	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	PROMEDIO
Entrenamiento Personalizado	\$200.000	15	15	35	40	45	50	60	70	85	95	120	140	64,2
Vendaje neuromuscular	\$60.000	15	15	20	30	40	50	65	70	85	95	110	145	61,7
Asesorías virtuales	\$100.000	15	15	25	30	35	45	55	65	75	95	125	150	60,8
Adulto mayor	\$250.000	15	15	30	45	50	55	69	70	85	95	124	135	65,7
Boxeo	\$80.000	15	15	35	35	40	45	55	70	80	95	140	160	65,4
Total servicios		75	75	145	180	210	245	304	345	410	475	619	730	317,8
Ingresos del primer año	\$216.800.000	\$4.200.000	\$4.200.000	\$9.800.000	\$10.800.000	\$12.200.000	\$13.600.000	\$16.400.000	\$19.600.000	\$23.400.000	\$26.600.000	\$35.200.000	\$40.800.000	\$18.066.667
PROMEDIO DE INGRESOS DE UN MES														
Producto/Servicio	Precio	Ventas	Ingresos											
Entrenamiento Personalizado	\$200.000	140	\$28.000.000	730 PERSONAS ATENDIDAS EN PROMEDIO										
Vendaje neuromuscular	\$60.000	145	\$8.700.000	\$134.589 PRECIO PROMEDIO										
Asesorías virtuales	\$100.000	150	\$15.000.000											
Adulto mayor	\$250.000	135	\$33.750.000											
Boxeo	\$80.000	160	\$12.800.000											
	Total ingresos		\$98.250.000											

Dentro de los ingresos anuales se realiza un análisis lo más cercano a la realidad en cuanto a la venta de los servicios que se están dando dentro de FUSSION FIT. Estos ingresos se calculan colocando el precio de nuestros servicios posterior a eso agregamos el número de clientes por mes y por cada servicio, para así poder sacar un promedio de todo el año en cuanto a clientes y dinero. Por otro lado también realizamos una tabla la cual nos ayuda a calcular los ingresos mensuales por el mes que uno desee.

MES (Proyectado a un año)	CANTIDAD P/S	VALOR UNITARIO	TOTAL
Enero	75	- Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000	\$4.200.000
Febrero	75	- Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000	\$4.200.000
Marzo	145	- Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000	\$9.800.000
Abril	180	- Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000	\$10.800.000
Mayo	210	- Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000	\$12.200.000

		<ul style="list-style-type: none"> - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	
Junio	245	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$13.600.000
Julio	304	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$16.400.000
Agosto	345	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$19.600.000
Septiembre	410	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$23.400.000
Octubre	475	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 	\$26.600.000

		- Boxeo = \$80.000	
Noviembre	619	- Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000	\$35.200.000
Diciembre	730	- Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000	\$40.800.000

MES (Proyectado a segundo año)	CANTIDAD P/S	VALOR UNITARIO	TOTAL
Enero	730	- Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000	\$40.800.000
Febrero	755	- Entrenamiento personalizado = \$200.000	\$42.200.000

		<ul style="list-style-type: none"> - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	
Marzo	785	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$44.000.000
Abril	825	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$45.400.000
Mayo	840	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$45.400.000
Junio	880	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$47.800.000
Julio	905	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 	\$49.800.000

		<ul style="list-style-type: none"> - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	
Agosto	905	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$49.800.000
Septiembre	905	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$49.800.000
Octubre	915	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$51.200.000
Noviembre	915	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$51.200.000
Diciembre	915	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 	\$51.200.000

		- Boxeo = \$80.000	
--	--	--------------------	--

MES (Proyectado a tercer año)	CANTIDAD P/S	VALOR UNITARIO	TOTAL
Enero	915	- Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000	\$51.200.000
Febrero	915	- Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000	\$51.200.000
Marzo	915	- Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000	\$51.200.000
Abril	915	- Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000	\$51.200.000

		<ul style="list-style-type: none"> - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	
Mayo	773	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$46.400.000
Junio	773	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$46.400.000
Julio	865	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$47.600.000
Agosto	865	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000 	\$47.600.000
Septiembre	865	<ul style="list-style-type: none"> - Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 	\$47.600.000

		- Boxeo = \$80.000	
Octubre	830	- Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000	\$45.600.000
Noviembre	830	- Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000	\$45.600.000
Diciembre	830	- Entrenamiento personalizado = \$200.000 - Vendaje neuromuscular = \$60.000 - Asesorías virtuales = \$100.000 - Adulto mayor = \$250.000 - Boxeo = \$80.000	\$45.600.000

FLUJO DE CAJA.

MES.	INGRESOS.	EGRESOS.	SALDO.
Enero	\$4.200.000	Fijos: \$3.362.358 Variables: \$8.170.000 Total: \$11.532.358	-\$7.332.358

Febrero	\$4.200.000	Fijos:\$3.362.358 Variables: \$8.170.000 Total: \$11.532.358	-\$7.332.358
Marzo	\$9.800.000	Fijos:\$3.362.358 Variables: \$8.170.000 Total: \$11.462.358	-\$1.662358
Abril	\$10.800.000	Fijos:\$3.362.358 Variables: \$8.170.000 Total: \$11.462.358	-\$662.358
Mayo	\$12.200.000	Fijos:\$3.362.358 Variables: \$8.170.000 Total: \$11.462.358	\$737.642
Junio	\$13.600.000	Fijos:\$3.362.358 Variables: \$8.190.000 Total: \$11.552.358	\$2.047.642
Julio	\$16.400.000	Fijos:\$3.362.358 Variables: \$8.220.000 Total: \$11.582.358	\$4.817.642
Agosto	\$19.600.000	Fijos:\$3.362.358 Variables: \$8.220.000 Total: \$11.582.358	\$8.017.642

Septiembre	\$23.400.000	Fijos:\$3.362.358 Variables: \$11.310.000 Total: \$14.672.358	\$8.727.642
Octubre	\$26.600.000	Fijos:\$3.362.358 Variables: \$11.310.000 Total: \$14.672.358	\$11.927.642
Noviembre	\$35.200.000	Fijos:\$3.362.358 Variables: \$12.310.000 Total: \$15.672.358	\$19.527.642
Diciembre	\$40.800.000	Fijos:\$3.362.358 Variables: \$13.390.000 Total: \$16.752.358	\$24.047.642

FLUJO DE EGRESOS

Egresos de segundo año

EGRESOS				
Descripcion	Fecha	Ingreso	Descripcion 2	Egreso
Ingresos mensuales	Enero	\$40,800,000	Gastos mensuales	\$24,082,358
Ingresos mensuales	Febrero	\$42,200,000	Gastos mensuales	\$24,082,359
Ingresos mensuales	Marzo	\$44,000,000	Gastos mensuales	\$24,082,360
Ingresos mensuales	Abril	\$45,400,000	Gastos mensuales	\$24,082,361
Ingresos mensuales	Mayo	\$45,400,000	Gastos mensuales	\$24,082,362
Ingresos mensuales	Junio	\$47,800,000	Gastos mensuales	\$24,082,363
Ingresos mensuales	Julio	\$49,800,000	Gastos mensuales	\$24,082,364
Ingresos mensuales	Agosto	\$49,800,000	Gastos mensuales	\$24,082,365
Ingresos mensuales	Septiembre	\$49,800,000	Gastos mensuales	\$24,082,366
Ingresos mensuales	Octubre	\$51,200,000	Gastos mensuales	\$24,082,367
Ingresos mensuales	Noviembre	\$51,200,000	Gastos mensuales	\$24,082,368
Ingresos mensuales	Diciembre	\$51,200,000	Gastos mensuales	\$24,082,369
TOTAL		\$568,600,000		\$288,988,296

CAPÍTULO VI: ASOCIACIONES CLAVE

(Jiménez, 2023). En el modelo canvas los socios clave hacen referencia a las alianzas que la organización entabla para colaborar en distintos temas como: experiencias, costes y algunos recursos estratégicos, inversiones, socios, etc.

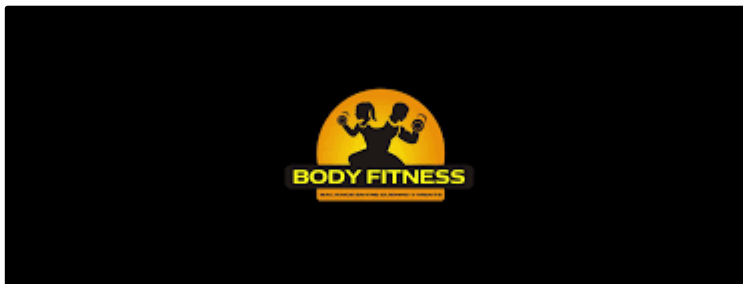
El objetivo es establecer dos puntos importantes: Red de proveedores y los socios que terminan contribuyendo al funcionamiento óptimo de negocio. Para esto es de suma importancia estar pendiente del entorno y también observar todos los start-ups que son las empresas de nueva creación que por su modelo de negocio escalable y nuevas tecnologías tiene mayores potencialidades de crecimiento para así crear sinergia con estas empresas y personas para que todo sea enriquecedor.

Las asociaciones clave son uno de los puntos más importantes de la empresa ya que la identificación de los socios clave nos ayudará a desarrollar una mejor planificación estratégica del negocio.

FUSSION FIT creará alianzas con (Actyon PRO gym, INHOUSE, Body Fitness). Se decide trabajar con estas empresas puesto que tienen un gran número de usuarios trabajando con ellos y no solo eso, sino que sus canales de difusión son amplios, esto también para generar beneficios a los usuarios en cuanto a lo que la persona esté buscando, modalidad de ejercicio, etc.

ACTYON PRO GYM



INHOUSE***BODY FITNESS***

EMPRESAS	¿QUE GANA CADA EMPRESA?
FUSSION FIT	<ul style="list-style-type: none"> - Más usuarios asistiendo y disfrutando de diferentes servicios. - Publicidad por medio de los canales que usa INHOUSE. - Ubicación geográfica más facilidad para personas que viven más hacia el norte del municipio.

INHOUSE	<ul style="list-style-type: none"> - Usuarios con beneficios tales como descuentos en suscripción - Publicidad por medio de los canales que usa FUSSION FIT - Ubicación geográfica más facilidad para las personas que viven más hacia el sur.
---------	---

CAPÍTULO VII: RECURSOS CLAVE

Los recursos clave son todos los recursos que la compañía debe extender para que funcione el negocio o la empresa, dentro de los recursos clave podemos encontrar diferentes tipos como lo son:

- Físicos: Propiedades tangibles (Local/predio de FUSSION FIT, maquinaria de trabajo como: Máquinas para grupos musculares, sacos de boxeo, pats, inbody)
- Intelectuales: Conocimiento especializado y habilidades que necesita la empresa para poder desarrollarse y ofrecer sus productos (Personal altamente capacitado, Red de contactos (Redes sociales y socios clave), Patente: Documento expedido por el municipio para el desarrollo del centro deportivo.
- Humanos: “Entrenadores, nutricionista, recepcionista, Servicios generales.
- Financieros: Dinero a disposición, en efectivo o cuentas bancarias. (Líneas de crédito y efectivo).

Cada uno de estos tipos de recursos pueden ser propios o arrendados o también en algunos casos tomado por sus socios clave.

RECURSOS.

RECURSOS	ELEMENTOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Técnicos	- Inmueble - Maquinaria(Gym) - Mancuernas - Balón medicinal - Bandas resistencia - Lazos - Guantes boxeo - Balón inestable - Inmobiliario	- 3 - 10 - 30 - 5 - 15 - 1 - 15 - 2 - 3	\$800.000 \$20.000.000 \$150.000 \$50.000 \$15.000 \$100.000 \$100.000 \$70.000 \$5.000.000	\$223.805.000
Físicos	- LOCAL	- 1	\$800.000	\$800.000
Tecnológicos	- Computadores - Camaras seguridad - Sonido	- 2 - 2 - 1	\$ 2.500.00 \$135.000 \$500.000	\$5.770.000
Talento humano	- Administradora - Contadora - Coordinadora	- 1 - 1 - 1	\$1.000.000 \$1.000.000	\$47.527.558

	- Entrenadores	- 3	\$3.200.000	
	- Inversión inicial	- 1	\$3.500.000	
			\$31.827.558	

CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVE

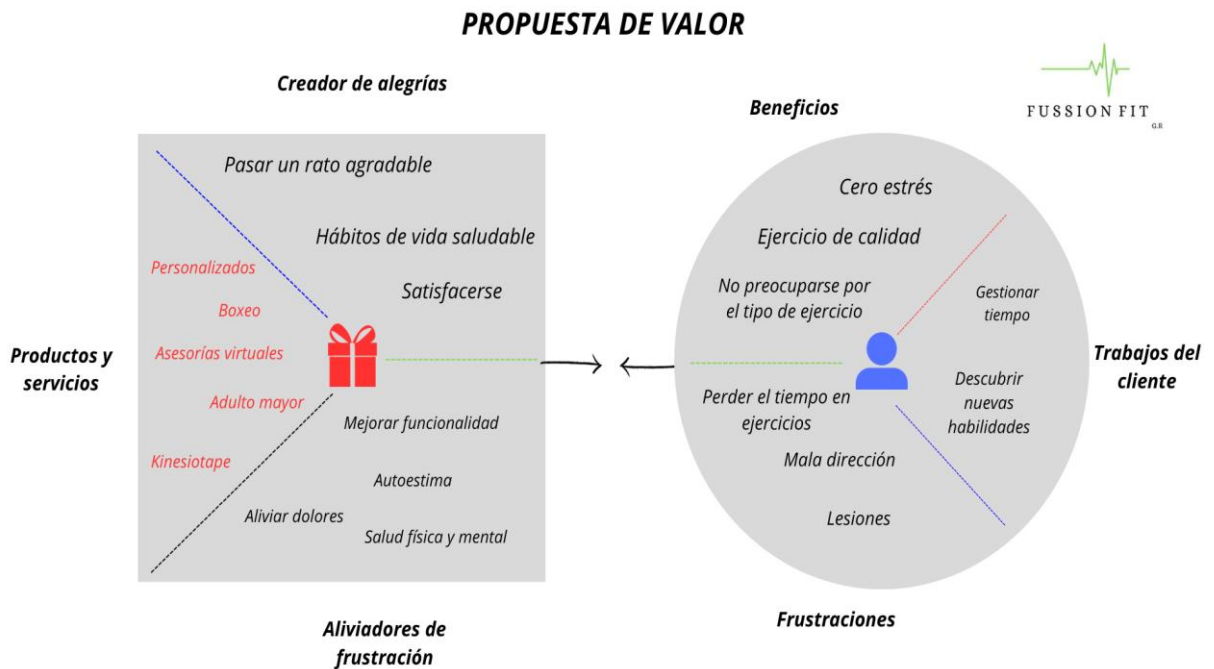
Las actividades clave deben ser meticulosas y muy bien realizadas para así llevar la propuesta clara al valor de mercado, relacionándose con los clientes para finalmente la empresa genere esos ingresos.

Las actividades se deben desarrollar por medio de los recursos clave ya que estos ayudaran a producir la oferta de valor que terminaran tramitar la relación con los clientes y los socios o aliados a la empresa. Las actividades clave pueden clasificarse en tres tipos:

1. Actividades relacionadas con la fabricación de un producto.
2. Actividades para la implementación de soluciones que respondan la necesidad del cliente.
3. Actividades en internet.

TIPO DE ACTIVIDAD CLAVE: RESOLUCIÓN DE PROBLEMAS

Para FUSSION FIT, las actividades de “Implementación de soluciones que respondan a la necesidad del cliente” son las que mejor se acogen a lo que está buscando la empresa debido a que se busca primero que todo material brindado dentro del centro de entrenamiento esté en óptimas condiciones para su uso. Por consiguiente, la solución de problemas en cuanto al servicio o problema es poder brindarles a todos los jóvenes, adultos y adulto mayor que busquen un estilo de vida saludable y dejar a un lado esos malos hábitos como el sedentarismo, etc Tipo (ECNT) todo esto a partir de los servicios como el entrenamiento personalizado, Vendaje neuromuscular, entre otros.



PROCESO DEL SERVICIO.

El proceso que se hace al realizar un entrenamiento personalizado es:

1. Valoración: Medidas antropométricas, peso.
2. Para los jóvenes y jóvenes adultos preguntar qué metas y objetivos tiene el usuario y a partir de ese punto se realiza la prescripción del ejercicio acorde a los objetivos que tenga el usuario. Generalmente se maneja por microciclos, un periodo de entrenamiento que va de 4-6 semanas de trabajo.
3. El personalizado con adulto mayor maneja el mismo proceso solo que en este se pide historia clínica para saber cómo se va a prescribir el ejercicio.
4. Vendaje neuromuscular cuando la persona presenta traumas, dolores articulares, hematomas, etc.
5. El boxeo va desde una prescripción: Técnica o recreativa, debido a que es apto para todas las edades.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Siguiendo a Maria.C (2022). Todo módulo de costos implica lo que es el inicio del mismo modelo de negocio, es acá donde va a involucrar el valor, la relación con los clientes y los ingresos. Los costos siempre se deben minimizarse en todo negocio y las estructuras son:

- Según costos: Para bajar los gastos en donde sea más adecuado y posible.
- Según valor: Crear valor en los servicios.

Los costes que llegan a ser importantes para la puesta en marcha de un modelo de negocio se dividen en:

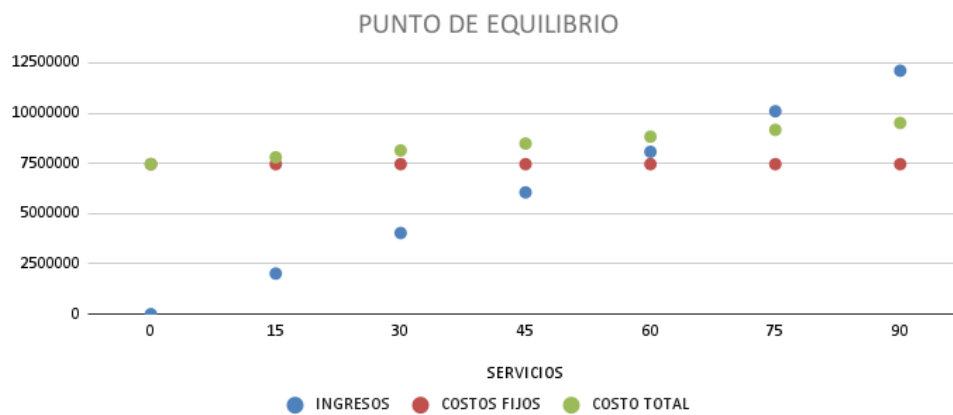
- Costos fijos.
- Costos Variables.
- Economías de escala.
- Economías de campo.
- Costos fijos y Costos variables

RECURSOS	ELEMENTOS	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Técnicos	<ul style="list-style-type: none"> - Software especializado - Automatizaciones en pc - Internet y telecomunicaciones 		X	\$1.000.000 \$1.000.000 \$150.000	\$3.150.000

Físicos	<ul style="list-style-type: none"> - Inmueble - Maquinaria(Gym) - Mancuernas - Balón medicinal - Bandas resistencia - Lazos - Guantes boxeo - Balón inestable - Inmobiliario 	X		\$800.000 \$20.000.000 \$150.000 \$50.000 \$15.000 \$100.000 \$100.000 \$70.000 \$5.000.000	\$223.805.000
Tecnológicos	<ul style="list-style-type: none"> - Computadores - Camaras seguridad - Sonido 		X	\$ 2.500.00 \$135.000 \$500.000	\$5.770.000
Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> - Administradora - Contadora - Coordinadora - Entrenadores 	X		\$1.000.000 \$1.000.000 \$3.200.000 \$3.500.000	\$15.700.000

pasa el tiempo, en este caso pueden ser los servicios que hay se pagan dentro del establecimiento etc.

PUNTO DE EQUILIBRIO		
43		
44		
45	Capacidad Maxima de Producción/Atención en un mes	100 Servicios
46		
47	Punto de Equilibrio=	Costos Fijos Totales
48		Precio Unitario - Costo Variable Unitario
49		
50		
51	PE=	\$7.462.358
52		\$134.589 \$22.767
53		
54		
55	PE= 66,73	Personas
56		49 Personas
57	Valor de Equilibrio=	Punto de Equilibrio * Precio Unitario
58		
59	PE=	66,7 \$134.589
60		
61	VE= \$	8.981.707 Pesos
62		



Entendemos el punto de equilibrio como el momento en el que los ingresos de la empresa llegan y cubren los gastos fijos y variables de la misma. Finalmente podemos ver como los ingresos de la empresas terminan siendo mayores que los gastos que llega a tener la misma.

Finalmente para obtener ese punto de equilibrio se divide los costos fijos totales entre el precio unitario que es el promedio de lo que paga la persona por el servicio, menos el costo

variable unitario que es el que se obtiene a partir del total de los costos variables sobre el número de personas que se atendieron en el año, así mismo se obtiene ese punto de equilibrio.

CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA.

De acuerdo con Jesús, J. (2019) Es un proceso financiero en donde una vez se conoce la inversión inicial que es la (inversión que se requiere para que la empresa entre en desarrollo) y los beneficios netos esperados que tiene como propósito principal medir la rentabilidad del mismo.

Podemos decir que el fracaso prematuro de una empresa se da debido a la mala asignación, adquirir o asignar recursos de la empresa cuando estos no vienen precedidos de algún estudio de confianza de los inversionistas para tomar la decisión más acertada para la empresa.

FLUJO DE CAJA.

LIENZO MODELO DE NEGOCIO



MODELO CANVAS

FUSSION FIT.

SOCIOS CLAVE

Establece dos cosas: Red de proveedores y socios para que contribuyan al conocimiento y funcionamiento óptimo del negocio

ACTYON PRO GYM, INHOUSE, BODY FITNESS

ACTIVIDADES CLAVE

Se desarrollan por medio de los recursos clave ya que ayudan a brindar la relación los clientes y socios de la empresa

Recursos clave

IMPLEMENTACION DE SOLUCIONES QUE RESPONDAN A LA NECESIDAD DEL CLIENTE (SERVICIOS ENTRENAMIENTOS P, KINESIOTAPE, A.M. ETC)

PROPUESTA DE VALOR

Identificar a las personas y colectivos con los que se ven obligadas a interactuar, mas allá de los clientes y proveedores, comprender sus demandas o necesidades

RELACION CON CLIENTES

IMPORTANTE PARA COMPRENDER LAS NECESIDADES Y EXPECTATIVAS QUE TIENEN LOS CLIENTES FRENTE AL SERVICIO O PRODUCTO

- ASISTENCIA PERSONAL

SEGMENTOS DE MERCADO

FORMA EN QUE UNA EMPRESA AGRUPA A SUS CLIENTES CON BASE EN DIFERENCIAS IMPORTANTES DE SUS NECESIDADES O PREFERENCIAS PARA LOGRAR VENTAJA COMPETITIVA

- SEGUIMIENTO PSICODEMOGRAFICO
- CENTRARSE EN LAS ALTITUDES Y ESTILO DE VIDA

RECURSOS CLAVE

Importantes para el desarrollo de la empresa con sus diferentes tipos de recursos

- Disco
- Intelectuales
- Humanas
- Financieras

CANALES

CANALES DE DISTRIBUCION PARA HACER LLEGAR EL PRODUCTO DESDE SU PUNTO DE ORIGEN HASTA SU PUNTO FINAL

CANALES DE ENTREGA

- ESTABLECIMIENTO FUSSION FIT
- HERRAMIENTAS DIGITALES

PUNTO DE EQUILIBRIO

COSTOS FIJOS TOTALES

PRECIO UNITARIO - COSTO VARIABLE UNITARIO

\$7.462.358

\$134.500 - \$22.767

PE- 66,73

ESTRUCTURA DE COSTOS

VALORES QUE LE INGRESAN AL MODELO

Entrenamiento Personalizado: \$200.000

Vendaje neuromuscular: \$60.000

Asesorías virtuales: \$100.000

Adulto mayor: \$250.000

Boxeo: \$80.000

COSTOS FIJOS: \$7.462.358

COSTOS VARIABLES: \$ 16.620.000

TOTAL DE COSTOS: 24.082.358

COSTO VARIABLE UNITARIO: 22.767

FUENTES DE INGRESOS

DESARROLLA PLAN DE COSTOS POR MEDIO DE LOS COSTOS FIJOS (VALORES QUE NO VARIAN), COSTOS VARIABLES (DEPENDEN DE SU USO)


COSTOS

- COSTOS FIJOS: El total de los costos fijos con un valor de \$7.462.358
- COSTOS VARIABLES: Los costos variables con un total de \$16.620.000
- COSTOS NOMINA: Los costos de nomina hacen parte de los costos fijos es por eso que se suman y tenemos un valor de \$29.700.000

- Los costos fijos llegan a ser: Arriendos y los costos de nomina.
- Los variables llegan a ser los servicios, y otros como usos de papetería que van variando depende de su uso en el mes.

CERTIFICACIÓN TURNITIN

The screenshot displays the Turnitin Feedback Studio interface. The main document area shows the following content:


FUSSION FIT
TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESAS

The 'Match Overview' sidebar on the right provides a detailed breakdown of the similarity score:

Match Number	Source	Similarity Percentage
1	federicogalvis.wordpress.com	2%
2	Submitted to Universidad Santo Domingo	1%
3	Submitted to Universidad Santo Domingo	1%
4	www.dominicodelascien.com	1%
5	repository.usta.edu.co	1%
6	www.coursehero.com	1%
7	Submitted to Universidad Santo Domingo	1%
8	Submitted to Alcatraz University	1%
9	www.clubensayos.com	<1%
10	sistema.plenaseditora.com	<1%
11	www.researchgate.net	<1%
12	martin.click	<1%

At the bottom of the interface, the status bar indicates 'Page 1 of 53' and 'Word Count: 6735'. The system tray shows the date and time as 10:18 a.m. on 4/12/2023.

REFERENCIAS

- Acosta, A. (2017). *Canales de Distribución*.
<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1270/Canales%20de%20Distribuci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Ángel Martín. (2018, September 17). *Canvas: fuentes de ingresos*. Ángel Martín.
<https://martin.click/marketing-online/canvas-fuentes-de-ingresos/#:~:text=Ingresos%20puntuales%3A%20son%20aquellos%20que,usuarios%20de%20tu%20membership%20site.>

- ALBERTO C. (2018). INVESTIGACIÓN DE MERCADOS. En *MARKETING EN EL SIGLO XXI 5ta EDICIÓN* (pág. CAPÍTULO 3).

- Cabanelas, j. (2007). La gestión de las relaciones con los clientes como característica de la alta rentabilidad empresarial.

- Jesús, j (2019). Evaluación financiera de proyectos.
https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54554688/Evaluacion-financiera-de-proyectos-4ta-Edicion-libre.pdf?1506539560=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEVALUACION_FINANCIERA_PROYECT

[OS.pdf&Expires=1697759218&Signature=V8hRqiDDXLjR7B7IAmX~oiTRqcmGMkw7Sy0sdwpx1CqQeJuIDdIFlYejdEXCAsTwCheoIEeyFey3HnI-ZITO6YJbvKwYuC7VZ~B5CbDpiSn1d6NaQf7p5tXUmHsawAy6~i0NPSLQGm5h-yKsz2xaX7vHkgu9RhXII~8WzEUIvpwFI8nWT128dWL5g6oTEKlf3raTWnsCsPHtV249hpuHaBvH4PGEjve44W8aTYLKat3drY~FteoZdQq4Ri6~F8vVmOKcvYQ9tEs9-SIr0t5c4pPvDe881qL68Zr0XrHGzLQU~1y~f6jceGyj21P-4vbb1ysb4rJ9uIkHpEUDFUpcg_&Key-Pair-Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZAfile:///D:/Dialnet-LaGestionDeLasRelacionesConLosClientesComoCaracter-2504842.pdf](https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiJo9j0oIWBAXVqTTABHSNkBNMQFnoECCIQAQ&url=https%3A%2F%2Fdia.net.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F2504842.pdf&usg=AOvVaw3VVNhopNhP_4jW8hAZ9pLj&opi=89978449)

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwiJo9j0oIWBAXVqTTABHSNkBNMQFnoECCIQAQ&url=https%3A%2F%2Fdia.net.unirioja.es%2Fdescarga%2Farticulo%2F2504842.pdf&usg=AOvVaw3VVNhopNhP_4jW8hAZ9pLj&opi=89978449

- Enrique, X., Morán, J. H., & Katiuska, D. (2021). La investigación de mercado impacto que genera en la toma de decisiones. *Dominio de Las Ciencias*, 7(1), 79–94. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8385908.pdf>
- Efficcy. (2021, June 10). *Qué son los canales de distribución y cómo aplicarlo según tu negocio*. Efficcy. <https://www.efficcy.com/es/canales-de-distribucion/>

- Gonzales, j. Recuperado de https://www.researchgate.net/profile/Jaime-Gonzalez-Masip/publication/324413057_Los_Grupos_de_Interes_y_su_importancia_en_la_propuesta_de_valor_de_las_em
- Higuerey, E. (2019, May 7). *¿Qué es una propuesta de valor y cómo elaborarla?* Rock Content - ES.
<https://rockcontent.com/es/blog/propuesta-de-valor/>
- Jiménez, P. (2023, June 12). *¿Qué son los socios clave en el Modelo Canvas?* | Sage Advice. Sage Advice España. <https://www.sage.com/es-es/blog/que-son-los-socios-claves-en-el-modelo-canvas-y-por-que-te-interesa-saberlo/>
- Lorenzo (2019) *Revista de Estudios Regionales*. (n.d.).
<https://www.redalyc.org/pdf/755/75511780008.pdf>
- Maria.C (2022). *Modelo Canvas: ¿qué es y cómo utilizarlo en tu negocio?* Blog de Inbound Marketing Y Ventas | RD Station.
<https://www.rdstation.com/blog/es/modelo-canvas-que-es/>

- Thomson. I. (2005). *La Segmentación del Mercado.*

https://www.accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/segmentacion-y-mercado_1563828020.pdf

- Vargas, A. (2017). *Investigación de Mercados.*

<https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1428/Investigaci%C3%B3n%20de%20Mercados.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

