



TRAINING POWERFIT

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

Lina Marcela Alarcon Rodriguez - 2229359

Camilo Andres Amaya Castillo - 2229370

Valentina Garcia Andrade - 2228782

Asesor:

Gonzalo Florián Velásquez

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Mayo 2021

TABLA DE CONTENIDO

<u>INTRODUCCIÓN</u>	3
<u>NOMBRE</u>	4
<u>LOGOTIPO</u>	5
<u>SLOGAN</u>	5
<u>FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA</u>	8
<u>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS</u>	10
<u>CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR</u>	14
<u>CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO</u>	15
<u>CAPITULO III: CANALES</u>	19
<u>CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES</u>	20
<u>CAPITULO V: INGRESOS</u>	22
<u>CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES</u>	31
<u>CAPITULO VII: ASOCIACIONES CLAVES</u>	37
<u>CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES</u>	39
<u>CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS</u>	40
<u>CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA</u>	46
<u>LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO</u>	4
<u>REFERENCIAS</u>	5



INTRODUCCIÓN

La creación de esta empresa nace de la necesidad de las diferentes personas hacia su condición física y salud, teniendo en cuenta que la condición mental también depende mucho de cómo nos veamos y como estemos sintiendo nuestro cuerpo.

Esta empresa está constituida por tres estudiantes que han tenido experiencia durante su carrera de cultura física, deporte y recreación en las diferentes clases y áreas enfocadas en negocios como diseño y gestión de proyectos, marketing deportivo, administración de los organismos deportivos y proyecto de investigación.

Training powerfit es un centro de entrenamiento enfocado en la mejora de la condición física de las personas aparentemente sanas y con enfermedades crónicas no transmisibles, ayudándoles a enamorarse del fitness para que encuentren en el entrenamiento una forma de ser felices y saludables. Buscamos motivarlos para crear una relación positiva con el ejercicio y así generar adherencia, haciendo de este parte esencial de su vida.

Para lograrlo tenemos una variedad de métodos innovadores dirigidos por profesionales de cultura física, deporte y recreación de la universidad Santo Tomás apasionados por el ejercicio físico para la salud.

Por otro lado también estamos en condiciones de guiar a las personas en su actividad nutricional, es decir a pesar de que no somos nutricionistas somos una guía para que las personas que integren training powerfit lleven un proceso de vida saludable y mejora de sus condiciones físicas de la mejor manera.

Los beneficios que puede aportar la actividad física de nuestro centro de entrenamiento son muchos y muy variados:

- Mejora la capacidad aeróbica.
- Reducción de la masa grasa considerablemente.
- Aumento de la masa magra.
- Fortalecimiento del abdomen y zona lumbar.
- Ganancia de fuerza muscular en todo el cuerpo.
- Fortalecimiento de los huesos y prevención de osteoporosis.



- Mejora estabilidad, control propioceptivo y coordinación.
- Ayuda a mejorar considerablemente las ECNT.

MISIÓN

Training Powerfit busca ser una empresa joven, que brinde nuevas experiencias saludables y para diferentes tipos de población. De esta manera para el 2023 buscamos evidenciar las mejoras en la calidad de vida de los diferentes usuarios, de acuerdo a los trabajos bien estructurados por nuestro equipo de trabajo.

VISIÓN

Training powerfit busca prestar un servicio íntegro y especializado a cada uno de los usuarios, contando con materiales de alta calidad y personal profesional que ayudan al proceso de entrenamiento y mejora de calidad de vida . Para el 2023 ser la mejor empresa a nivel nacional.

NOMBRE

El nombre de nuestra empresa es Training Powerfit significa el poder del entrenamiento fitness, lo que queremos transmitir con su nombre, logo y slogan es poder y actitud para que las personas empiecen su proceso de actividad física y de esta manera dar una vista muy amplia y de motivación para que mejoren los hábitos de vida.

Queremos empezar a motivar a las personas para que lleven un estilo de vida saludable y una vida con hábitos de excelencia.

LOGOTIPO:

Nuestro logo busca que las personas que sean parte de nuestros servicios se sientan fuertes, capaces e inspiradas de cambiar su estilo de vida y lo más importante que puedan tener sentido de pertenencia con nuestro centro de entrenamiento.





Rojo: Simboliza la sangre, el fuego, el calor, la revolución, la pasión, la acción y la fuerza. En su tono más puro el rojo expresa sensualidad, virilidad y energía.

Blanco: Está asociado con la paz, la pureza y la limpieza.

Negro: El color negro simboliza protección y comodidad, firmeza, control, formalidad, sofisticación, seducción, misterio, los comienzos y los finales.

SLOGAN: El deporte no construye el carácter, lo revela.

Significa que somos capaces de llegar más allá de lo que nosotros creemos, superarnos a nosotros mismos, con un trabajo duro, disciplina, constancia, amor no solamente en el deporte, si no en la vida, el deporte es el medio para llegar a ser mejores en todas las áreas.

MARCO REFERENCIAL

NORMATIVO

Ley 181 Enero 18 de 1995



Artículo 15. El deporte en general. Es la específica conducta humana caracterizada por una actitud lúdica y de afán competitivo de comprobación o desafío expresada mediante el ejercicio corporal y mental, dentro de disciplinas y normas preestablecidas orientadas a generar valores morales, cívicos y sociales.

Artículo 5° : El aprovechamiento del tiempo libre. Es el uso constructivo que el ser humano hace de él, en beneficio de su enriquecimiento personal y del disfrute de la vida en forma individual o colectiva. Tiene como funciones básicas el descanso, la diversión, el complemento de la formación, la socialización, la creatividad, el desarrollo personal, la liberación en el trabajo y la recuperación psicológica

De esta manera lo que buscamos con Training Powerfit es que las personas encuentren un desarrollo personal tanto a nivel físico, como mental donde potencien su creatividad, recuperación y reconexión con su cuerpo.

Artículo 16: Deporte social comunitario. Al tener sesiones de entrenamiento grupales, generamos esparcimiento y comunidad con las personas que están entrenando con nosotros, generando una integración y participación para el mejoramiento de la calidad de vida.

La Ley 1355 de 2009

Esta Ley nos respalda en generar estrategias de promoción de actividad física que mejoren la calidad de vida y salud de la población expuesta con problemas de sobrepeso y obesidad también las enfermedades crónicas no transmisibles, como una prioridad de salud pública.

Artículo 1. La obesidad como una enfermedad crónica de Salud Pública, la cual es causa directa de enfermedades cardíacas, circulatorias, colesterol alto, estrés, depresión, hipertensión, cáncer, diabetes, artritis, colon, entre otras, todos ellos aumentando considerablemente la tasa de mortalidad de los colombianos.

Artículo 20. Día de lucha saludable contra la obesidad y el sobrepeso y la semana de hábitos de vida saludable. Declárase el 24 de septiembre como el Día Nacional de Lucha



contra la Obesidad y el Sobrepeso y su correspondiente semana como la semana de hábitos de vida saludable

Declaración universal de derechos humanos

Artículo 29. Toda persona tiene deberes respecto a la comunidad, puesto que sólo en ella puede desarrollar libre y plenamente su personalidad.

Artículo 27. Toda persona tiene derecho a tomar parte libremente en la vida cultural de la comunidad, a gozar de las artes y a participar en el progreso científico y en los beneficios que de él resulten.

Con esto lo que buscamos es que las personas creen un lugar donde puedan disfrutar el proceso que se está generando a nivel físico y mental, donde encuentren un grupo de apoyo de personas que tienen los mismos objetivos, aspiraciones, que puedan ser testimonio para otros que con un trabajo duro, disciplina y amor el ser humano puede llegar a donde no se imagina y que nosotros como profesionales en cultura física deporte y recreación podamos ser aquellos que impulsen a soñar y a trabajar buscando siempre el bienestar de las personas.



FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Teniendo en cuenta el objetivo del humanismo que es el desarrollo íntegro del ser humano se busca un fortalecimiento y una mejora de la calidad de vida de los usuarios, por medio de los dos ejes fundamentales de training power fit que son actividad y el ejercicio físico para la salud y de sus planes, los cuales son programados y guiados por profesionales de la facultad de cultura física, deporte y recreación, de la universidad Santo Tomás, quienes tienen como propósito generar hábitos de vida saludables y además darle importancia a la promoción y prevención de la salud.

Según Romero, (s.f) “los valores reflejan la personalidad de los individuos y son la expresión del tono moral, cultural, afectivo y social marcado por la familia, la escuela, las instituciones y la sociedad en que nos ha tocado vivir”. Por ende en training powerfit se basa en algunos de ellos como lo son: la amabilidad, ya que con ella aseguraremos un excelente trato con los usuarios “Podemos pagar un préstamo de oro, pero siempre estaremos en deuda con los que han sido amables con nosotros”.

De igual manera según Romero, (s.f) “Hay valores que permanecen, que no mueren con la persona, y uno de ellos es la amplitud de miras, de quienes con espíritu noble y corazón generoso se aplican a la práctica del bien, intentan mejorar las condiciones de la sociedad y ponen todo su empeño en promover el bienestar de la raza humana” de esta manera los valores que a Training Powerfit va a caracterizar son:

Respeto: para nosotros es importante una comunicación y trato respetuoso por las personas con las que vamos a trabajar y los usuarios que decidan ser parte de nuestros programas de entrenamiento, respetar su cuerpo a la hora de corregir un ejercicio, postura tanto para hombres como mujeres, por parte de todos los entrenadores, asistentes. también respetar el trabajo y los salarios de cada uno de los que trabaje con nosotros.



Lealtad: Buscamos ser leales a nuestros trabajadores y clientes, tener un nivel de compromiso donde todos tengan los mismos propósitos y misión por cumplir que la empresa, en nuestro caso con los clientes buscamos cuidar y velar por la salud de ellos siendo fieles a sus procesos y a sus propósitos y metas por lograr.

Empatía: Queremos que a cada trabajador que llegue podamos ser un equipo donde lo que le pasa a uno nos afecta a todos, tomar una posición comprensiva con otros, de igual manera con las personas que adquieran nuestros servicios ya que cuando comprendemos a otros y le hacemos saber que su salud nos importa las personas se van adherir al ejercicio de una manera más fácil y cómoda.

Confianza: este valor es de suma importancia para nosotros ya que al tratar la salud física de las personas y al conocer su historial clínico queremos que las personas tengan la confianza de hacernos saber cualquier complicación que presenten, asimismo que crean en nuestro trabajo y en el proceso que estamos realizando con ellos, ya que a partir de ahí los hábitos van cambiando, fortaleciendo y motivando a seguir, también con nuestro equipo de trabajo ya que si no hay confianza entre nosotros no podremos mostrar y recibir de la misma.

Responsabilidad Social: al tener un alto índice de contaminación y ver que nuestro planeta está siendo dañado por los humanos, como empresa queremos que todos nuestros materiales, lugares estén libres de contaminación y peligros hacia las personas, el ambiente y los animales, queremos ser una empresa comprometida con el cuidado del medio ambiente.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Al encontrarse con un alto índice de jóvenes y adultos que son sedentarios ocasionando en muchos enfermedades crónicas no transmisibles nace la necesidad de implementar un programa como training powerfit y así generar una adherencia, gusto por el ejercicio físico y concientizar a las personas de la importancia que tiene el ejercicio y ser activo físicamente para tener una calidad de vida saludable.



De esta manera queremos que en este centro de entrenamiento encuentren todas las ayudas tanto en ejercicio, en nutrición para su salud, por esta razón recopilamos la información dada por 6 entrevistas que realizamos a los competidores más fuertes del mercado y así determinar si este proyecto, aporta una exclusividad e innovación para todos estos jóvenes y adultos.

Training Powerfit

Oportunidades	Amenazas
• Alianzas con empresas que puedan aportar mayor reconocimiento. • Mejoramiento de las instalaciones. • Generar gran reconocimiento al ser una empresa diferente	• Se puede generar un crecimiento lento al ser nuevos en el mercado • Alta competencia. • Situación de incertidumbre/ Covid-19.
Fortalezas	Debilidades
• El personal es profesional en cultura física, deporte y recreación. • Exclusividad y diferenciación en los productos que ofrecemos. • propuesta innovadora que genera expectativas al cliente.	• Disponemos de una capacidad financiera menor a la de otras empresas. • No tenemos reconocimiento en el mercado al ser una empresa nueva.

Profesional de la salud Fisioterapeutas Inertial Box

Debilidades	Oportunidades
• No es un área enfocada en actividad física y deporte • No tiene conocimientos para planificar un entrenamiento. • No tiene reconocimiento en el área deportiva	• Puede ganar clientes ya que tiene más experiencia en el área de lesiones. • Tiene reconocimiento ya que es una empresa antigua. • Tiene alianza directa con un gimnasio



Fortalezas	Amenazas
- Atención especializada en recuperación - Se puede encargar y enfocar en personas con lesiones - Ya que trabaja en una oficina de un gimnasio atrae muchos más clientes.	- Tiene buenas competencias que se enfocan en lo mismo. - También cuenta con competencias como centros médicos especializados. - Situación Covid – 19

Caja de compensación Cafam

Debilidades	Oportunidades
- Gran cantidad de personas en los entrenamientos. - Falta de seguimiento a los clientes. - No hay fácil accesibilidad a los servicios.	- Ofrecen varios servicios de entrenamiento y actividad física. - Gran cantidad de recursos dirigidos hacia la publicidad y nuevos clientes. - Buenos recursos para mejoras de instalaciones.
Fortalezas	Amenazas
- Variedad de actividades tanto deportivas como recreativas. - Planes deportivos y de actividad física para toda la familia. - Cuentan con varias sedes en todo Colombia.	- Cuentan con varios espacios deportivos y de entrenamiento físico. - Variedad de sedes en la ciudad y el país. - Mayor apoyo por parte del estado.

Centro medico deportivo Met

Debilidades	Oportunidades
- Falta de estrategias en el área de entrenamiento físico. - Han implementado tantos escenarios de prácticas deportivas pero no los usan. - No tienen personal capacitado o profesional en el área de la cultura física, deporte y recreación.	- Cuentan con grandes contactos y aliados que pueden impulsar el negocio. - Tienen los escenarios ideales para implementar nuevas prácticas. - Los clientes cuentan con los recursos económicos para nuevos planes o proyectos.



Fortalezas	Amenazas
• Tienen una gran experiencia y reputación en el área de rehabilitación deportiva. • Profesionales muy fuertes en la medicina deportiva y la fisioterapia. • Han innovado en los servicios que emplean.	• Al tener más experiencia en el mercado puede resultar difícil competir con ellos. • Mayor reconocimiento y apoyo en el mercado. • Cuentan con mayores recursos económicos.

Conclusiones generales

Aunque con el análisis de los competidores más fuertes en el mercado encontramos una variedad de ventajas frente a ellos, ya que uno de los puntos que más se evidencio en ellos, es que no cuentan con un personal profesional o capacitado en el área del entrenamiento físico y deporte, además si bien están relacionados con nuestra propuesta cada uno aporta a una necesidad diferente e importante en el mercado, uno de los aspectos negativos o que nuestra competencia tiene ventaja es que ya llevan años de experiencia y mayores recursos económicos, sin embargo esto no genera riesgos o poca viabilidad para nuestra propuesta. Por otro lado, tenemos una diferencia grande de precios y planes, en los que pueden acceder cualquier tipo de persona. Una de las principales diferencias es que ellos manejan planes relacionados con entrenamiento y no relacionados con salud, mientras que nosotros manejamos ambos y dentro del plan también cubrimos las asesorías y atenciones médicas o fisioterapeutas.

Training powerfit trae muchas ventajas para los usuarios que quieran ingresar ya sea por salud, por mejora de sus condiciones físicas, o simplemente por generar una adaptación al ejercicio. A diferencia de cualquier otro centro de entrenamiento tenemos un plan general y diseñado por profesionales enfocados en cada persona y su evaluación funcional, es decir planificamos actividad física/entrenamiento para cada una de las personas que ingresen ya sea con cualquier tipo de ECNT o lesión.



CAPÍTULO I: PROPOSICIONES DE VALOR

Estamos desarrollando un servicio personalizado, y grupal para todas la personas que deseen tener nuevos hábitos en su vida que impacten a su salud, física y mental, dirigido también a las personas que presenten enfermedades de base y con este programa generar esas oportunidades para cambiar estilos de vida, mediante el ejercicio físico, mediante diferentes modalidades y prácticas de acuerdo a los gustos de cada uno de los que sean parte de este programa, por lo tanto en nuestra propuesta de valor vamos a plantear y definir cuál es la propuesta diferenciadora que ofreceremos a nuestro mercado objetivo, destacando las variables o características que hacen diferente nuestro servicio. (Vasquez, Elorza y Pinzon, 2016)

Buscamos generar cambios en la calidad de vida mediante el ejercicio físico, a las personas con ECNT y personas aparentemente sanas, ya que hay una gran cantidad de personas con estas condiciones donde se ve afectada su salud física, mental.

Trabajamos garantizando altos estándares de profesionalismo y calidad en cada uno de los servicios que ofrecemos, de igual manera tenemos un amplio portafolio de medios y métodos de entrenamiento para cada una de las poblaciones que se van a impactar, cada día fortalecemos en mayor medida nuestros conocimientos en cuanto a ejercicio y actividad física tanto moderada como vigorosa para así asegurar un excelente servicio a los clientes, siempre priorizando la salud, además contamos con tecnología de punta en cada una de las máquinas y recursos tecnológicos que se tienen, por ende garantizamos un óptimo y excelente servicio con cada uno de los planes que ofrecemos.



De acuerdo a lo mencionado anteriormente nuestra propuesta de valor se basa en la generación de experiencias memorables e inolvidables para cada uno de los usuarios de nuestro gimnasio, ya que las personas en la actualidad desean que en un gimnasio se les atienda de manera personalizada y se tenga en cuenta cada una de sus condiciones y necesidades y por ende garantizar un excelente servicio al cliente.

Se tienen en cuenta dos propuestas de valor fundamentales como lo son: la propuesta de valor de la personalización ya que se adapta un tipo de servicio a cada una de las necesidades y objetivos de los diferentes usuarios y por otra parte la propuesta de valor del diseño ya que, mediante esta creación colectiva se tendrán en cuenta los diferentes puntos de vista y opiniones de cada uno de los foros y talleres que se desarrollen, para así mejorar y destacar cada vez más en cada uno de los servicios que se ofrecen.

algunos de los beneficios que le proporcionamos a nuestros clientes son:

- Planificación y dirección personalizada de acuerdo a sus necesidades
- Su salud está puesta en manos de profesionales
- Precios accesibles a todo tipo de población
- Descuentos para las personas que lleven un proceso mayor a 4 meses.
- Versatilidad en los entrenamientos

CAPÍTULO II: SEGMENTOS DE MERCADO

La segmentación de mercado se entiende como “la manera en que una compañía decide agrupar a los clientes, con base en diferencias importantes de sus necesidades o preferencias, con el propósito de lograr una ventaja competitiva” (Monge, 2010). Por ende se tienen en cuenta diferentes características de la población a impactar.

Nuestros clientes son jóvenes a partir de los 15 años y adultos hasta los 50 años de edad, personas que quieran mejorar su calidad de vida por medio de hábitos de excelencia,



actividad física y entrenamiento. cubriendo diferentes necesidades así como lo es mejorar su salud, bajar de peso, mejorar la capacidad física y su rendimiento siempre con personas especializadas en el área y expertas en actividad física y entrenamiento deportivo.

En nuestro centro de entrenamiento ofrecemos diferentes paquetes dependiendo la población y la razón o situación a trabajar.

Entrenamiento enfocado en acondicionamiento	El acondicionamiento físico es el desarrollo de capacidades condicionales y coordinativas para mejorar el rendimiento físico a través del ejercicio. El acondicionamiento físico es importante, ya que aumenta las capacidades físicas del individuo ayudando a mantener un cuerpo saludable y más fuerte, este tendrá un costo de \$ 160.000
Entrenamiento enfocado en actividad física para bajar de peso.	La actividad física enfocada en bajar de peso debe ser una actividad enfocada y casi que de manera personalizada, por lo tanto requiere de una planificación y organización más estricta. este plan tendrá un costo de \$ 170.000
Entrenamiento enfocado en mejorar ECNT	Las personas con algún tipo de ECNT deben tener un constante seguimiento no solamente de un entrenador deportivo sino también de una persona especializada en salud, es por esto que el training powerfit contará con un personal especializado para brindarle todo tipo de atención. este plan tendrá un precio de \$ 200.000
Entrenamiento enfocado en fortalecimiento y mejora de lesiones.	Tendremos diferentes servicios para las personas que tengan algún tipo de lesión, en este paquete ofreceremos asesorías fisioterapeutas pero al mismo tiempo entrenamientos con nuestro equipo de actividad física para llevar un mejor proceso. este paquete tendrá un precio de \$ 120.000
Entrenamiento actividad física general.	Este es uno de nuestros planes más completos, es un plan de actividad física general es decir contiene un plan riguroso pero al mismo tiempo se divide en diferentes sesiones trabajadas a la necesidad del día a día del usuario y se realizan también trabajos en conjunto. lo cual quiere decir que este plan ya no es personalizado. Este tiene un costo de \$ 140.000



Segmentación geográfica: Los servicios que ofrecerá training powerfit irán dirigidos específicamente a los integrantes de la población colombiana que residan tanto en la ciudad de Bogotá como en el municipio de Sopó Cundinamarca, para así lograr impactar a una gran cantidad de la población.



Segmentación demográfica: La población objetivo, involucra personas desde los 15 años hasta los 50 años, sin importar su cultura religiosa, su orientación sexual, su nivel



educativo, pero sí se tendrá en cuenta un estrato socioeconómico 3 (medio-bajo) en adelante para que pueda acceder con facilidad a los planes propuestos anteriormente.



Segmentación psicográfica: Se tendrán en cuenta aquellas personas que quieran mejorar su condición física y que sean aparentemente sanas o tengan alguna enfermedad crónica no transmisible la cual quieran tratar y lo más importante, que tengan la voluntad de iniciar un proceso de transformación tanto físico como psicológico, enfocado en la salud, teniendo como vehículo el ejercicio y la actividad física para la salud.



CAPÍTULO III: CANALES

Los canales son la forma mediante la cual se establece contacto con los clientes, ya que los canales nos presentaran frente a ellos. Por lo tanto, Training Power Fit cuenta con canales de tipo propio directo, ya que haremos uso de página web y medios físicos como lo son perifoneos, volantes y demás.



Esto con el fin de hacer que nuestros futuros clientes conozcan más de nuestro servicio y les sea más atractivo conocer de él.

1. Canales de Información

En la actualidad existen diferentes medios que nos ayudan a compartir y diversificar la información, es por esto que Training power fit cuenta con diferentes plataformas como lo son Whatsapp, Instagram, página web y Youtube en donde podrán encontrar información, planes, rutinas y demás sobre nuestro centro de entrenamiento.

2. Canales de Evaluación

Una vez finalizado el servicio hacia nuestros clientes se les hará una asistencia por medio de una App donde también de una vez podrán evaluar nuestro servicio y dependiendo también del entrenador que le fue asignado a esa persona.

También podrán evaluar o realizar sugerencias por medio de nuestro centro de entrenamiento de manera física.

3. Compra

Tendremos una oficina ubicada en nuestro centro de entrenamiento para que las personas puedan acercarse y conocer mejor todo lo que tenemos para ofrecerle y hacer la compra de manera presencial. también tendremos una plataforma por whatsapp donde un asesor o entrenador ofrecerá todos los planes que tenemos para las diferentes personas, esto para hacer mas rapida y facil su compra.

4. Entrega

A las personas que hagan la compra por nuestro medio de whatsapp se les enviará una factura digital o un código que será el que les permitirá entrar al centro de entrenamiento y a las personas que hagan la compra presencial se les inscribirá de una vez para que puedan entrar con su código rápidamente al centro de entrenamiento.



Esto con el fin de que las personas no obtengan una factura física y esta esté de mano en mano entre los usuarios y entrenadores del centro de entrenamiento debido a la emergencia sanitaria COVID - 19.

5. **Posventa**

El usuario que haga la compra de nuestro servicio 3 veces consecutivas podrá obtener diferentes beneficios y descuentos en nuestro centro de entrenamiento. esto con el fin de generar una adherencia a la actividad física y a nuestro servicio.

CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

Según los ítems propuestos por el modelo canvas en nuestra empresa manejamos 3 tipos de relaciones con nuestros clientes, tales como la atención personal, atención colectiva y la atención individualizada.

Asistencia personal: se basa en la atención personal a cada usuario que venga a pagar por este servicio, es decir la interacción personal prima individualizando el entrenamiento de cada uno de los integrantes, pero también estableceremos relación en comunidades donde los integrantes si lo desean pueden trabajar en equipo/grupo para mejorar el trabajo y la cohesión de estos. Por ende la propuesta de valor utilizada para esta asistencia personalizada es la personalización ya que se adapta un tipo de servicio a cada una de las necesidades y objetivos de los diferentes usuarios.

Creación colectiva: Teniendo en cuenta este ítem propuesto por el modelo canvas, se realizará una atención colectiva que integre a cierto grupos de personas o comunidad, donde se llevarán a cabo ciertos foros y talleres que ayuden a la integración y a brindar información de manera colectiva y creativa. De Acuerdo a ello se tiene en cuenta la propuesta de valor del diseño ya que, mediante esta creación colectiva se tendrán en cuenta los diferentes puntos de vista y opiniones de cada uno de los foros y talleres que se desarrollen, para así mejorar y destacar cada vez más en cada uno de los servicios que se ofrecerán.



Asistencia individualizada: En este caso se le ofrecerá al cliente la información y la metodología de manera exclusiva, con el objetivo de que el cliente se sienta a gusto con el trabajo propuesto. De igual manera la propuesta de valor utilizada para la asistencia individualizada es la personalización ya que se adapta un tipo de servicio a cada una de las necesidades y objetivos de los diferentes usuarios.

Se tendrá en cuenta el canal web en mayor medida, específicamente la red social instagram, ya que ofrece una estrategia para masificar un producto o servicio, esta herramienta es llamada instagram profesional, con la cual se puede promocionar y dar a conocer en mayor medida este servicio, dando así funciones estratégicas como lo son: hacer promoción de los paquetes que se ofrecen, obtener estadísticas acerca de los seguidores, tener en cuenta una población específica para impactar y además tener formas rápidas de contacto y así aumentar el número de clientes en menor tiempo.

CAPÍTULO V

INGRESOS

Los ingresos provienen de pagos puntuales o periódicos, en el cálculo de estos se debe restar los costos para conocer cuál será la utilidad y rentabilidad de la empresa. (Osterwalder & Pigneur, 2011, p.22). Es por ello que el ecoturismo es una gran fuente de ingresos, pues al pasar de los años ha tenido gran acogida, como lo indica Osorio (2016):

“En la década pasada fue la principal fuente de ingresos a nivel global por encima de la producción de petróleo. Y como actividad social en años recientes, ha impactado a tantas personas en el mundo en igual proporción que la televisión o el internet.” p288.



TABLA PROYECCIÓN VENTAS:

PROYECCIÓN DE VENTAS			
Mes	Variables	Valor	Total Mes
Enero	Número de sucursales Numero de días a laborar Personas a las que se les venderá el producto Número de vendedores Valor promedio de inscripción vendida	2 Sucursales 26 Días 1.144 Personas 10 vendedores, 1 asesor en cada punto de venta \$ 150,000	\$171,600,000.
Febrero	Número de sucursales Numero de días a laborar Personas a las que se les venderá el producto Número de vendedores Valor promedio de inscripción vendida	2 Sucursales 26 Días 1.148 Personas 10 vendedores, 1 asesor en cada punto de venta \$ 150,000	\$172,200,000.
Marzo	Número de sucursales Numero de días a laborar Personas a las que se les venderá el producto Número de vendedores Valor promedio de inscripción vendida	2 Sucursales 26 Días 1.152 Personas 10 vendedores, 1 asesor en cada punto de venta \$ 150,000	\$172,800,000.
Abril	Número de sucursales Numero de días a laborar Personas a las que se les venderá el producto Número de vendedores Valor promedio de inscripción vendida	2 Sucursales 26 Días 1.156 Personas 10 vendedores, 1 asesor en cada punto de venta \$ 150,000	\$173,400,000.



Mayo	Número de sucursales Numero de días a laborar Personas a las que se les venderá el producto Número de vendedores Valor promedio de inscripción vendida	2 Sucursales 26 Días 1.160 Personas 10 vendedores, 1 asesor en cada punto de venta \$ 150,000	\$174,000,000.
Junio	Número de sucursales Numero de días a laborar Personas a las que se les venderá el producto Número de vendedores Valor promedio de inscripción vendida	2 Sucursales 26 Días 1.164 Personas 10 vendedores, 1 asesor en cada punto de venta \$ 150,000	\$174,600,000.
Julio	Número de sucursales Numero de días a laborar Personas a las que se les venderá el producto Número de vendedores Valor promedio de inscripción vendida	2 Sucursales 26 Días 1.168 Personas 10 vendedores, 1 asesor en cada punto de venta \$ 150,000	\$175,200,000.
Agosto	Número de sucursales Numero de días a laborar Personas a las que se les venderá el producto Número de vendedores Valor promedio de inscripción vendida	2 Sucursales 26 Días 1.172 Personas 10 vendedores, 1 asesor en cada punto de venta \$ 150,000	\$175,800,000.



Septiembre	Número de sucursales Numero de días a laborar Personas a las que se les venderá el producto Número de vendedores Valor promedio de inscripción vendida	2 Sucursales 26 Días 1.178 Personas 10 vendedores, 1 asesor en cada punto de venta \$ 150,000	\$176,700,000.
Octubre	Número de sucursales Numero de días a laborar Personas a las que se les venderá el producto Número de vendedores Valor promedio de inscripción vendida	2 Sucursales 26 Días 1.184 Personas 10 vendedores, 1 asesor en cada punto de venta \$ 150,000	\$177,600,000.
Noviembre	Número de sucursales Numero de días a laborar Personas a las que se les venderá el producto Número de vendedores Valor promedio de inscripción vendida	2 Sucursales 26 Días 1.192 Personas 10 vendedores, 1 asesor en cada punto de venta \$ 150,000	\$178,800,000.
Diciembre	Número de sucursales Numero de días a laborar Personas a las que se les venderá el producto Número de vendedores Valor promedio de inscripción vendida	2 Sucursales 26 Días 1.200 Personas 10 vendedores, 1 asesor en cada punto de venta \$ 150,000	\$180,000,000.
	Total Ingresos Anuales		\$2,102,700,000



TABLA INGRESOS:

DETALLE	PERSONAS PROYECTA DAS	VALOR SERVICIO X PERSONA	Proyección de ventas
Plan Diario por 2 Horas	10	\$ 15,000	\$ 150,000
Plan 1 mes - 3 días por Semana	30	\$ 50,000	\$ 1,500,000
Plan 1 mes - Full Time	50	\$ 100,000	\$ 5,000,000
Plan 3 meses - Full Time	50	\$ 300,000	\$ 15,000,000
Plan año Full Time	50	\$ 180,000	\$ 9,000,000
Plan personalizado	10	\$ 30,000	\$ 300,000
Usuarios con alguna ECNT	50	\$ 180,000	\$ 9,000,000
Usuarios que quieran realizar ejercicio o actividad física	50	\$ 160,000	\$ 8,000,000
Usuarios que quieran realizar acondicionam iento físico	20	\$ 130,000	\$ 2,600,000
VALORES POR INSCRIPCIÓN		\$ 1.145.000	\$ 50,550,000



Las ganancias de Training PowerFit se basarán de manera porcentual fija de los ingresos que se obtengan de acuerdo a la venta de cada uno de los servicios, con ello se suplirá el pago de egresos como Arriendo, Servicios, Nómina, Mantenimiento de Máquinas, Servicios de Vigilancia, Seguros y Pólizas, Servicios legales y de representación y Otros gastos. Los precios de los servicios se tienen en cuenta de acuerdo con los precios competitivos. La estrategia para definir el precio de los servicios se da por **cuota de suscripción** debido a que, se basa en la venta de un servicio por medio de suscripciones diarias, mensuales o anuales a cambio del acceso a las instalaciones del gimnasio.

Se maneja fijación de **precios fijos** teniendo en cuenta las características del producto ya que el precio depende de la cantidad y calidad de nuestras propuestas de valor, además de basarse en el segmento de mercado, dado que el precio depende del tipo y las características de cada segmento del mercado.

TABLA EGRESOS

Los ingresos son una manera de dar salida a los recursos con cierto fin, en este caso el fin es generar una salida de dinero para una inversión de training powerfit y cumplir las diferentes necesidades que tiene la empresa.

EGRESOS			
Mes	Nombre del egreso	Valor	Total Mes



Enero	Arriendo. Servicios. Nomina. Mantenimiento de Máquinas. Servicios de Vigilancia. Seguros y Pólizas. Servicios legales y de representación. Otros gastos.	\$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 5,000,000. \$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 500,000. \$ 15,000,000. \$ 2,000,000.	26.500.000
Febrero	Arriendo. Servicios. Nomina. Mantenimiento de Máquinas. Servicios de Vigilancia. Seguros y Pólizas. Servicios legales y de representación. Otros gastos.	\$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 5,000,000. \$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 500,000. \$ 15,000,000. \$ 2,000,000.	26.500.000
Marzo	Arriendo. Servicios. Nomina. Mantenimiento de Máquinas. Servicios de Vigilancia. Seguros y Pólizas. Servicios legales y de representación. Otros gastos.	\$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 5,000,000. \$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 500,000. \$ 15,000,000. \$ 2,000,000.	26.500.000
Abril	Arriendo. Servicios. Nomina. Mantenimiento de Máquinas. Servicios de Vigilancia. Seguros y Pólizas. Servicios legales y de representación. Otros gastos.	\$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 5,000,000. \$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 500,000. \$ 15,000,000. \$ 2,000,000.	26.500.000



Mayo	Arriendo. Servicios. Nomina. Mantenimiento de Máquinas. Servicios de Vigilancia. Seguros y Pólizas. Servicios legales y de representación. Otros gastos.	\$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 5,000,000. \$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 500,000. \$ 15,000,000. \$ 2,000,000.	26.500.000
Junio	Arriendo. Servicios. Nomina. Mantenimiento de Máquinas. Servicios de Vigilancia. Seguros y Pólizas. Servicios legales y de representación. Otros gastos.	\$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 5,000,000. \$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 500,000. \$ 15,000,000. \$ 2,000,000.	26.500.000
Julio	Arriendo. Servicios. Nomina. Mantenimiento de Máquinas. Servicios de Vigilancia. Seguros y Pólizas. Servicios legales y de representación. Otros gastos.	\$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 5,000,000. \$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 500,000. \$ 15,000,000. \$ 2,000,000.	26.500.000
Agosto	Arriendo. Servicios. Nomina. Mantenimiento de Máquinas. Servicios de Vigilancia. Seguros y Pólizas. Servicios legales y de representación. Otros gastos.	\$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 5,000,000. \$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 500,000. \$ 15,000,000. \$ 2,000,000.	26.500.000



Septiembre	Arriendo. Servicios. Nomina. Mantenimiento de Máquinas. Servicios de Vigilancia. Seguros y Pólizas. Servicios legales y de representación. Otros gastos.	\$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 5,000,000. \$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 500,000. \$ 15,000,000. \$ 2,000,000.	26.500.000
Octubre	Arriendo. Servicios. Nomina. Mantenimiento de Máquinas. Servicios de Vigilancia. Seguros y Pólizas. Servicios legales y de representación. Otros gastos.	\$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 5,000,000. \$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 500,000. \$ 15,000,000. \$ 2,000,000.	26.500.000
Noviembre	Arriendo. Servicios. Nomina. Mantenimiento de Máquinas. Servicios de Vigilancia. Seguros y Pólizas. Servicios legales y de representación. Otros gastos.	\$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 5,000,000. \$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 500,000. \$ 15,000,000. \$ 2,000,000.	26.500.000
Diciembre	Arriendo. Servicios. Nomina. Mantenimiento de Máquinas. Servicios de Vigilancia. Seguros y Pólizas. Servicios legales y de representación. Otros gastos.	\$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 5,000,000. \$ 1,000,000. \$ 1,000,000. \$ 500,000. \$ 15,000,000. \$ 2,000,000.	26.500.000
	Total Gastos Anuales		\$ 318,000,000



CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES

Los recursos claves consisten en los activos o materiales que permiten a Training Powerfit, desenvolverse y lograr los objetivos planteados, para así adquirir un posicionamiento en el mercado, tal como no lo indican Magallanes y Antonio (2021) “los recursos claves permiten a la idea de negocio tener una clara ventaja sobre su competencia debido a que parte bien organizada por ende prioriza las actividades que generan valor a la empresa y dejan a un lado las actividades innecesarias que no contribuyen al desarrollo de la organización, así evita estar saturados por actividades y tener recursos en exceso” (p. 11).

Recursos físicos:

En los recursos físicos encontramos todo lo que se relaciona a espacios de la empresa, es decir todos los implementos que contribuyen a tener una buena locación y cumplir con todos los espacios necesarios del centro de entrenamiento así como también todo lo que tiene que ver con inmuebles.

RECURSOS FÍSICOS				
Nombre del recurso	Cantidad	Valor Un.	Valor total	Características
Tapetes	3	150.000	450000	Fitness Mat son la solución perfecta para cubrir toda un área determinada con un piso que guardará la integridad de tu infraestructura de los golpes y movimientos bruscos provenientes de aparatos para gimnasio.
Piso de levanta	10	60.000	600000	El piso ideal para el ejercicio de alto impacto y de pesas libres. En el momento en que caiga una barra



miento				con mucho peso no afecta el suelo
Espejos	5	100.000	500000	Los espejos darán más iluminación al centro de acondicionamiento así como también por medio de ellos podremos hacer que los usuarios vean cómo realizan el ejercicio y poder corregirse. también por estética.
Baños	4	600.000	2400000	Tendremos cuatro baños disponibles al lado de los lockers para las necesidades de los usuarios así como también para que tengan un lugar donde cambiarse y alistarse para la rutina del día.
Luz /Lámparas	6	55.600	333600	Las lámparas serán puestas en el techo del centro ya que será un lugar cerrado y la luz del día no alcanza a llegar tan bien.
Lockers x12	2	975.000	1950000	Tendremos 2 lockers cada uno contiene 12 gavetas para que los usuarios tengan un lugar seguro donde dejar sus cosas y cada uno llevará su candado correspondiente.

Recursos Tecnológicos:

En este tipo de recursos encontramos todos los recursos que nos van a ayudar y van a contribuir a una mejor organización en el centro de entrenamiento, así como también encontraremos herramientas que nos van a servir como medio de comunicación y organización de la empresa.

RECURSOS TECNOLÓGICOS				
Nombre del recurso	Cantidad	Valor Un.	Valor total	Características



Parlante musica	1	690.000	690000	El parlante será usado para poner música en todo el centro de acondicionamiento, es por esto que debe ser un parlante grande y de buena calidad.
Computadores portátiles	2	1.680.000	3360000	Los computadores serán usados, uno para el ingreso de las personas en la entrada y llevar la asistencia y su plan diario y el otro para llevar el proceso de cada atleta.
Celulares	2	800.000	1600000	Los dos celulares darán uso en el agendamiento de las rutinas o clases de entrenamientos. es decir uno se le dará uso en whatsapp y el otro se le dará uso en todo lo que tiene que ver con llamadas telefónicas, por este medio también haremos la publicidad y el uso de redes sociales y también llevaremos el seguimiento.
Cronómetro	4	50.000	200000	Los cronómetros serán utilizados por los entrenadores, cada vez que el atleta o el alumno requiera hacer una rutina que necesite ser guiada y controlada por tiempo.
Temporizador Digital	1	553.000	553000	El temporizador digital será usado de manera general, cuando las personas trabajen en equipo, cuando las personas requieran la hora o sea un entrenamiento grupal por tiempo.



Recursos humanos:

En los recursos humanos encontraremos a todo nuestro personal calificado y especializado para cumplir con cada una de sus actividades, teniendo en cuenta que todos son profesionales y tienen diferentes habilidades que complementan nuestro centro de entrenamiento.

RECURSOS TALENTO HUMANO					
Nombre del recurso		Cantidad	Valor Un.	Valor total	Características
Entrenadores deportivos		4	1.200.000	4800000	Poder desarrollar iniciativas en función de mejorar todo el proceso pedagógico y de preparación deportiva de los atletas. Tener conocimientos y habilidades pedagógicas profesionales que lo lleven a que su atleta o equipo, alcancen el mayor resultado deportivo de acuerdo con la etapa dada.
Fisioterapeuta		1	1.000.000	1000000	Establecer un diagnóstico basado en la funcionalidad, así como diseñar e implantar programas de ejercicios o aplicación de modalidades terapéuticas para mejorar el movimiento y la fuerza muscular optimizando la calidad de vida, se complementa con otras áreas de la salud.
Auxiliar enfermería		1	908.526	908526	Su labor consiste en prestar cuidados básicos al paciente, en aspectos relacionados con la alimentación, el aseo y la movilidad, así como colaborar con enfermeras, médicos y otros profesionales sanitarios en sus tareas.



Recursos Técnicos:

En los recursos técnicos encontraremos todos los implementos necesarios para complementar nuestro centro de entrenamiento, como máquinas y equipos para realizar ,las diferentes actividades y teniendo en cuenta también la comodidad y el uso de cada uno de nuestros usuarios.

RECURSOS TECNICOS				
Nombre del recurso	Cantidad	Valor Un.	Valor total	Características
Caminadoras	10	1.500.000	1500000	Una cinta de correr, cinta ergométrica, caminadora de banda o máquina de caminar es una máquina para entrenamiento físico que puede funcionar mediante propulsión eléctrica o manual, y que sirve para correr o andar sin moverse de un mismo sitio.
Barras de levantamiento	15	300.000	4500000	La barra de levantamiento consiste en una barra de acero que permite poner una cantidad de discos para hacer diferentes tipos de ejercicios con un buen apoyo.
Discos de levantamiento	30	310.000	9300000	Están hechos para lanzarse desde arriba, para golpear el suelo y para cualquier otro tipo de levantamiento olímpico que se realizan en las competiciones.
Balones medicinales	10	103.000	1030000	Un balón medicinal es un balón esférico de cuero, goma o plástico, de diámetro variable (aproximadamente el diámetro de los hombros) y con pesos a partir de 1 kg.
Mancuernas	20	80.000	1600000	Es una pieza de equipamiento utilizada en el entrenamiento con pesas, es un tipo de peso libre. Pueden utilizarse individualmente o



				por parejas (una en cada mano).
Banco de pesas	3	500.00 0	150000 0	Es una pieza de equipo que tiene un parecido a un banquillo o banco urbano, pero está diseñado para su uso en el entrenamiento con pesas
Cajones BOX JUMP	10	700.00 0	700000 0	También conocido como cajón pliométrico de salto, construido para un entrenamiento seguro, eficaz y pliométrico a cualquier nivel de habilidad
Seguros de barra	15	24.000	360000	Son dos piezas que van al lado de la barra cuando contiene discos, sirven para que no se caigan.
Bandas elásticas	10	40.000	400000	Son un elemento para el entrenamiento físico, de forma alargada y fabricadas con un material elástico, generalmente látex o caucho, aunque también pueden ser de tela
Lazos	10	10.000	100000	Garantiza la mayor eficiencia en todo tipo de saltos. Al ser muy ligera, esta cuerda nos permite adquirir una gran velocidad de salto y, por tanto, favorece el esfuerzo cardiovascular y la quema de calorías.
Cuerda	3	139.00 0	417000	Es un tipo de cuerda fabricada con un núcleo interior protegido por una funda exterior tejida, que está diseñada para optimizar la resistencia, la durabilidad y la flexibilidad.
Kettlebells	10	120.00 0	120000 0	Es una pesa tradicional que consiste de una bola de hierro fundido, semejante a una bala de cañón con un asa.
Fitball	4	35.000	140000	Es una pelota especialmente diseñada para el entrenamiento físico, pero también para fisioterapia, gimnasia, pilates, rehabilitación
Sand bag	5	229.00 0	114500 0	Un balón lleno de arena para modificarlo en caso de pesas y funcional.
TRX	5	150.00 0	750000	Es un sistema de entrenamiento basado en la realización de ejercicios en suspensión, donde en las actividades que desempeña el deportista, las manos o los pies se encuentran sostenidos en un punto de anclaje mientras que la otra parte del



				cuerpo está apoyada en el suelo.
Anillas	3	266.00 0	798000	Son una de las disciplinas o aparatos que conforman el circuito de gimnasia artística y sirven también para entrenamiento funcional.
Step	10	100.00 0	100000 0	El step es una actividad física variante del aeróbic que consiste en la realización de una secuencia de ejercicios sobre un escalón, denominado step

CAPÍTULO VII: ASOCIACIONES CLAVES

En este capítulo se mostrarán las diferentes alianzas que establece el centro deportivo con las diferentes empresas, esto para un mejor funcionamiento del centro deportivo, atraer más clientes solucionar problemas que no estén dentro de nuestro alcance o imprevistos y generar mayor ingresos.

Por lo tanto, Training powerfit contará con diferentes asociaciones la primera de ellas será con empresas de competencia donde realizaremos alianzas temporales que nos permitan darnos a conocer pero también definir especificaciones técnicas que tenemos en común.

<u>Empresa</u>	<u>Tipo de alianza</u>	<u>Beneficios</u>	<u>Razón de la asociación</u>
Fisioterapia org S.A.S Bogota	Permanente	Descuentos para los usuarios del centro de entrenamiento.	Ya que son una empresa constituida nos pueden ayudar al momento de que un usuario tenga algún tipo de lesión que no se pueda manejar en el centro de entrenamiento.
Inertial Center	Temporal	Variedad en la	Ya que es un Box de crossfit



Box		programación de entrenamientos de crossfit..	podríamos intercambiar planes y programación de entrenamientos funcionales con entrenamientos de crossfit.
-----	--	--	--

Por consiguiente, Training powerfit también cuenta con otro tipo de asociación que es relaciones de comprador- proveedor para asegurar todo tipo de materiales y suministros que requiera el centro de entrenamiento. Esta alianza es muy importante ya que el centro de entrenamiento requiere muchos materiales y algunos muy costosos y con esta alianza tendríamos todo lo que se pueda requerir a la mano.

<u>Empresa</u>	<u>Tipo de alianza</u>	<u>Beneficios</u>	<u>Razón de la asociación</u>
Lycan	Permanente	Variedad en productos de entrenamiento, especialmente discos y barras.	Cómo está constituida como una empresa grande de discos y barras, nos puede suplir en este tipo de equipos.
Sport Fitness	Permanente	Gran cantidad de productos para entrenamiento funcional.	Esta empresa nos puede ayudar en el momento en que necesitemos implementos deportivos en mayor cantidad, como por ejemplo para una actividad o competencia.



CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

Training Powerfit presenta diferentes actividades y servicios para sus usuarios, este centro deportivo se caracteriza por encontrarse en la categoría de actividades de solución de problemas. debido a que aquí trabajamos y nos enfocamos en la mejora de calidad de vida de todas las personas que quieran ingresar.

Este centro de entrenamiento se caracteriza por presentar diferentes planes y actividades buscando la mejora de habilidades, capacidades, rendimiento físico y hábitos saludables, las actividades están enfocadas en las diferentes características de cada persona.

Actividad	Responsables	Duración	Actividad
Clases de crossfit	Profesionales en CFDR	2 horas	
Clases de entrenamiento funcional	Profesionales en CFDR	2 horas	
Sesiones de balance y cuidado físico/deportivo	Profesionales en CFDR y fisioterapeuta	1 hora teórica 1 hora práctica	
Entrenamiento especial ECNT	Profesionales en CFDR y auxiliar de enfermería	1 hora y 30 minutos	



Clase de zumba y aerobics.	Profesionales en CFDR	2 Horas	
-----------------------------------	-----------------------	---------	---

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

La estructura de costos según Montoya, Bolaños y Silva (2016) se refiere al conjunto de gastos que se relacionan con los elementos claves y que a su vez son necesarios para la realización de la propuesta de valor. Por lo tanto lo que trainig powerfit busca con la estructura de costos es determinar los costos más importantes involucrados en nuestra empresa y esta estructura nos servirá como herramienta ya que es un apoyo en la administración al momento de fijar precios, controlar los recursos y la debida toma de decisiones.

ESTRUCTURA DE COSTOS			
Elemento	Costos Fijos	Costos Variables	Valor
Nomina	x		6.708.526
Arriendo	x		1.000.000
Servicios	x		1.000.000
Servicio de vigilancia	x		1.000.000
Seguros y pólizas	x		500.000
Servicios legales y de representación	x		15.000.000
Mantenimiento Máquinas	x		1.000.000
Programador de Software		x	700.000
Recusos Tecnicos		x	46.240.000
Recursos Tecnológicos		x	6.353.000
Recursos Físicos		x	3.500.000



Total	26.208.526	56.793.000	83.001.526
--------------	-------------------	-------------------	-------------------

Costos fijos: Según Torres, A. (1996) “son aquellos costos que no son sensibles a pequeños cambios en los niveles de actividad, sino que permanecen invariables ante esos cambios”. Para los costos fijos tenemos los sueldos, servicios públicos, cargo básico de telefonía e internet entre otros.

COSTOS FIJOS				
COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS FIJOS PROM.
F1	ADMINISTRADOR FUNDADOR	\$1,000,000	1	\$1,000,000
F2	ADMINISTRADOR FUNDADOR	\$1,000,000	1	\$1,000,000
F3	PROFESIONAL EN CULTURA FÍSICA	\$1,000,000	1	\$1,000,000
F4	PROFESIONAL EN CULTURA FÍSICA	\$1,000,000	1	\$1,000,000
F5	PROFESIONAL EN CULTURA FÍSICA	\$1,000,000	1	\$1,000,000
F6	PROFESIONAL EN CULTURA FÍSICA	\$1,000,000	1	\$1,000,000
F7	FISIOTERAPEUTA	\$1,000,000	1	\$1,000,000
F8	AUX. DE ENFERMERÍA	\$900,000	1	\$900,000
F9	SECRETARIA (1 PAX)	\$700,000	1	\$700,000
F10	PROGRAMADOR DE SOFTWARE	\$700,000	1	\$700,000
F11	RED WIFI Y TELEFONÍA (MENSUAL)	\$1,300,000	1	\$1,300,000
F12	ARRIENDO SEDE	\$1,000,000	1	\$1,000,000
F13	SERVICIOS PÚBLICOS (AGUA Y ENERGÍA)	\$1,000,000	1	\$1,000,000



F14	MANTENIMIENTO MÁQUINAS	\$1,000,000	1	\$1,000,000
F14	SERVICIO DE VIGILANCIA	\$1,000,000	1	\$1,000,000
F14	SEGUROS Y PÓLIZAS	\$500,000	1	\$500,000
F14	SERVICIOS LEGALES Y DE REPRESENTACIÓN	\$15,000,000	1	\$15,000,000
F14	OTROS GASTOS	\$2,000,000	1	\$2,000,000
			TOTAL COSTOS FIJOS	\$32,100,000

Costos variables: Según Palacios (2016) “Los costos variables son aquellos que son necesarios para la producción o prestación de servicio pero fluctúan en relación al aumento o disminución del giro del negocio. Es decir, si el volumen de la actividad aumenta en un 8%. El costo también aumenta en un 8%”. (p. 17).

COSTOS VARIABLES				
COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS VARIABLES PROM.
V1	AUX. DE ENFERMERA	\$ 908.526	1	\$ 908.526
V2	FISIOTERAPEUTA	\$ 1,000,000	1	\$ 1,000,000
V3	COMPUTADORES PORTÁTILES (2)	\$ 1,680,000	1	\$ 1,680,000
V4	CELULARES (2)	\$ 800,000	1	\$ 800,000
V5	TELEVISOR (3)	\$ 4,500,000	1	\$4,500,000
V6	BALONES MEDICINALES (10)	\$ 1,030,000		\$ 1,030,000
V7	MANCUERNAS (20)	\$ 1,600,000		\$ 1,600,000



V8	BANCOS PESAS (3)	\$ 1,500,000		\$ 1,500,000
V9	CAJONES BOX JUMP (10)	\$ 7,000,000		\$ 7,000,000
V10	SEGUROS BARRAS (15)	\$ 360,000		\$ 360,000
V11	BANDAS ELASTICAS (10)	\$ 400,000		\$ 400,000
V12	LAZOS (10)	\$ 100,000		\$ 100,000
V13	CUERDA (3)	\$ 417,000		\$ 417,000
V14	KETTLEBELLS (10)	\$ 1,200,000		\$ 1,200,000
V15	FITBALLS (4)	\$ 140,000		\$ 140,000
V16	SAND BAGS (5)	\$ 1,145,000		\$ 1,145,000
V17	CAMINADORAS (10)	\$ 15,000,000		\$ 15,000,000
V18	BARRAS DE LEVANTAMIENTO (15)	\$ 4,500,000		\$ 4,500,000
V19	DISCOS DE LEVANTAMIENTO (30)	\$ 9,300,000		\$ 9,300,000
V20	TRX (5)	\$ 750,000	1	\$ 750,000
V21	ANILLAS (3)	\$ 798,000	1	\$ 798,000
V22	STEPS (10)	\$ 1,000,000		\$ 1,000,000
V23	IMPREVISTOS	\$ 500,000.00	1	\$500,000
			TOTAL COSTOS VARIABLES	\$55,700,526

Costo variable unitario: Esto hace referencia directamente a cada unidad de producto/servicio vendida es decir la sumatoria de los componentes unitarios que la constituyen, en el caso de este proyecto seria el costo por el uso del centro de actividad y ejercicio físico, teniendo derecho a las diferentes áreas y servicios de entrenamiento y acondicionamiento.

Costo variable Unitario	Vr. Costos Variables	\$55,700,526	\$ 168.787
	No. personas proyectadas	330	



	Iniciales		
--	-----------	--	--

Punto de equilibrio: Según (Ibargüen y Cortés, 2012) “El punto de equilibrio permite determinar el momento en el cual las ventas cubrirán exactamente los costos, expresándose en valores porcentuales y/o unidades” (p. 199). De esta forma podremos extraer la cantidad de personas o servicios que debemos brindar para tener una base mensual de ventas.

Punto de Equilibrio	Costos Fijos Totales
	Precio Unitario - Costo Variable Unitario

Costo variable Unitario	Vr. Costos Variables	\$55,700,526	\$ 168.787
	No. personas proyectadas Iniciales	330	

Punto de equilibrio	\$32,100,000 (Costos fijos)	
	\$1,145,000 (Valor proyectado servicio)	\$ 168.787 (costo variable)

PE	
PE	33 Personas



Como se tenía dispuesto el punto de equilibrio que se proyecta a 33 personas inicialmente, por lo tanto el resultado obtenido en la fórmula que se realizó en las tablas anteriores está por debajo del que se establece en esta, se reflejan 33 personas a quienes se puede prestar el servicio para que así no se generen pérdidas iniciales.

Valor de equilibrio: Para que el proyecto training powerfit funcione de la mejor manera y sea rentable, los servicios que se prestan en este gimnasio, deben cumplir una meta determinada dentro del período de un mes con una cifra mínima de \$ 37.785.275, asegurando así que no habrá pérdidas.

Punto de Equilibrio * Precio Unitario
33 Personas * \$1,145,000
\$ 37.785.275

CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

Flujo de caja: El flujo de caja es aquel estado de resultados proyectados y por lo tanto mediante él se determina la evaluación económica de la inversión (Rubio, 2008). Para el caso del presente proyecto se va a trabajar con un estado de resultados con inflación, sin financiamiento y con una venta constante durante los primeros 2 años.

Tabla no. 10 flujo de caja simple Training Powerfit					
Ítem	Mes	Ingreso	Egreso	Saldo	Característica



1	Enero	\$ 171,600,000.	26.500.000	\$ 145,100,000	1.ingresos: se incluyen ventas de cada uno de los servicios 2. egresos: se incluye todos los recurso humanos, recursos técnicos, recursos físicos (anuales) y recursos tecnológicos
2	Febrero	\$ 172,200,000.	26.500.000	\$ 145,700,000	1.ingresos: se incluyen ventas de cada uno de los servicios 2. egresos: se incluye todos los recurso humanos, recursos técnicos, recursos físicos (anuales) y recursos tecnológicos
3	Marzo	\$ 172,800,000.	26.500.000	\$ 146,300,000	1.ingresos: se incluyen ventas de cada uno de los servicios 2. egresos: se incluye todos los recurso humanos, recursos técnicos, recursos físicos (anuales) y recursos tecnológicos



4	Abril	\$ 173,400,000.	26.500.000	\$ 146,900,000	1.ingresos: se incluyen ventas de cada uno de los servicios 2. egresos: se incluye todos los recurso humanos, recursos técnicos, recursos físicos (anuales) y recursos tecnológicos
5	Mayo	\$ 174,000,000.	26.500.000	\$ 147,500,000	1.ingresos: se incluyen ventas de cada uno de los servicios 2. egresos: se incluye todos los recurso humanos, recursos técnicos, recursos físicos (anuales) y recursos tecnológicos
6	Junio	\$ 174,600,000.	26.500.000	\$ 148,100,000	1.ingresos: se incluyen ventas de cada uno de los servicios 2. egresos: se incluye todos los recurso humanos, recursos técnicos, recursos físicos (anuales) y recursos tecnológicos



7	Julio	\$ 175,200,000.	26.500.000	\$ 148,700,000	1.ingresos: se incluyen ventas de cada uno de los servicios 2. egresos: se incluye todos los recurso humanos, recursos técnicos, recursos físicos (anuales) y recursos tecnológicos
8	Agosto	\$ 175,800,000.	26.500.000	\$ 149,300,000	1.ingresos: se incluyen ventas de cada uno de los servicios 2. egresos: se incluye todos los recurso humanos, recursos técnicos, recursos físicos (anuales) y recursos tecnológicos
9	Septiembre	\$ 176,700,000.	26.500.000	\$ 150,200,000	1.ingresos: se incluyen ventas de cada uno de los servicios 2. egresos: se incluye todos los recurso humanos, recursos técnicos, recursos físicos (anuales) y recursos tecnológicos



10	Octubre	\$ 177,600,000.	26.500.000	\$ 151,100,000	1.ingresos: se incluyen ventas de cada uno de los servicios 2. egresos: se incluye todos los recurso humanos, recursos técnicos, recursos físicos (anuales) y recursos tecnológicos
11	Noviembre	\$ 178,800,000.	26.500.000	\$ 152,300,000	1.ingresos: se incluyen ventas de cada uno de los servicios 2. egresos: se incluye todos los recurso humanos, recursos técnicos, recursos físicos (anuales) y recursos tecnológicos
12	Diciembre	\$ 180,000,000.	26.500.000	\$ 153,500,000	1.ingresos: se incluyen ventas de cada uno de los servicios 2. egresos: se incluye todos los recurso humanos, recursos técnicos, recursos físicos (anuales) y recursos tecnológicos
	saldos	\$2,102,700,000	\$ 318,000,000	\$ 1,784,700,000	



En el caso de la evaluación financiera para este proyecto se tiene en cuenta la VPN (VALOR PRESENTE NETO), la TIR (TASA INTERNA DE RETORNO) con la finalidad de poder así analizar la viabilidad financiera del proyecto.

No	Producto/servicio	Precio prom.	Servicios prom por persona.	Ingresos promedio mensual
1	Plan Diario x 2 Horas	\$ 15,000	10	\$150,000
2	Plan 1 mes - 3 días x Semana	\$ 50,000	30	\$1,500,000
3	Plan 1 mes - Full Time	\$ 100,000	50	\$5,000,000
4	Plan 3 meses - Full Time	\$ 300,000	50	\$15,300,000
5	Plan año Full Time	\$ 180,000	50	\$9,000,000
6	Plan personalizado	\$ 30,000	20	\$600,000
7	Usuarios con alguna ECNT	\$ 180,000	50	\$9,000,000
8	Rumba aeróbica	\$ 30,000	50	\$1,500,000
9	Usuarios que quieran realizar ejercicio o actividad fisica	\$ 160,000	50	\$8,000,000
10	Usuarios que quieran realizar acondicionamiento físico	\$ 130,000	20	\$2,600,000



11	Valor 10% ganancia sobre servicios por persona	\$ 5,055,000	1	\$ 5,055,000
		TOTAL INGRESOS		\$57,705,000

Flujo de ingresos anuales 1er año: \$57,705,000 * 12 meses = **\$692.460.000** ingresos anuales.

Inversión inicial: La empresa Training Powerfit contará con una inversión inicial de \$46.795.126. La primera inversión la cubrirá la misma empresa Training Powerfit y será correspondiente al primer pago de los recursos humanos, recursos físicos y tecnológicos.

Inflación del año anterior: Coteria, E. B. (2008) Afirman que “En diciembre de 2020 la variación anual del IPC fue 1,61%, es decir, 2,19 puntos porcentuales menor que la reportada en el mismo periodo del año anterior, cuando fue de 3,80%”.

Colombia es un país en el cual, la tendencia de los gimnasios ha venido incrementando notablemente con la llegada de nuevas empresas internacionales, las cuales se enfocan en gran medida en suplir la necesidad de las personas por lucir un cuerpo “bonito” y en los últimos tiempos con más investigaciones y estudios se ha garantizado y se ha dado importancia a entrenar para evitar sufrir alguna de las enfermedades crónicas no transmisibles. De parte de Training Powerfit se quiere impactar en gran medida a las personas al entrenar por su salud. En Colombia el culto al cuerpo y a la belleza como algo esencial al ser humano, empezó a abrirse paso de forma débil y paulatina, especialmente hacia finales de los 90s y tomó fuerza desde principios del nuevo siglo, induciendo a los jóvenes colombianos a volcarse en masa hacia los gimnasios. Sin embargo, si bien es cierto que esa mirada sigue siendo válida, la tendencia creciente de ocuparse por la salud de las personas condujo a la introducción de un nuevo concepto denominado Wellness.



Tabla inflación y crecimiento:

<u>FLUJO DE INGRESOS</u> <u>TRAINING POWERFIT</u>		<u>FLUJO DE EGRESOS</u> <u>TRAINING POWERFIT</u>		<u>FLUJO DE EFECTIVO</u> <u>TRAINING POWERFIT</u>	
Inflación= 4% Crecimiento en ventas=10%		Inflación= 4% Crecimiento de egresos= 7%			
	A		B		A-B
AÑO	VALOR	AÑO	VALOR	AÑO	VALOR
1	\$ 692.460.000	1	\$ 564,000,000	1	\$ 128,460,000
2	\$ 752,460,000	2	\$ 612,076,736	2	\$ 140,383,264
TOTAL	\$ 1,444,920,000	TOTAL	\$ 1,176,076,736	TOTAL	\$ 268,843,264

Valor presente neto (VPN): Una vez calculada la VPN en **\$222,048,138** y al ser este un valor superior a 0, indica que el proyecto puede ser aceptado ya que la inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad que se exige. A continuación se expresa la tabla que indica el proceso para calcular el (VPN)

<u>Formulación de datos vpn (valor presente neto)</u>	
F1= año 1	\$ 128,460,000
F2= año 2	\$ 140,383,264
N=	2 años
I=	0%
Inv0= inversión inicial	\$46.795.126

Vpn (valor presente neto)	
Vr total flujo efectivo neto	\$ 268,843,264



menos vr inversión inicial	\$46.795.126
Vpn	\$222,048,138

Tasa Interna de Retorno (TIR) y Retorno de la Inversión (RI): Efectivamente, como lo confirman Altuve, J. G. (2004) “se trata de actualizar una corriente de ingresos (flujos netos esperados) al momento cero o inicial de la inversión, y compararla con el valor actual de una corriente de egresos (volumen de inversión en ese momento)”. Teniendo en cuenta que la tasa interna de retorno es aquella con la cual el (VPN) es igual a 0, se utiliza como el indicador de la rentabilidad de un proyecto, para este caso se calculó mediante la fórmula de manera manual al solo ser 2 años los que se tuvieron en cuenta.

Años proyectados	RI
año1	\$ 128,460,000
año2	\$ 140,383,264

	Segundo año	Primer año
TIR	142,99%	31,61%

	$(Inv0 \geq RI)$	/#meses	
RI	\$ 140,383,264	/24 meses	5.849.302.66



RI=	\$ 46.795.126 Inv inicial =	8.000120	RI =6 Meses
	5.849.302.66		

Por lo tanto a modo de interpretación se puede entender que la rentabilidad o tasa real que es aquella que va a proporcionar este proyecto es de **8.00 %**, para el primer año, lo cual tiene un gran valor y por ende un alto beneficio. Así mismo el retorno de la inversión se dara en un aproximado de cuatro meses.



LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO





REFERENCIAS

- Altuve, J. G. (2004). El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión. *Actualidad contable FACES*, 7(9), 7-17.
- Cotera, E. B. (2008). Historia empresarial colombiana Bodytech. *Revista Escuela de Administración de Negocios*, (62), 155-167.
- Departamento Administrativo Nacional de Estadística (2021). Comunicado de prensa Índice de Precios al Consumidor (IPC). Bogotá D.C. Recuperado de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/ipc/cp_ipc_dic20.pdf
- Ibargüen, C. E. C., & Cortés, J. A. Z. (2012). Análisis de costos variables logísticos para Pymes. *Escenarios: empresa y territorio*, 1(1). Recuperado de <https://revistas.esumer.edu.co/index.php/escenarios/article/view/110>
- Magallanes, A., & Antonio, A. (2021). *Recursos claves y actividades claves para la idea de negocio Bike and Comfort provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, año 2021* (Bachelor's thesis, La Libertad: Universidad Estatal Península de Santa Elena, 2021). Recuperado de <https://repositorio.upse.edu.ec/handle/46000/6133>
- Monge, E. C. (2010). Las estrategias competitivas y su importancia en la buena gestión de las empresas. *Revista de Ciencias Económicas*, 28(1). Recuperado de <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/economicas/article/view/7073>
- Montoya, J. C., Bolaños, H. H., & Silva, A. C. (2016). Aplicación del Modelo Canvas para el mejoramiento administrativo de una comercializadora de lubricantes para automotores. *Documentos de Trabajo ECACEN*, (2). Recuperado de <http://hemeroteca.unad.edu.co/index.php/working/article/view/1914>
- Osorio, J. A. O. (2016). La aventura del turismo; revivificando la cultura a través del turismo y el patrimonio. *International journal of scientific management and tourism*, 2(2), 285-295. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?Codigo=5665886>.



Osterwalder, A., Pigneur, Y., Oliveira, MAY y Ferreira, JJP (2011). Generación de modelos de negocio: un manual para visionarios, revolucionarios y desafiantes. *Revista africana de gestión empresarial*, 5 (7), 22-30. Recuperado de <https://www.academia.edu/download/33336102/BMG.pdf>

Palacios Morales, J. A. (2016). *Los costos variables y su incidencia en el margen de contribución* (Bachelor's thesis, Guayaquil: ULVR, 2016.). Recuperado de <http://repositorio.ulvr.edu.ec/handle/44000/1559>

Romero, L. E. P. (s/f). Bernabé Tierno Valores Humanos Bernabé Tierno Valores humanos. Cloudfront.net. Recuperado el 3 de septiembre de 2021, de https://www.academia.edu/14254636/Bernab%C3%A9_Tierno_Valores_Humanos_Bernab%C3%A9_Tierno_Valores_humanos

Rubio Urrelo, D. (2008). Proyección del flujo de caja financiero. In *Manual de emprendedores: emprendedores formando emprendedores*. Universidad San Ignacio de Loyola. Recuperado de: <http://repositorio.usil.edu.pe/handle/123456789/1418>

Torres, S. A. (1996). Contabilidad de costos. Recuperado de http://jotvirtual.ucoz.es/COSTOS/LA_CONTABILIDAD_DE_COSTOS.pdf

Vázquez, J. M. S., Elorza, M. L. V., & Pinzón, P. A. (2016). Balanced scorecard para emprendedores: desde el modelo canvas al cuadro de mando integral. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y reflexión*, 24(1), 37-47. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/909/90943602004.pdf>

