

TRABAJO DE GRADO 2020-2

Centro de entrenamiento individualizado
C.E.I

PRESENTADO POR:

Andrés Felipe Guevara Nova
2213660
Daniel Felipe Marmolejo Tarazona
2209284

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE CULTURA FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN
BOGOTÁ D.C.
2020-2

INTRODUCCIÓN	3
MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO	3
LOGO	4
SLOGAN	4
MISIÓN	4
VISIÓN	4
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	4
CAPÍTULO I: PROPUESTA DE VALOR	6
CAPÍTULO II: SEGMENTO DE MERCADO	8
CAPÍTULO III: CANALES	9
CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES	10
CAPÍTULO V: INGRESOS	11
CAPÍTULO VI: ASOCIACIONES CLAVE	12
CAPÍTULO VII: RECURSOS CLAVE	13
CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVE	19
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS	20
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA	23
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO	25

INTRODUCCIÓN

A través del recorrido que hemos realizado por el programa de Cultura física, deporte y recreación hemos observado un gran abanico de posibilidades y campos de acción laboral, si bien cada uno de ellos ofrece grandes oportunidades profesionales y personales, para nosotros representa una gran ventaja poder aprovechar aquel mercado que mayor público puede atraer, en este sentido reconocemos una gran necesidad de la población por la práctica de actividad física, Como argumenta el Ministerio de Salud sobre las enfermedades crónicas no transmisibles “estas enfermedades son la causa de defunción más importante en el mundo, pues representan en su conjunto el 70% del número total de muertes anuales” nuestra población debido a nuestra cultura padece de en su gran mayoría de enfermedades crónicas no transmisibles, cuyo pronto tratamiento resulta en un beneficio para la población en general, dichas enfermedades según el Ministerio de salud “comparten factores de riesgo comunes que incluyen la exposición y consumo del humo del tabaco y sus derivados, la inactividad física, el uso nocivo del alcohol y la dieta no saludable.” Estos se pueden prevenir fácilmente a través de la práctica de actividad física, si bien gran parte de la población es consciente de esto, muchos de ellos no la realizan debido a lo poco atractivo que para muchos de ellos resulta el gimnasio convencional.

Por otro lado logramos entender que mucha de nuestra población se interesa sobre todo por prácticas deportivas concretas, es decir un deporte en específico, es por esto que surge como idea un centro de entrenamiento individualizado (C.E.I), un centro de entrenamiento en actividad física que en primer lugar busca atender las necesidades y objetivos concretos de sus usuarios a través de un seguimiento constante e individualizado de sus procesos en donde permanentemente se tiene un contacto cercano con el usuario y se busca que este esté informado de su progreso y sus objetivos, para esto se busca generar una comunidad deportiva a través de nuestro centro, entendemos también que para poder brindar la atención necesaria a las prácticas de los usuario debemos enfocarnos y limitar nuestra oferta a algunos deportes, estos son ciclismo, atletismo, fútbol y artes marciales mixtas, Es necesario aclarar y hacer énfasis en que en nuestro centro no se busca practicar un deporte, sino más bien realizar prácticas de actividad física siguiendo la lógica del entrenamiento de las capacidades físicas, basando todos nuestros ejercicios en la lógica de cada una de las prácticas, es por esto que C.E.I no es una oferta únicamente para deportistas, al contrario, buscamos llegar a toda la población que desee realizar actividad física de una manera diferente a la tradicional con una atención individualizada y con los mejores espacios y equipos que nuestros clientes puedan tener.

LOGO



SLOGAN

De adentro hacia afuera (INSIDE-OUT)

MISIÓN

Proporcionar un formato de entrenamiento premium para personas interesadas en la actividad física a través de la práctica deportiva mediante procesos individualizados de alta calidad.

C.E.I. es una empresa que brinda un servicio de bienestar a los clientes a partir de métodos de entrenamiento y programas de acondicionamiento físico individualizado mejorando la calidad de vida y estableciendo estilos de vida sanos para cada cliente con el asesoramiento adecuado en el momento de iniciar el programa.

Para la calidad de vida de cada cliente ofrecemos dentro de nuestro portafolio de servicios los mejores programas de entrenamiento individualizado con tecnología de punta, incluyendo apoyo con profesionales de la salud como profesionales de cultura física, deporte y recreación.

Nuestros servicios siempre se brindarán con la mayor amabilidad, cordialidad, integridad, puntualidad, confianza, seguridad y respeto para cada uno de nuestros clientes propiciando un ambiente sano que sirva para mejorar la interacción y la comunicación entre el cliente y el entrenador.

VISIÓN

Para el 2025 C.E.I se deberá posicionar como la primera empresa promotora de entrenamiento en Bogotá para mejorar la calidad de vida de las personas con programas de entrenamiento personalizado, con elementos y materiales de tecnología de punta satisfaciendo las necesidades de cada cliente.

MODELAMIENTO IDEA DE NEGOCIO

Es un servicio de entrenamiento individualizado, construyendo planes basados en las prácticas de disciplinas deportivas de artes marciales mixtas(Judo, Boxeo, taekwondo) fútbol, atletismo y ciclismo. Utilizamos diferentes métodos de entrenamiento : como el entrenamiento funcional que consiste en realizar ejercicios basados en movimientos utilizados de forma cotidiana; el clásico de fuerza que se realiza con máquinas, pesas y mancuernas; el de suspensión que son los ejercicios que se realizan a través de un arnés y preparación física en los deportes ofertados, potenciando al máximo las capacidades físicas de cada cliente.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Para la investigación de mercado se realizó un análisis D.O.F.A donde el objetivo es conocer lo que nos diferencia a nosotros con respecto a la competencia directa.

Smart fit Parque la Colina

Fortalezas	Debilidades
● Atención a los clientes de forma individualizada. ● Personal profesional en el área de cultura física deporte y recreación ● Aprendizaje o fortalecimiento de una modalidad deportiva ● Atención 20/7 de forma virtual ● Ofrece una alternativa novedosa ● Seguimiento de avances en el proceso de entrenamiento ● Tener convenios con diferentes empresas	● Carencia de máquinas específicas para musculación. ● Única sede. ● No contar con personal médico en el establecimiento. ● No se cuenta con pólizas de seguros. ● Pérdida de clientes por falta de maquinaria.

Amenazas • Las personas prefieren asistir a gimnasios convencionales. • Competencia desleal. • El gimnasio es más económico que C.E.I • Experticia en la competencia	Oportunidades • Esquema novedoso en los procesos de entrenamiento. • No hay una competencia directa. • Cubrimiento de las necesidades de una población desatendida.

Crossfit Bogotá

Fortalezas • Entrenamiento individualizado • Personal profesional en el área de cultura física deporte y recreación • Atención 20/7 de forma virtual • Horarios flexibles al transcurso del día • Variedad de materiales • Aprovechamiento del gusto del individuo objeto del entrenamiento. • Conocimiento profesional y propio del campo a trabajar (Fútbol, Atletismo, Ciclismo, Deportes de combate) • Precios competitivos según el mercado. • Tener convenios con diferentes empresas	Debilidades • El posicionamiento comercial de la marca. • No contar con personal médico en el establecimiento. • No se cuenta con pólizas de seguros.
Amenazas • Pérdida de clientes por preferencias hacia el crossfit • Competencia desleal • La competencia cuenta con diferentes sedes por ciudad. • Regulaciones legales.	Oportunidades • Nuevo formato de entrenamiento. • Buen uso de los medios digitales para la captación de clientes • No hay una competencia directa.

CAPÍTULO I: PROPUESTA DE VALOR

PROPUESTAS DE VALOR

La principal propuesta de valor de CEI es la experiencia de entrenar cómo deportista, si bien cada usuario tiene su nivel, sus propias necesidades y objetivos, nuestra propuesta de valor es la de brindar un entrenamiento con altos estándares de calidad con la atención necesaria a cada uno de nuestros usuarios a partir de las estrategias planteadas en la relación con nuestros clientes, construyendo junto con ellos una comunidad de la que todos nuestros usuarios se sientan orgullosos de pertenecer, entrenar como deportista para CEI significa ser riguroso en cuanto al control de las prácticas, así como del seguimiento de los procesos y los avances de cada usuario permitiéndoles conocer periódicamente a ellos los avances en sus procesos específicos de una manera clara y proponiendo metas nuevas mes a mes con el fin de cumplir los objetivos que cada uno de ellos aspira a alcanzar, todo a través de la práctica de su deporte de elección.

Planteamos dos propuestas de valor a los usuarios la mejor experiencia, estas estrategias son:

1. Acompañamiento permanente en cuanto a su proceso, al igual que un deportista profesional el usuario tendrá la posibilidad de si así lo desea estar en contacto con CEI para el asesoramiento en el control de su alimentación, actividades y demás inquietudes que puedan surgir eventualmente.
2. La segunda es la realización de comunidad buscamos generar estrategias mediante las cuales a través de diferentes actividades los usuarios puedan observar y compartir sus avances, como tal la propuesta de valor para el usuario es poder ser participe de dicha comunidad buscamos generar tendencias sobre todo a nivel de redes sociales, esto es clave para que el cliente sienta que hace parte de la mejor comunidad de actividad física en la que puede estar.

Canal de percepción o de información: Mediante la imagen corporativa las personas que revisen la páginas web o las redes sociales siempre tendrán presente el logo, y el slogan de la deportivas fuera de nuestro centro y demás inquietudes a nivel físico que puedan surgir en su día a día, por otro lado y como tercera proposición de valor es que cada persona que haga parte de C.E.I tendrá una planificación y programación en busca de cumplir de manera exitosa sus objetivos donde se evaluarán mes a mes y se le explicará de forma clara a la persona lo que ha progresado, todo esto se planificará con sustentación científica basado en evidencia que sea verídica. Una de las principales barreras para las personas para poder

realizar actividad física es el tiempo en C.E.I contamos con horarios flexibles donde las personas puedan asistir casi que a cualquier hora del día, desde las 5 AM hasta las 11 PM además de la atención vía whatsapp que estará disponible 24/7.

Novedad



CEI a diferencia de los gimnasios convencionales busca que sus prácticas tengan un enfoque hacia una disciplina deportiva, si bien existen box donde se realizan prácticas basadas en boxeo por ejemplo, no existe un lugar donde sea posible realizar una práctica similar pero con una mayor variedad de prácticas deportivas.

Desempeño

Nuestro servicio está enfocado en realizar prácticas de actividad física con la más alta calidad, buscamos que los entrenamientos se realicen de manera tecnificada, es decir acompañados en todo momento de tecnología sobre todo para evaluar los efectos del entrenamiento que se está realizando

Personalización



Uno de los fundamentos más importantes para CEI es que buscamos brindar un servicio individualizado, que le permita al usuario en primer lugar y realizar la práctica deportiva que más le interese y que además ésta esté dirigida a cumplir los objetivos que cada uno tiene a nivel personal.

Marca/ Status

Evidentemente y como lo comentamos anteriormente buscamos crear una comunidad de deportistas amateur que se sientan identificados con nuestra marca y que además de esto quieran que los demás sepan que hacen parte de la misma es por eso que buscamos que la marca a través de la calidad y tecnificación se convierta en un objeto de



orgullo para aquellos que pertenecen a la comunidad CEI-

Clasificación jerárquica de los beneficios para el usuario

Trabajo personalizado en actividad física

Ajustar los productos y servicios a las necesidades específicas de un cliente individual o un segmento de clientes, crea valor. En años recientes los conceptos de personalización masiva y co-creación de clientes han ganado importancia. Este acercamiento permite personalizar productos y servicios.

Atención Individualizada

El reconocimiento y adaptación de las características gustos y/o habilidades de cada persona para el desarrollo de la experiencia del desarrollo del programa del entrenamiento

Desarrollo de un plan de entrenamiento específico enfocado

- Reconociendo su condición de salud y enfermedades asociadas para desarrollar el plan de entrenamiento de acuerdo a su estado.
- Promoviendo la adherencia del programa de entrenamiento para evitar la deserción
- Educar hábitos de vida saludables específicos en cada una de las personas en el ámbito de salud y deporte.
- Acompañamiento y seguimiento en cada etapa del proceso.

CAPÍTULO II: SEGMENTO DE MERCADO

CARACTERIZACIÓN DEL CLIENTE

Geográfica: Para nosotros resulta clave reconocer el público que queremos alcanzar, es claro que nos dirigimos a estratos socioeconómicos altos, por ende resulta determinante que nuestro centro esté ubicado donde dicha población usualmente tiene sus viviendas, en ese sentido dicha población se encuentra ubicada sobre todo en la zona norte de la ciudad de Bogotá.

Demográfica: En este caso C.E.I se dirige a todas las personas mayores de 18 años de cualquier orientación sexual, creencia religiosa o posición socioeconómica, en este sentido C.E.I presta sus servicios a toda la población sin excepciones que tenga la posibilidad de realizar actividad física.

Psicográfico: Para nosotros además de como lo mencionamos anteriormente buscar favorecer la mejora de la condición física y mental buscamos que las prácticas deportivas se conviertan en un estilo de vida para los usuarios, es decir que el usuario se convenza de que está entrenando como un deportista y que como tal debe fortalecer su cuerpo y su mente por igual medida, disciplina, trabajo y constancia, en búsqueda de los resultados que cada uno como individuo tenga.

Conductual: Para CEI es importante impactar en aquellos usuarios que perciben la necesidad de cuidar su cuerpo y su salud, reconocemos que solo aquellas personas están dispuestas a pagar por un servicio de alta calidad reconocen que dicho servicio puede intervenir positivamente en su estilo de vida, así mismo que reconozcan que su cuerpo son ellos en sí mismo y por lo tal vale la pena invertir en él por salud, por estética y por bienestar .

SEGMENTO DE MERCADO

Nicho de mercado: El segmento de mercado al que queremos enfocarnos es el nicho de mercado, identificamos un gran grupo que se encuentra interesado en la práctica de actividad física pero que los gimnasios convencionales no logran satisfacer su necesidad concreta, es por esto que a través de prácticas deportivas pretendemos cumplir dicho nicho de mercado. Buscamos basar todos los entrenamientos del centro en prácticas deportivas que hagan que los usuarios se sientan atraídos hacia dicha práctica y que logren una mayor adherencia a la actividad ya que es uno de los principales problemas a la hora de adquirir el hábito.

CAPÍTULO III: CANALES

Canales de comunicación y contacto con el cliente

C.E.I tendrá 2 canales directos, que son la página web y el establecimiento, los canales indirectos que tendrá C.E.I son todas sus redes sociales como facebook, instagram, whatsapp y su canal de youtube, en cada una de las plataformas se brindarán horarios de atención y líneas de atención así como toda la imagen de C.E.I incluidos nombre, logo, misión y visión.

Las personas que hagan una búsqueda sobre entrenamientos individualizados por internet o vean un post o una publicidad en redes sociales como facebook o instagram los dirigirá a la página web de C.E.I donde se le brindara toda la información necesaria como quienes somos, que hacemos, tarifas y el punto de donde queda la instalación. Además se utilizará publicidad en instagram facebook y youtube, además de esto en el espacio físico se encontrarán folletos, de información sobre nuestra empresa además de la imagen corporativa siempre presente en el espacio físico de C.E.I. En todos nuestros canales digitales se brindará información clave correspondientes a; ubicación, horarios de atención, números de contacto y demás contactos virtuales para la atención al cliente.

De la misma forma en todos nuestros canales habrá una visualización clara de nuestra imagen corporativa; logo, slogan misión y visión que le permita a los nuevos clientes reconocer al primer contacto con cualquier canal el servicio que prestamos y la propuesta de valor que ofrecemos.

Canal de evaluación: Los clientes de C.E.I siempre tendrán formatos de retroalimentación y comodidad del lugar, donde podrán calificar al entrenador, el entrenamiento y las instalaciones de esta forma evaluaremos nuestra propuesta de valor, la cual se podrá realizar de forma virtual o de forma escrita por medio de unos formatos donde los podrán pedir en la recepción del establecimiento o se encontraran en la página web en un link que lo direccionará a una encuesta de GOOGLE ENCUESTAS

Canal de compra: Las personas podrán adquirir el servicio vía internet, donde la transacción se realizará por vía PSE que es una manera muy sencilla de realizar el pago, o acercándose directamente a las instalaciones donde se podrán manejar las 2 partes del pago que se podrá realizar en efectivo o por transacción electrónica o virtual por medios como Daviplata o Nequi.

Entrega: El usuario al adquirir nuestro servicio se le hará entrega de un artículo ; botilito, camiseta o algún otro artículo que den la bienvenida al usuario a la comunidad C.E.I, generando un mayor sentido de pertenencia y haciéndolo sentir parte de nuestra familia.

Post-Venta: El usuario a partir del primer momento de adquirir nuestros servicios se convierte en parte de nuestra comunidad teniendo todos los beneficios que esto conlleva, atención individualizada de su proceso, asistencia 20/7 de inquietudes y

dudas, así como otros beneficios eventuales que C.E.I pueda tener gracias a las alianzas estratégicas.

CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON LOS CLIENTES

Captar nuevos clientes: La captación de clientes se realizará principalmente a través de redes sociales teniendo en cuenta que en la actualidad es el medio que más impacto tiene en la población, por lo cual este será aprovechado por nosotros; por otro lado la captación de clientes se basará en el ofrecimiento de nuestra principal propuesta de valor, la cual es “entrenar como deportista”, esto además de dar a conocer la esencia de C.E.I hace que aquellos que no se sienten atraídos puedan tener la primer impresión de una oferta diferente a las convencionales.

La estrategias planteadas para este objetivo serán:

- Publicidad paga por medio de los canales virtuales principalmente influenciadores “fitness”
- Avisos de pagos en plataformas audiovisuales como YouTube, Facebook e Instagram.

Fidelizar a los clientes: Buscamos crear una comunidad, de la cual los usuarios se sientan parte en todo momento de C.E.I. En ese sentido buscamos que desde el primer contacto con el centro los clientes tengan beneficios por su permanencia en el mismo para, ello planteamos la siguiente estrategia:

Descuentos y beneficios extra para aquellas personas que superen los 6 meses de continuidad, a partir del sexto mes cada mes cumplido por el usuario se traducirá en un descuento para el siguiente mes en un 3% hasta un máximo acumulable del 15% de descuento en el valor del mes.

Aumento de clientes: El centro de C.E.I al contar con sus redes sociales podrá llegar a más personas día a día además de esto buscaremos diferentes estrategias de marketing y marketing digital por medios audiovisuales.

- Se plantean retos mensuales premiados para todos los clientes los cuales participarán a través de la publicación de la realización del reto en sus redes sociales generando tendencias que permitan a los usuarios de diferentes redes conocer nuestro centro debido a los retos.
- La segunda estrategia se basa en la primera, en este caso si un usuario nuevo al ver el ganador publicado por C.E.I en sus redes, logra superar al ganador y

sube su video mostrandolo será beneficiado con un 15% en su primer mes de entrenamiento en nuestro centro.

Estimulación de las ventas: C.E.I implementará diferentes estrategias, con el fin de hacer que através de nuestros mismo usuarios y nosotros como centro podamos elevar el alcance que nuestro centro pueda tener así como los nuevos productos o servicios emergentes que podamos ofrecer eventualmente, dichas estrategias son:

- Utilizaremos la estrategia de referidos, ya que si el cliente refiere una persona para inscribirse a C.E.I se le dará un descuento en la mensualidad del siguiente mes de 5% con un máximo acumulable del 15% mes a mes.

Categoría de relación.

La categoría de relación que C.E.I tendrá con sus clientes será de asistencia personal, a pesar de que buscamos generar una comunidad dicha comunidad se establecerá a través de la relación estrecha entre el cliente y el centro, brindando en primer lugar una atención 15/7 a través de nuestros canales virtuales y además haciendo que el cliente sea partícipe de su proceso en todo momento del seguimiento de su proceso individual.

CAPÍTULO V: INGRESOS

Posibles empresas competidoras

1. CrossFit Bogotá

Ubicación: Carrera 13 #86A-51

Horario: Lunes a Jueves - 6pm -8 pm

Precio: Planes mensuales desde \$250.000 hasta \$350.000

2. SmartFit Colina

Ubicación: Av. Boyacá, Carrera 72 con Calle 146 b, Bogotá - Cundinamarca - Caminos de San Lorenzo

Horario: Lunes a jueves 5am- 10pm

Precio: Plan mensual \$69.900 + Mantenimiento anual (\$89.900) se cobrará 3 meses después de la compra

La competencia más cercana que tiene C.E.I es el crossfit Bogotá y el Smart fit de colina ya que se encuentran ubicados cerca a la zona donde se quiere ubicar el establecimiento, estos ofrecen servicios similares en la parte de entrenamiento, en el gimnasio Smart Fit es un concepto de gimnasio clásico, donde ellos prestan las máquinas e implementos de entrenamiento pero en ningún momento ayudan al usuario a cumplir sus objetivos sólo proporcionan rutinas genéricas con métodos de entrenamientos básicos y monótonos en C.E.I tenemos un concepto diferente donde

lo más importante es el usuario y cumplir los objetivos de cada uno. El crossfit Bogotá realiza clases grupales dirigidas de entrenamiento a diferencia de ellos C.E.I proporciona entrenamientos individualizados en busca de los objetivos de cada persona.

Generación de ingresos

La principal fuente de ingresos para C.E.I de acuerdo a nuestro modelo de negocio es la de primas por suscripción en donde el usuario paga una cuota mensual para el uso del equipo y el servicio de asesoramiento individualizado.

Flujo Anual			
Mes	Usuarios	Valor (\$)	Ingresos (\$)
Enero	91	390.000	35.490.000
Febrero	94	390.000	36.554.700
Marzo	97	390.000	37.651.341
Abril	99	390.000	38.780.881
Mayo	102	390.000	39.944.308
Junio	105	390.000	41.142.637
Julio	109	390.000	42.376.916
Agosto	112	390.000	43.648.223
Septiembre	115	390.000	44.957.670
Octubre	119	390.000	46.306.400
Noviembre	122	390.000	47.695.592
Diciembre	126	390.000	49.126.460
TOTAL			503.675.129

Precio del servicio: Los costos ofrecidos al usuario serán fijos y de dos tipos un primer costo recurrente correspondiente a la prima mensual de servicio y un costo pagado por única vez por el usuario correspondiente al costo de inscripción.

CAPÍTULO VI: ASOCIACIONES CLAVE

Nombre de la empresa: Live life nutrition

Tipo de alianza: Alianza entre empresas no competidoras

Se realizará una alianza con esta empresa de nutrición, con el fin de complementar el plan de entrenamiento de nuestros clientes y de esta manera logren su objetivo y puedan adquirir asesoría de profesionales en alimentación.

Motivadores: Para esta alianza el motivador principal es la adquisición de actividades particulares, en este caso nos resulta beneficioso contar con una empresa capaz de complementar el proceso de los clientes, una asesoría estricta de su alimentación a través del servicio prestado por Live Life Nutrition.

Nombre de la empresa: Centro de traumatología y ortopedia

Tipo de alianza: Alianza entre empresas no competidoras

Se realiza dicha alianza para que los clientes puedan asistir a este centro en caso de necesitar una revisión, terapias o rehabilitación.

Motivadores: en esta alianza se busca que los usuarios que tengan cualquier tipo de lesión y necesiten un proceso de rehabilitación puedan asistir a este sitio para poder realizar dicho proceso por esto el principal motivador de esta alianza es la adquisición de recursos y actividades peculiares

Nombre de la empresa: POM Colombia

Tipo de alianza: Alianza entre empresas no competidoras

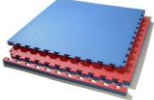
Se realiza dicha alianza para que los clientes puedan asistir a este centro en caso de necesitar una revisión, terapias o rehabilitación.

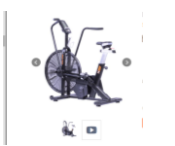
Motivadores: La alianza con esta empresa nos permite impactar nuevo público, en este caso nosotros como centro de entrenamiento individualizado podemos ofrecer beneficios a las personas que después de sus procesos de recuperación de funcionalidad deseen realizar un trabajo de fortalecimiento del segmento de su lesión y además que en un futuro gracias a esta práctica pueda interesarse en los demás servicios de C.E.I., en este caso la motivación al igual que las anteriores alianzas es para la adquisición de actividades particulares.

CAPÍTULO VII: RECURSOS CLAVE

Recursos físicos:

Material	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	Imágenes
Pesas Rusas (Kit 10-15-20 kg)	2	372000	744.000	

Pesas Rusas (Kit 6-8-10 kg)	2	215.000	430.000	
Discos 20 kilos	2	150.000	300.000	
Discos 25 kilos	2	180.000	360.000	
Discos 15 kilos	2	120.000	240.000	
Discos 10 kilos	2	100.000	200.000	
Barras	10	699.900	6.999.000	
Barras	3	150.000	450.000	
Sacos de boxeo	3	78.000	234.000	
Tatami 1metro	15 m	139.800	208.5000	

Balones de fútbol	10	45.000	450.000	
Conos (kit x12)	3	58.000	174.000	
Escalera de coordinación	3	30.000	90.000	
Guantes de boxeo	3	65.000	195.000	
Trampolines	3	240.000	72.000	
Trotadora	6	3.489.000	20.693.400	
Rodillos	10	385.000	3.850.000	
Set De Vallas Para Salto, Entrenamiento(x3)	5	110.000	550.000	
Sogas	3	1.199.000	3.597.000	
Focus "Gloves"	1	150.000	150.000	

TRX	3	80.000	240.000	
Bandas de resistencia tubulares	2	120.000	240.000	
Piso sintético	40	46.000	1.840.000	
TOTAL			44.183.400	
Oficina				
Computador	1	3.999.900	3.999.900	
Escritorio	1	1.000.000	1.000.000	
Caja fuerte	1	499.900	499.900	
Sofá	1	1.336.000	1.336.000	

Dispensador de agua	1	621.900	621.900	
Papelería	1	100.000	100.000	
Impresora	1	779.900	779.900	
Celular	1	779.900	779.900	
TOTAL			8.337.600	
TOTAL RECURSOS FÍSICOS			53.300.900	

Recursos intelectuales:

Recurso intelectual	definición
Bases de datos	Todos los inscritos en C.E.I
Whatsapp	Servicio 20/7

Recursos humanos:

Cargo	Cantidad	Requisitos	Tareas y funciones	Salario
-------	----------	------------	--------------------	---------

Entrenador general	3	Profesional en cultura física, educación física o áreas afines, con experiencia laboral no inferior a un año.	Dirigir, planificar y acompañar los procesos de los usuarios sin importar la modalidad deportiva escogida.	1.560.000 + prestaciones legales
Entrenador Específico	3	Profesional en cultura física, educación física o áreas afines, con experiencia como entrenador de mínimo un año en alguna de las 4 modalidades deportivas.	Dirigir, planificar y acompañar los procesos de los usuarios en una modalidad deportiva en concreto.	1.800.000 + prestaciones legales
Entrenador Planta	2	Profesional en cultura física, educación física o áreas afines.	Evaluar y dirigir los procesos de entrenamiento de los entrenadores específicos y generales.	2.280.000 + prestaciones legales
Secretaria (o)	1	Entre 18 y 30 años, no se necesita experiencia laboral.		1 SMMLV + prestaciones legales

Recursos económicos:

Para los recursos económicos se pedirá un préstamo para poder empezar con el proyecto, se realizará por un valor de \$120.000.000 millones de pesos en el banco bancolombia y se pedirá el préstamo a 84 meses.

Préstamo	Cuotas	Plazo
\$120.000.000	\$2.443.482	84 meses

Te ofrecemos estas opciones para Crédito de Libre Inversión

Tasa variable - Cuota Fija

Por un crédito de:
\$ 120,000,000

Pagarías 84 cuotas mensuales por un valor aproximado de
\$2,299,482

Tasas y tarifas

Tasa de interés mes vencido 1.23%

Seguro de vida deudor \$144,000

[Conocer el plan de pagos](#)

SOLICITAR CRÉDITO

Tasa variable - Cuota variable

Por un crédito de:
\$ 120,000,000

Pagarías 84 cuotas mensuales por un valor aproximado de
\$3,048,571

Tasas y tarifas

Tasa de interés mes vencido 1.23%

Seguro de vida deudor \$144,000

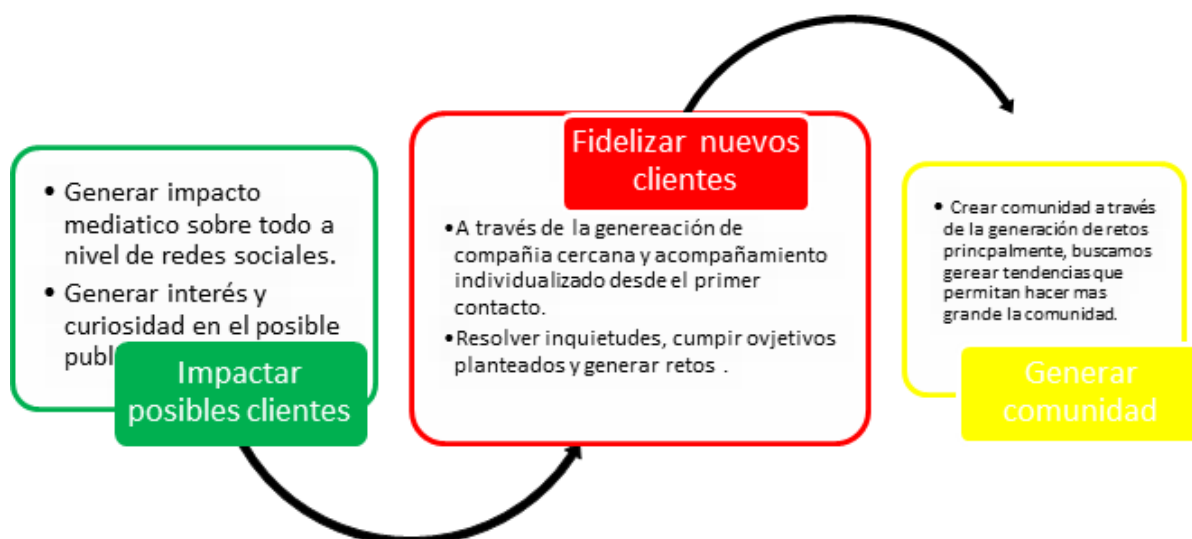
[Conocer el plan de pagos](#)

SOLICITAR CRÉDITO



CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVE

Solución de problemas: Buscamos brindar un servicio que cubra la necesidad actual de una práctica de actividad física fuera del modelo tradicional, para esto generamos un proceso claro acerca de nuestras actividades el cual está descrito a continuación.



CAPÍTULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Costos

En primer lugar vamos a describir los costos que representa nuestra operación en relación a seis aspectos clave, los cuales son:

- **Propuesta de valor:** Para cumplir con nuestra propuesta de valor se requiere de una actividad clave indispensable para el desarrollo del entrenamiento bajo el concepto de C.E.I, este es la asesoría individualizada del proceso del cliente. Para eso contamos con el personal capacitado para la prestación de este servicio

	Cargo o concepto	Cantidad	Concepto	Valor unitario	Valor mensual
Costos personal	Entrenador específico	2	Salario basico + prestaciones legales	\$2.725.211	\$5.450.422
	Entrenador general	2	Salario basico + prestaciones legales	\$2.382.820	\$4.765.640

	Entrenador de planta	2	Salario basico + prestaciones legales	\$3.409.991	\$6.819.982
	Secretario (a)	1	Salario basico + prestaciones legales	\$1.409.578	\$1.409.578
Total Mes					\$18.445.646
Total año					\$221.347.752

- **Del tipo de mercado:** Debido a nuestro segmento de mercado buscamos impactar una población la cual sus necesidades no son completamente cubiertas por algún otro gimnasio, para esto C.E.I busca que los entrenamientos están enfocados en un deporte específico y por lo tal requiere tanto de la mejor calidad de equipos como de los mejores espacios posibles, para esto somos conscientes de que debemos cumplir con los espacios y equipos que le permitan al usuario sentirse cómodo.

Artículo	Costo	Tipo de costo
Arriendo	\$ 10.000.000	Fijo
Recursos físicos (maquinaria y equipos)	\$53.300.900	Fijo

relación con los clientes: En la relación con los clientes se tendrán en cuenta nuestra propuesta de valor que es tener un canal de comunicación 20/7 donde las personas se puedan comunicar inmediatamente con C.E.I para resolver cualquier tipo de inquietud, por esta razón los costos fijos para el cumplimiento de esta estrategia son un móvil y un plan de datos móviles, Dichos costos se estipulan de esta manera:

Artículo	Costo	Tipo de costo
Smart phone	\$779.900	Fijo (Pago única vez)
Plan tigo datos móviles y voz	\$ 75.000	Fijo (Pago periodico mensual)

- **De los canales:** Como tal C.E.I contará con 2 canales directos que son el establecimiento y la página web, los costos del establecimiento ya están estipulados en los costos de tipo de mercado y con respecto a la página web tendrá un costo de \$1.200.000

Canal	Costo
Página web	\$1.200.000

Con respecto a los canales indirectos que son todas las redes sociales que maneja C.E.I como; Instagram, Facebook, Tik Tok y YouTube se tendrá un costo variable de publicidad paga.

Canal	Costo
Publicidad redes sociales	\$500.000

- **De los imprevistos:** En C.E.I los imprevistos tendrán un valor del 10% de la suma de los costos fijos y los costos variables por si ocurre alguna emergencia o necesidad de último momento.

Imprevistos= Costos fijos + Costos variables * 10%

Improvistos= \$30.889.778+\$1.100.000*10%

Improvistos=\$3.198.977,8

Costos fijos y variables

Tipo de costo	Costos fijos		Costos variables	
	Concepto	Monto	Concepto	Monto
	Nomina	\$18.445.646	Publicidad	\$600.000
	Arriendo	\$10.000.000	Imprevistos	\$3.198.977,8
	Préstamo	\$2.443.482	Mantenimiento	\$500.000

	Servicios	\$650.000		
Total	Total	\$30.889.778	Total	\$4.298.977
Gran total de costos	\$35.188.755			

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Gran total de gastos}}{\text{número justo de inscripción}}$$

Punto de equilibrio = Costos totales/ número justo de inscripción

Punto de equilibrio= 35.188.689.755/ 91

Punto de equilibrio = 386.689

CAPÍTULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

Inversión inicial= \$88.489.655

Inflación del año anterior: 1.97% Julio 2020

Tasa de interés de referencia para Colombia: 3,75%

Estimamos un crecimiento en ventas del 3% y de egresos del 2%

Flujo Anual				
Mes	Usuarios	Ingresos	Egresos	Saldos
Enero	91	35.490.000	35.188.755	301.245
Febrero	94	36.554.700	35.892.530	662.170
Marzo	97	37.651.341	36.610.381	1.040.960
Abril	99	38.780.881	37.342.588	1.438.293
Mayo	102	39.944.308	38.089.440	1.854.868
Junio	105	41.142.637	38.851.229	2.291.408
Julio	109	42.376.916	39.628.253	2.748.663
Agosto	112	43.648.223	40.420.819	3.227.405
Septiembre	115	44.957.670	41.229.235	3.728.435
Octubre	119	46.306.400	42.053.820	4.252.581

Noviembre	122	47.695.592	42.894.896	4.800.696
Diciembre	126	49.126.460	43.752.794	5.373.666
TOTAL		503.675.129	471.954.739	31.720.390

Indicadores de evaluación financiera

Año	Flujo de efectivo (\$)	Valor presente (\$)	Tasa de interés
0	-88.489.655	-88.489.655,00	4%
1	31.720.390	30.573.869,88	
2	31.720.390	29.468.790,25	
3	31.720.390	28.403.653,25	
4	31.720.390	27.377.015,18	
5	31.720.390	26.387.484,51	
Valor presente neto (VPN)		53.721.158,06	
		53.721.158,06	
Tasa interna de retorno (TIR)		23%	
Retorno de inversión		79.23%	

Lienzo canvas



