



## **SWIMMING AND HEALTH**

Trabajo de grado

Creación de empresas

### **Estudiantes:**

Juan Pablo Díaz Rosas

Camilo Andres Velasco Galvis

### **Tutor:**

Gonzalo Florian Velásquez

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS  
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación  
Bogotá D.C.  
Mayo 2022

## Tabla De Contenido

<b>Tabla De Contenido</b>	2
<b>Introducción</b>	3
<b>Logotipo</b>	4
<b>Misión</b>	5
<b>Visión</b>	5
<b>Fundamentación Humanista</b>	5
<b>Investigación de Mercados</b>	6
<b>Capítulo I: Segmentos de Mercado</b>	12
<b>Capítulo II: Propositiones de Valor</b>	14
<b>Capítulo III: Canales</b>	Error! Bookmark not defined.
<b>Capítulo IV: Relación con los Clientes</b>	19
<b>Capítulo V: Ingresos</b>	20
<b>Capítulo VI: Recursos Claves</b>	23
<b>Capítulo VII: Asociaciones Clave</b>	30
<b>Capítulo VIII: Actividades Claves</b>	34
<b>Capitulo IX: Estructura de Costos</b>	36
<b>Lienzo Modelo Canvas</b>	45

## **Introducción**

Nuestra idea de negocio surge para cubrir la necesidad de los entrenamientos personalizados en el medio acuático con los objetivos de mejorar los estilos y la técnica de natación, evitar enfermedades crónicas no transmisibles y fomentar la actividad física en el agua.

Prieto y Hernandez (2005) Pocos son las adolescentes que reconocen realizar ejercicio físico por los beneficios que este tiene para la salud. Al tener conocimiento y experiencia en natación recomendamos hacer actividad física periódicamente y el deporte que más se ajusta a esta idea es la natación, Realizar trabajos en la piscina tiene bastantes diferencias con el trabajo en tierra, empezando con la respiración, la propulsión y el equilibrio además de estas diferencias también tenemos unos beneficios al trabajar en el agua, como lo puede ser que reduce el impacto en las articulaciones, mejora la capacidad pulmonar, aumenta el rango de los movimientos y favorece el tono muscular.

La técnica en la natación es un sistema completo de movimientos que permiten al nadador desarrollar de manera correcta sus capacidades motrices logrando un alto resultado a nivel competitivo, Por ello resulta para nosotros muy importante observar, corregir, enseñar y ejecutar las técnicas de natación adecuadas para que los resultados que se quieren obtener a nivel personal y profesional sean más fáciles.

No solamente el objetivo es enseñar la técnica y los estilos de natación, también ofrecemos el servicio de entrenamiento personalizado dentro de la piscina, sin importar si el usuario sepa nadar, debido a que gracias a las nuevas tendencias de la actividad física se ha implementado una modalidad que se denomina aquafitness Schneider (2000) Es un método completo de puesta en forma, sin apenas esfuerzo gracias al agua, que aúna la musculación, la gimnasia moderada y el stretching. Es por ello que este plan va dirigido a cualquier tipo de población pretendiendo inculcar la actividad física, evitar las enfermedades crónicas no transmisibles y mejorar el rendimiento deportivo.

Hablando de la experiencia laboral del grupo de trabajo es muy amplia en este ámbito (natación) se cuenta con un personal capacitado en el área de entrenamiento funcional debido a que se ha trabajado en clases grupales e individuales con niños, jóvenes, adultos y adultos mayores a parte que el personal tiene un proceso de aprendizaje y formación en una institución de alta calidad y cuentan con los conocimientos suficiente debido al proceso académico.

## **Nombre**

### **Swimming and health**

El nombre de nuestra empresa surge a partir de lo que enseñamos que es la natación y por otro lado lo que queremos brindar y también cuidar que es la vida.

## **Logotipo**



*Figura 1. Elaboración propia*

Fue escogido debido a que representa fuerza además de mostrar nuestra idea que es la natación como un estilo de vida saludable a parte los colores también tienen un significado.

Azul: El color azul tiene un significado de tranquilidad que es lo que nos genera el agua, también este color nos incentiva la confianza que es lo que buscamos cuando nuestros usuarios ingresen al agua.

Blanco: Este color significa limpieza, tanto los directivos, entrenadores y usuarios deben tener una pulcritud tanto en los entrenamientos como en la vida cotidiana.

## **Slogan**

‘‘Experiencia diferente para tu vida’’

Decidimos establecer este slogan, ya que estamos convencidos de que por medio del deporte y las actividades que ofrecemos a nuestros clientes podemos transformar sus vidas, cambiando hábitos y estilos de vida, estableciendo valores como; autoestima, respeto, honradez, justicia y amor por sí mismo y los que lo rodean. Todo esto está al alcance de ellos para que decidan cambiar sus vidas y convertirse en una mejor versión de sí mismo.

## **Misión**

Swimming and Health ofrece a sus usuarios servicios de entrenamientos personalizados en el medio acuático teniendo en cuenta las características particulares de cada persona, brindando un servicio responsable y efectivo en la búsqueda de los resultados requeridos, gracias a los conocimientos y la experiencia de sus entrenadores.

## **Visión**

Swimming and Health está orientado para brindar entrenamientos personalizados en el medio acuático en donde sus clientes proyectan los resultados requeridos y mediante la metodología y entrenamiento puedan alcanzarlos.

## **Fundamentación Humanista**

Swimming and Health promueve el medio acuático y la vida, es por ello que nuestro servicio está guiado en la actividad física, prevención de enfermedades crónicas no transmisibles y el máximo rendimiento dejando en alto valores de respeto, igualdad y tolerancia.

## **Respeto**

Todos los que hagan parte de Swimming and Health, bien sea directivo, entrenador y usuario deberá generar ambientes respetuosos en donde se puedan dar puntos de vista, hablar de sus creencias o religión, inclusive hasta de su orientación sexual.

## **Igualdad**

Todos los que hagan parte de Swimming and Health deben tener en cuenta que no se permitirá la indiferencia entre mujeres y hombres o cualquier superioridad que se presente sea de raza, color o religión.

## **Tolerancia**

Es el valor más importante de Swimming and Health tanto en sus clientes como en su administración pero es más resaltado en el personal, ya que, se debe aceptar cualquier opinión o ideología, teniendo tacto para responder a cualquier pregunta que se tenga dentro del entrenamiento.


## **Investigación de Mercados**

Se planteó una encuesta de google en donde la intención es conocer horarios y número de días que se está dispuesto a entrenar, la duración promedio de los entrenamientos y la intención de tener entrenamientos personalizados.

Las preguntas a continuación:

# Encuesta Swimming and Health- Oferta de entrenamiento

Encuesta para conocer la opinión de posibles clientes, respecto a un servicio de entrenamiento en el medio acuático

 [juan.diazr@usantotomas.edu.co](mailto:juan.diazr@usantotomas.edu.co) (no compartidos)  
[Cambiar de cuenta](#)



\*Obligatorio

"Entrenamientos de calidad"



Nota. Elaboración propia.

¿Es usted una persona a quien le gusta realizar natación o alguna actividad física dentro del agua? \*

- Sí
- No

¿Cuántos días a la semana realiza ejercicio físico o hace natación? \*

- Un día por semana
- Dos días por semana
- Tres días por semana
- Cuatro días por semana o mas

Nota. Elaboración propia.

¿Cuánto tiempo en el día practica natación o alguna actividad física? \*

Menos de 30 minutos

30 minutos

Una hora

Una hora y 30 minutos

Dos horas o mas

---

¿Qué días prefiere nadar o hacer actividad física? \*

Lunes

Martes

Miércoles

Jueves

Viernes

Sábado

Domingo

---

¿Estaría interesado en tener un entrenamiento personalizado en el medio acuático? \*

Sí

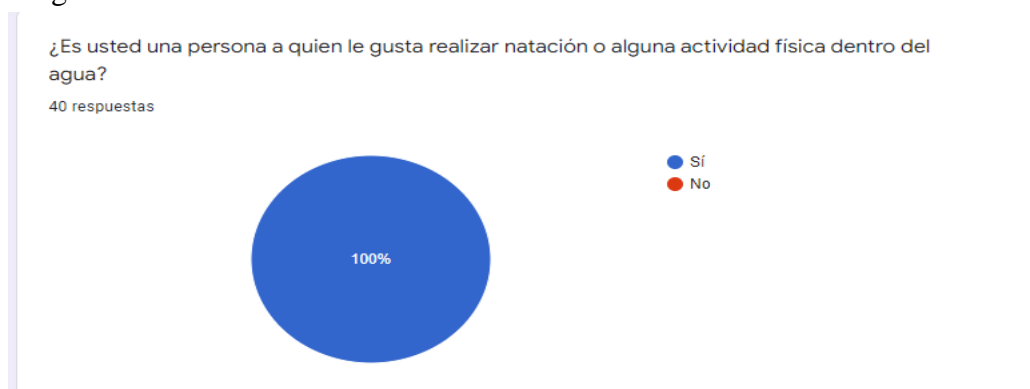
No

[Enviar](#) [Borrar formulario](#)

Nota. Elaboración propia.

## Respuestas

### Pregunta 1:

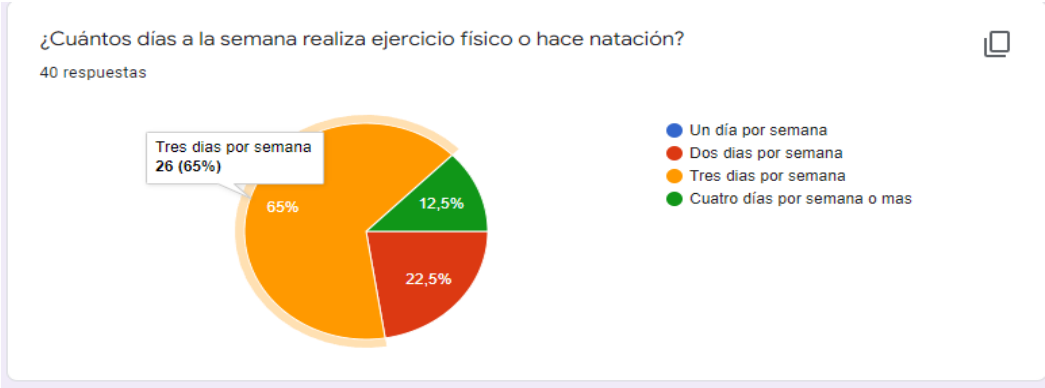


Nota. Elaboración propia.

## Análisis:

En la primera pregunta, se da 100% para confirmar que las personas encuestadas realizan actividad física o practican natación, dando como resultado, que la población es la correcta.

Pregunta 2:



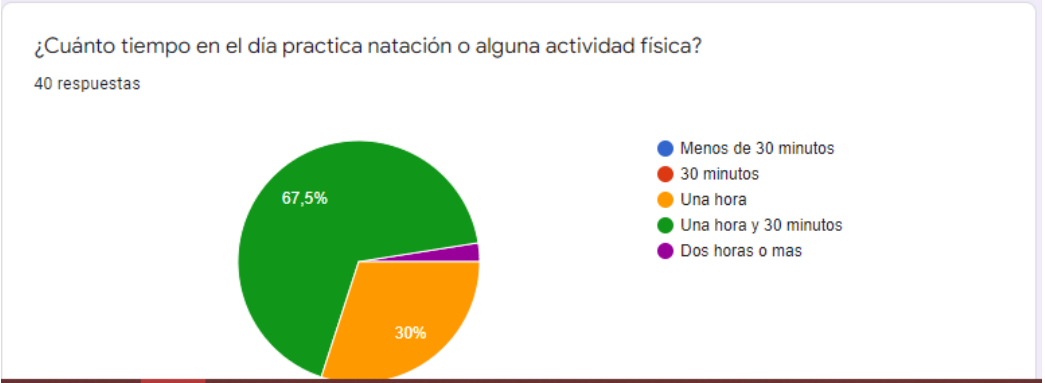
Nota. Elaboración propia.

Análisis:

En la pregunta número dos encontramos que el 65% de las personas realizan actividad física o natación 3 veces por semana, un 22.5% solo dos días por semana y por último un 12,5% cuatro días por semana.

En esta pregunta las 40 personas encuestadas un 65% realizan tres días por semana que fue la opción más contestada, dando por sentado que la mayoría de las personas que se interesan en adquirir los planes en Swimming and Health están dispuestos a entrenar tres días a la semana.

Pregunta 3:



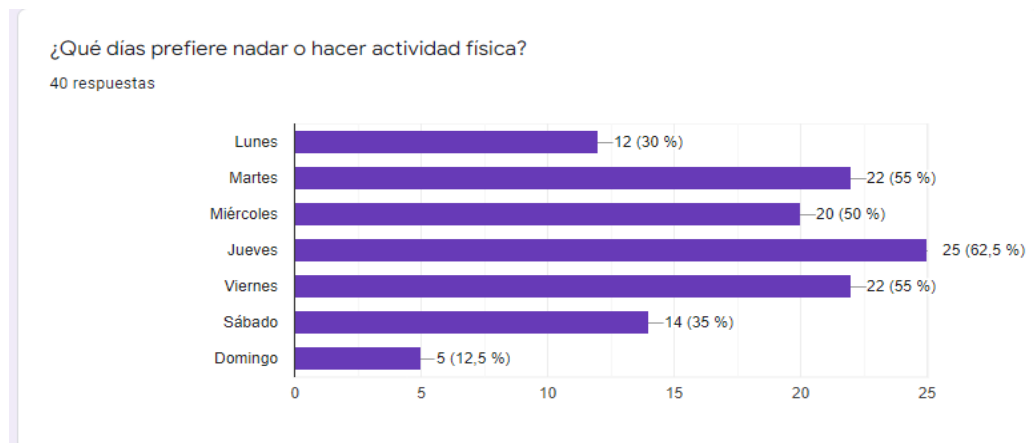
Nota. Elaboración propia.

### Análisis:

Para la pregunta número tres encontramos que un 67,5% practica actividad física y natación 1 hora y 30 minutos por otro lado un 30% de los encuestados practica 1 hora y por último un 2,5% dos horas o más.

Esto nos da un punto de partida para saber cuánto pueden durar las sesiones programadas y de esta manera distribuir el tiempo según los trabajos a realizar.

### Pregunta 4:



Nota. Elaboración propia.

### Análisis:

Para esta pregunta, en la cual se podían escoger distintos días, el día más escogido fue jueves con 62,5% y el día menos escogido fue domingo con 12,5%, los días más frecuentes fueron martes con 55% y viernes con 55%, el miércoles con un 50%, lunes con un 30% y por último sábado con un 35%

Gracias a esta pregunta se puede inferir que los días de preferencia para citar a los usuarios son de martes a jueves. claro está que esto también se puede confirmar directamente con el usuario.

### Pregunta 5:



Nota. Elaboración propia.

### Análisis:

Para esta población escogida y encuestada el 100% de las personas están interesados en Swimming and Health y sus planes, es responsabilidad de nosotros generar esa adherencia y conseguir nuevos clientes.

### Competencia

EMPRESA	SERVICIO
Club deportivo independiente	Escuela formativa en natación, curso para ingreso a escuelas militares.
Club Narvales	Escuela formativa en natación, trabajos en tierra tipo hiit y entrenamiento funcional
Escuela de natacion burbujas	Escuela formativa en natación.
Liga de natacion de Bogota	La liga de natación de Bogotá ofrece cursos para personas de 4 años en adelante. manejan diferentes niveles dependiendo de las habilidades de cada individuo. El objetivo de los cursos de la LNB es empezar un proceso de formación a temprana edad con el propósito de descubrir talentos que entrenan en alto rendimiento y representarán a Bogotá a nivel nacional.

*Tabla comparación con competencia directa*

### Investigación:

Las competencias que se tienen son las escuelas de natación, que ofrecen cursos de natación tanto para principiantes como para profesionales, las ubicaciones de estos lugares varían según el club pero se puede decir que se encuentran en el norte y occidente de Bogotá.

Es importante recalcar que nuestro mercado objetivo está enmarcado en edades de 14 a 65 años en un estrato socioeconómico del 3 al 6 que estén dispuestos a tomar una utilidad en entrenamientos personalizados de la mejor calidad en el medio acuático, con profesionales idóneos y capacitados en el área acuática, musculación y entrenamientos grupales.

### Competencia Directa:

Como competencia directa tenemos al club narvales que es un club deportivo de natación que brinda distintas modalidades del fitness pero en tierra ubicado en el club de suboficiales del ejército nacional (colina) liderado por personal capacitado en natación y entrenamiento deportivo.

No vemos una amenaza tan directa debido a que en el club narvales enseñan natación desde muy temprana edad, es por ello que es reconocido como una escuela de natación y no como un servicio personalizado, manejan grupos hasta de 20 personas por profesor entonces eso hace que no tenga un proceso individual.

## **Capítulo I: Segmentos de Mercado**

Un segmento de mercado es una parte del mercado que define las variables que permiten diferenciar de otros segmentos, esto se considera favorable dependiendo de los segmentos ya que esto ayudará a determinar, tamaño, y permite tener características más homogéneas. (Bonta 1994).

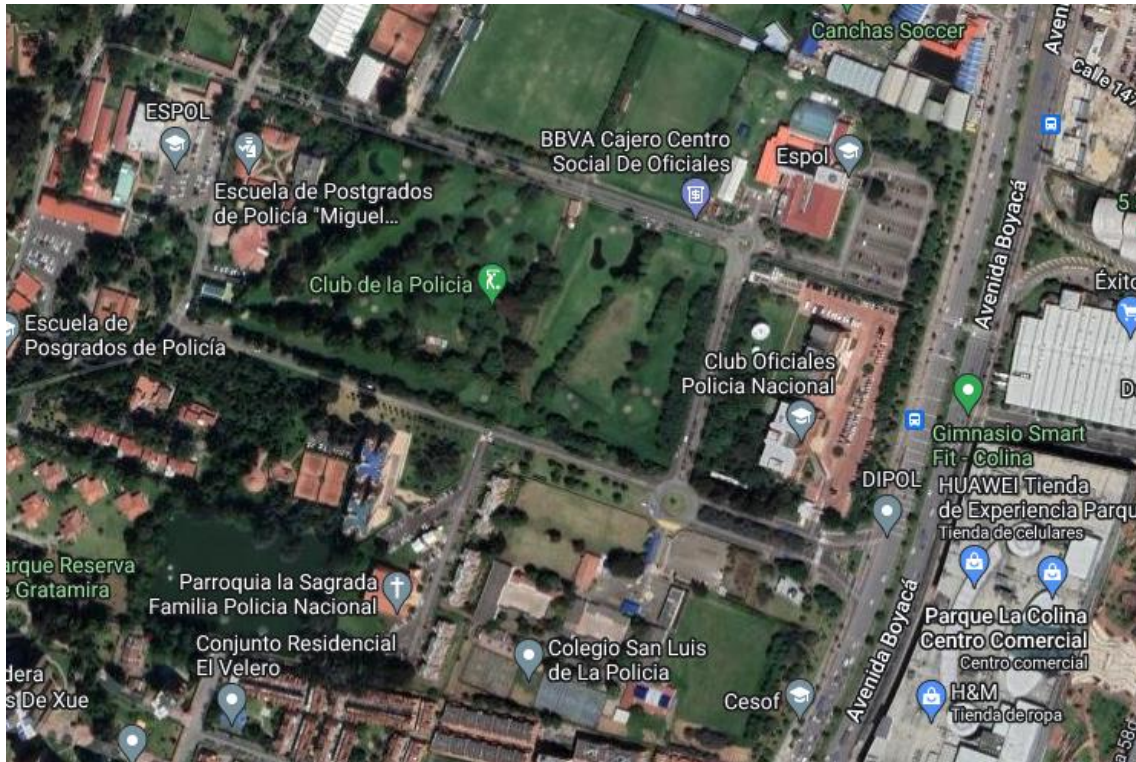
El crecimiento deportivo-empresarial va en aumento y por ende para SWIMMING HEALTH es de vital importancia comprender que existen en el mercado grandes competidores; nosotros creamos estrategias para poder ofrecer un buen servicio que este enfatizado en la necesidades del individuo además de eso conocer las realidades de los mismos, por ende es importante la segmentación de mercado a partir de diferentes aspectos (geográfica, demográfica, psicográfica, conductual) para swimming health es importante tener esto como base ya que a partir de esta nuestra propuesta de valor será de gran sustento:

### **Segmentación Geográfica**

**Ciudad:** *Bogota D.C*

**Localidad:** *Suba*

**Lugar:** (CESOF)- Club Social De Oficiales PONAL ( Av. Boyacá #142a-55)



Nota Adaptado zona geográfica Tomado google maps 2022

## Segmentación Demográfica

Tabla 1

EDADES	SEXO	NIVEL SOCIAL	OCUPACIÓN	NACIONALIDAD	RELIGIÓN
14-65 AÑOS	Mixto	Entre 3-4-5	No Interfiere	Colombianos y/o extranjeros	No Interfiere

## Segmentación Psicográfica

- Personas que quieran mejorar su estilo de vida saludables
- Personas que quieran potenciar su nivel deportivo por medio del medio acuático
- Personas que requieran de profesionales en al área de la salud deportiva
- Personas que deseen una mejora en su aspecto mental y físico

## Segmentación Conductual

- Grado de lealtad
- Sesiones presenciales frecuentes
- Recomendación a terceros

## Capítulo II: Proposiciones de Valor

Una propuesta de valor es una dimensión única de productos, servicios y beneficios que sobresalen sobre la competencia estos hacen que los clientes se sientan identificados ya que se genera una oferta diferente al mercado competencia. En este proyecto la personalización es el valor que más resalta ya que por medio de este vamos a brindar a nuestros clientes una experiencia inigualable y además de esto nuestros clientes serán más fieles al servicio que ofrecemos creando así un lazo de fidelidad a corto y largo plazo

“Experiencia diferente para tu vida”, el entrenamiento en el medio acuático como herramienta deportiva para la consecución de los objetivos personales tanto físicos como mentales. la actividad física es una herramienta de transformación social, por lo tanto, este método de entrenamiento es beneficioso para sus practicantes ya que se sale de los entrenamientos tradicionales ya que estando en el medio acuático se pueden obtener diferentes variantes que siempre van a estar en pro del practicante, este método puede ser practicado por cualquier tipo de población además la sesiones se realizan de manera segmentada para cada uno de los clientes, con el fin de que puedan realizarlos perfectamente y no encuentran limitaciones en su realización y por el contrario se sientan satisfechos y tengan una experiencia significativa con el deporte. Esto con el objetivo de generar adherencia al deporte y así mismo establecer valores; respeto, tolerancia, amor, paz y autoestima y por medio de estos generar competencias blandas entre cada uno de los clientes como; liderazgo, trabajo en equipo, creatividad y comunicación.

Swimming and Health apuesta por la personalización y permite una ayuda para cubrir la necesidad de los entrenamientos personalizados en el medio acuático con los objetivos de mejorar los estilos y la técnica de natación, evitar enfermedades crónicas no transmisibles y fomentar la actividad física en el agua. Con distintas metodologías y tendencias divididas en carriles.

- Carril 1 y 2: Entrenamiento personalizado de natación.
- Carril 3: Entrenamiento aquafitness
- Carril 4: Entrenamiento musculación en el agua.

Las tendencias y entrenamientos pueden cambiar de orden según lo dispongan los entrenadores de turno.

## **¿Cuál es nuestra finalidad?**

- Entrenamientos personalizados
- Seguimiento de las condiciones corporales de los usuarios
- Observación, intervención y corrección de las sesiones y objetivos.
- Comparación de evoluciones del usuario
- Manejo y prevención de lesiones y molestias
- Retroalimentaciones constantes en los entrenamientos.
- Hábitos de vida saludables
- Reducción de enfermedades crónicas no transmisibles

## **Planes**

### **Plan para Estilos y Profundización**

<p><b>PLAN WATER</b></p> <p>En este plan te ofrecemos 4 clases por semana, con una duracion de 90 minutos, clases grupales en donde se enfocaran en ejercicios segun el nivel en el que te encuentres, se llevara un seguimiento evaluativo acorde a tu evolucion.</p> <p><b>VALOR \$140.000</b></p>	 <p><b>SWIMMING AND HEALTH</b></p> <p>INICIACION Y FORMACION DEPORTIVA EN NATACION</p> <p><b>CONTÁCTANOS</b></p> <p><small>wimmingheat@gmail.com Camilo Velasco 310 231855 Juan Pablos Diaz 316 6350128</small></p>	<p><b>PLAN HEALTH</b></p> <p>En este plan te ofrecemos 5 sesiones por semana, clases personalidades retroalimentación, seguimiento biomecanico, entrenamiento en tierra.</p> <p><b>VALOR \$180.000</b></p>
--	--	--

*Nota. Elaboración propia*

**Plan Actividad Física y Salud**

<p><b>PLAN WATER</b></p> <p>En este plan te ofrecemos 4 clases por semana, con una duracion de 90 minutos, clases grupales, en donde se realizaran clases tipo HIIT, cardio box, y running, ademas seguimiento nutricional</p> <p><b>VALOR \$140.000</b></p>	 <p><b>SWIMMING AND HEALTH</b></p> <p>ACTIVIDAD FISICA EN MEDIO ACUATICO</p> <p><b>CONTÁCTANOS</b></p> <p><small>wimmingheat@gmail.com Camilo Velasco 310 231855 Juan Pablos Diaz 316 6350128</small></p>	<p><b>PLAN HEALTH</b></p> <p>En este plan te ofrecemos 5 sesiones por semana, clases personalidades retroalimentación, seguimiento corporal, nutricional, y rehabilitacion segun tus necesidades entrenamiento en tierra [1sesion]. [masaje linfatico] [in Body]</p> <p><b>VALOR \$180.000</b></p>
--	--	--

*Nota. Elaboración propia*

### **Capítulo III: Canales**

Los canales de marketing son un conjunto de dependencias que participan en los procesos para poder tener un producto o servicio a la disposición de las diferentes persona que van hacer partícipes de la obtención de un producto o el servicio que se van a ofrecer por lo tanto lo canales que se trabajarán swimming and health son:

**Canales propios:** Se ocupa de hacer llegar su producto al comprador final sin intermediarios y se divide en dos.

**Canales directos:** Tiendas físicas y propias

**Canales indirectos:** Redes Sociales

Juste & Redondo (2006) Se deben usar los canales en pro a la compañía u organización, estos dan un valor importante ya que por medio de esta se crea una relación con el consumidor y de esta manera se crea un lazo que dará ingresos a la compañía en corto o largo plazo. Swimming and Health emplea canales directos e indirectos, los métodos que se utilizan como indirectos es la oferta gracias a las redes sociales que en estos momentos es la publicidad que más se puede masificar entre estos esta Instagram, Facebook, WhatsApp, tik tok, Twitter, YouTube, Messenger y por folletos físicos entregados en supermercados de cadena.

#### **Canales de evaluación**

La evaluación del servicio se hará de dos formas tanto eléctricas como físicas siempre al terminar el mes se enviará (si el usuario así lo indica) el link del formulario para la evaluación del servicio, así de esta manera se podrá evaluar qué aspectos se tienen que mejorar en los entrenamientos y en la planificación.

Los ítems de la evaluación serán los siguientes:

#### **Confianza:**

Nivel de conocimiento del personal, brindan ambientes seguros de entrenamiento.

#### **Compromiso**

Planes clase de calidad, trabajos no improvisados y seguimiento de los objetivos planeados.

## **Puntualidad**

Manejo adecuado del tiempo de entrenamiento, constancia en los días acordados de la sesión.

## **Comunicación**

Manera adecuada de dirigirse a un usuario y buen manejo del tono de voz.

Cada uno tendrá una puntuación de 1 a 5 ( 1 deficiente - 5 excelente) y tendrá la posibilidad de dar una opinión personal acerca de su entrenamiento lo que permitirá hacer las correcciones necesarias en nuestro personal.

## **Canal de Compra**

En los lugares físicos como de igual forma en las redes sociales OFICIALES de Swimming and Health se tendrá la información de cómo adquirir los planes ofertados y la manera de pagar que más se adapte a la persona, tenemos facilidades de pago como:

- Tarjetas credito o debito
- Consignaciones
- Pagos PSE (online)
- Efectivo
- Cheques de gerencia

## **Entrega:**

Swimming and Health está ubicado en AV. Boyacá N° 142 A 55 (CESOF), exactamente en el área húmeda, sector piscinas, antes de ello se debe corroborar el pago, cuando el pago sea exitoso, se acordará la hora de la primera entrevista con el usuario, para la toma de medidas antropométricas, pliegues corporales y objetivos esperados. Cabe resaltar que el horario de nuestros servicios es de 8:00 am a 1:00pm y de 4:00pm a 7:00pm los días entre semana y fines de semana solo sábados de 7:00am a 12:00m.

## **Post Venta**

Swimming and Health ofrece tres grandes servicios por la adquisición de nuestros planes

**Nutrición:** Al iniciar en Swimming and Health se tiene la posibilidad de tener una guía y evaluación nutricional, la cual se hace de manera individual y específica para cumplir los objetivos planteados.

**Fisioterapia:** Al adquirir cualquiera de nuestros servicios Swimming and Health tiene a su disposición un profesional en fisioterapia que será el encargado de los estiramientos y tratamiento de lesiones que se generen en la práctica, además de sesiones de estiramientos que nos ayudarán a evitar lesiones.

**Descuentos:** Por la compra de nuestros planes Swimming and Health tiene socios estratégicos dentro y fuera del club algunos de estos beneficios son:

- Descuento en la tarifa del parqueadero
- Descuentos en alimentos de la cafetería presentando tu carné
- Descuentos en tiendas deportivas
- Descuentos en suplementos y proteínas

#### **Capítulo IV: Relación con los Clientes**

La relación con los clientes representa demasiadas bases que conllevan creatividad, un mantenimiento e intercambio, además de esto abre las posibilidades al que el target enfocado de una buena comunicación para que se establezca una buena gestión empresarial. La relación que tiene swimming and health con sus clientes es asistencia personal debido a que nos basamos en diferentes aspectos que son pilar fundamental para seguir con nuestros clientes y nosotros creemos fielmente en la estrategia de referidos debido a que lo que se busca es que nuestro clientes satisfechos recomienden nuestro entrenamiento y empresa a sus allegados o personas de confianza para que de esa manera crezca la familia swimming and health. Murphy (2005).

#### **Fidelizar Clientes:**

Por medio de diferentes campañas obtener la mayor atención de nuestros clientes por ende se determinan diferentes campañas como, descuentos en prendas de ropa, descuentos en meses de entrenamientos, bonos para valoraciones físicas y participación gratuita en eventos deportivos.

#### **Obsequios:**

Al usuario que adquiera cualquier tipo de nuestros planes, se le brindará una cortesía las cuales pueden ser, gorro de piscina, tula de swimming and health, bono en parqueadero o bebida en la cafetería de la institución.

#### **Asistencia personal:**

Nuestro grupo de profesionales estará siempre dispuesto para atender a nuestros clientes tanto presencialmente o en dispositivo tecnológico.

### **Redes sociales:**

Gracias a la tecnología por distintos medios (instagram, facebook, whatsapp, twitter, telegram y tik tok) se creará un contenido con nuestros beneficios y productos, creando una tendencia virtual y poder generar más impacto en la sociedad.

## **Capítulo V: Ingresos**

En el siguiente capítulo se describirán de manera detallada los medios por los cuales Swimming and Health adquiere ingresos económicos.

“Se refiere al flujo de caja que genera una empresa en los diferentes segmentos de mercado, y representa el dinero que la compañía genera de cada uno de estos segmentos” (Osterwalder, 2011, p30).

La principal fuente de ingreso de la empresa será por medio de *cuota por suscripción* ya que los clientes tendrán que pagar una cuota por el servicio que escojan, el pago de esto les permitirá primeramente el uso de las instalaciones, utilización de material y personalización por parte de los entrenadores, también se utilizarán diferentes herramientas por medios digitales los cuales tendrán un costo de corretaje cabe recalcar que de igual forma la fuente de ingresos debe ser mayor a la estructura de costes de la empresa.

### **Tabla de precios**

- Iniciación y formación en natación

---

Plan Water Básico

---

Sesion Dia            35.000

Sesión Por Semana 140.000

Total Mensual 560.000

---

---

Plan Health Gold

---

Sesion Dia 45.000

Sesión Por Semana 140.000

Total Mensual 720.000

---

- Actividad Física En Medio Acuático

---

Plan Water Básico

---

Sesion Dia 35.000

Sesión Por Semana 140.000

Total, Mensual 560.000

---

---

Plan Health Gold

---

Sesión Dia 45.000

Sesión Por Semana 180.000

Total Mensual 720.000

## Tabla de ingresos

Tabla 2

<i>Tipo de plan</i>	<i>Costo por persona/ semana</i>	<i>Costo por persona/ mensual</i>	<i>Cantidad personas</i>	<i>Ingreso mensual</i>	<i>Semestral</i>	<i>Anual</i>
<i>PLAN WATER I-F</i>	<i>\$ 140.000</i>	<i>\$ 560.000</i>	<i>20</i>	<i>\$ 11.200.000</i>	<i>\$ 67.200.000</i>	<i>\$ 134.400.000</i>
<i>PLAN HEALTH GOLD I-F</i>	<i>\$ 180.000</i>	<i>\$ 720.000</i>	<i>15</i>	<i>\$ 10.800.000</i>	<i>\$ 64.800.000</i>	<i>\$ 129.600.000</i>
<i>PLAN WATER BASIC AFA</i>	<i>\$ 140.000</i>	<i>\$ 560.000</i>	<i>20</i>	<i>\$ 11.200.000</i>	<i>\$ 67.200.000</i>	<i>\$ 134.400.000</i>
<i>PLAN HEALTH GOLD AFA</i>	<i>\$ 180.000</i>	<i>\$ 720.000</i>	<i>10</i>	<i>\$ 7.200.000</i>	<i>\$ 43.200.000</i>	<i>\$ 86.400.000</i>
<i>TOTAL</i>				<i>\$ 40.400.000</i>	<i>\$ 242.400.000</i>	<i>\$ 484.800.000</i>

Tabla de cálculo de ingresos semanal, mensual y anual por plan ofertado.

## Proyección de ventas

Tabla 3

Plan	Valor	ene	Feb	Mar	abr	may	jun	jul	ago	sept	oct	nov	dic	Promedio
WIF	560.000	20	20	20	20	20	20	25	25	25	25	25	20	22
GIF	720.000	15	15	15	15	15	20	15	15	15	15	15	20	16
WAF	560.000	20	20	20	20	20	20	21	22	25	25	25	25	22
GAF	720.000	10	10	10	10	10	10	10	15	15	15	15	15	12

## Capítulo VI: Recursos Claves

Para el buen desarrollo del proyecto swimming and health es necesario tener en cuenta los recursos que utilizaremos para el buen desarrollo del proyecto, estos son recursos a nivel económicos, físicos y talento humano requerido, todos estos están relacionados con el objetivo de prestar un buen servicio a nuestros afiliados y además buscar una mejora siempre buscando el crecimiento de la empresa. Los recursos clave son el reconocimiento de los activos para así iniciar de manera efectiva un proyecto de negocio o inversión estos son las bases fundamentales para así en un futuro tener resultados positivos y lograr los objetivos a largo y corto plazo anteriormente definidos.

Como recursos económicos se cuenta con la inversión inicial por parte de los socios para llevar a cabo los proyectos de la empresa.

A nivel de recursos físicos por medio de la inversión inicial obtendremos la compra de equipos tecnológicos como computadores, impresoras, cámaras, programas de seguimiento físico, además del alquiler de la instalación de la piscina, compra de indumentaria para la fidelización del cliente (uniformes, maletas, tarros) implementos de natación y musculación en el agua, e implementos didácticos y pedagógicos para todo lo que tiene que ver con la iniciación deportiva

A nivel de talento humano se solicitará profesionales calificados en el área del deporte con énfasis en natación e iniciación deportiva, también se utilizaran los servicios de una persona profesional en fisioterapia y nutrición, se contará con una persona que servirá de apoyo a nivel administrativo y financiero en la empresa.

### Recursos clave

*Tabla 4*  
*tipos de recursos*

<i>Tipo de recurso</i>	<i>Característica</i>
Económico	<ul style="list-style-type: none"><li>● Inversión inicial</li><li>● Pago mensualidad por parte de los afiliados</li></ul>

Talento humano	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Profesionales de cultura física deporte y recreación y/o afines</li> <li>● Profesional en nutrición</li> <li>● Profesional en Fisioterapia</li> <li>● Profesional en Administración</li> </ul>
----------------	---

---

Recursos físicos	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Redes de distribución</li> <li>● Implementos tecnológicos, computadores, impresoras, cámaras.</li> <li>● Implementos de piscina pesas, tiras, paracaídas especiales, aletas, churros, paletas, pelotas, aros.</li> </ul>
------------------	---

---

*Tabla descriptiva de los diferentes recursos*

**Recursos físicos:**

Los recursos físicos de las organizaciones son todos los bienes tangibles, en poder de la compañía, que son sensibles de ser usados para el logro de las metas de la misma.

*Tabla 5*

---

Tipo de recurso	Cantidad	Valor unitario	Valor total	Utilidad
Recurso				
Instalaciones	1	5.500.000	5.500.000	Arriendo de la piscina, las instalaciones cuentan con 8 carriles y zonas duras para los calentamientos

---

**Total recurso** 5.500.000 m/c

---

**Recursos tecnológicos**

Los recursos tecnológicos tienen la posibilidad de ser tangibles como una PC o impresora o intangibles sistema o aplicación virtual. Sirven para optimizar procesos, tiempo, recursos humanos agilizando el trabajo y tiempo de contestación. Actualmente dichos recursos forman parte imprescindible de organizaciones o de domicilios, debido a que se han convertido en un aliado clave para la ejecución de toda clase de labores.

**Tabla 6**

<i>Tipo de recurso</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor unitario</i>	<i>Valor total</i>	<i>Utilidad</i>
<b>Recurso</b>				
Computador	2	2.500.00	5.000.000	Computador Portátil HP 14" Pulgadas HP 240G7 Intel Core i3- 4 GB RAM- Disco Duro 1TB- Negro
Cronómetro	5	40.000	200.000	Cronometro Digital Profesional Deportivo - Sport Fitness
<b>Recursos tecnológicos</b>				
Inbody H20n	1	2.150.000	2.150.000	Inbody H20n Balanza Digital Composición Corporal

Ipad	2	1.850.000	3.700.000	iPad 9na Generación 10.2 pulgadas 64GB
------	---	-----------	-----------	---

---

**Total recurso** 11.050.000 m/c

---

*Nota Tabla de valores y descripción de recursos tecnológicos*

### Recursos físicos

Son elementos físicos que se emplean para el buen desarrollo de las actividades

*Tabla. 7*

---

<i>Tipo de Recurso recurso</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor unitario</i>	<i>Valor total</i>	<i>Utilidad</i>
Gusano natación	de 30	20.000	600.000	Gusano espuma piscina azul - 118 cm
Tabla natación	de 30	31.000	930.000	Tabla natación piscina azul negro
Aletas natación	de 10	110.000	1.100.000	Bialetas de snorkeling subea 100 azul/amarillo

Recurso técnico

Pesas acuáticas	20	74.000	1.480.000	Par pesas acuáticas malla aquagym-aquafitness pullpush adulto azul naranja
Pull natación	de 30	44.000	1.320.000	Pullbuoy natación talla m negro amarillo
Gorros natación	de 10	10.000	100.000	Gorro de natación revestido de silicona azul estampado talla
Cinturon flotacion	de 20	60.000	1.200.000	Cinturón Para Hidroaerobicos Anillo De Natación En Espuma
Peso acuático para manos y pies	20	97.000	1.940.000	Pesos De Manos, Tobilleras Natación Aquafitness
Barra de peso y discos acuáticos	10	210.000	2.100.000	Barra Acuáticas Eva Aquafitness
Guantes boxeo acuático	de 20	119.000	2.380.000	Aqua Boxing Aquafitness

Barra para la confianza de la natación	2	120.000	240.000	Barra Monitor Enseñanza Aquafitness
Colchoneta	30	37.800	1.134.000	Colchoneta Enrollable
Paletas de mano	30	28.900	867.000	Paletas Para Mano Aletas Natación Entrenamiento Ajustable
Uniformes de natación	5	250.000	1.250.000	Jersey Enterizo
Balones medicinales	30	36.000	1.080.000	Pelota Lastrada Aquafitness
Steps	20	150.000	3.000.000	Aqua Step
TOTAL			20.721.000 m/c	

*Tabla descripción de recursos técnicos*

### **Talento humano**

El talento humano es el grupo de profesionales que tiene una organización para su pleno desarrollo cada uno de estos es pieza fundamental para el cumplimiento de los objetivos empresariales cualquier persona que sea parte de una organización empresarial, sector o economía, se denomina como recurso humano.

**Tabla 8**

<i>Tipo de recurso</i>	<i>Cantidad</i>	<i>Valor unitario</i>	<i>Valor total</i>	<i>Utilidad</i>
<i>Recurso</i>				
Entrenadores	8	2.500.00	20.000.000	Profesionales en C.F.D.R./entrenamiento deportivo o afines.
Fisioterapeuta	1	2.100.000	2.100.000	Profesional especializado en ejercer la fisioterapia.
Talento humano Nutricionista	1	3.500.000	3.500.000	Profesionales capacitados para crear planes alimenticios y seguimiento nutricional .
Salvavidas	1	1.500.000	1.500.000	Persona capacitada en el rescate de personas en el medio acuático, con curso de primeros auxilios y primer respondiente.
Administrador	1	3.500.000	3.500.000	Profesionales en administración de empresas que planeen, organicen y controlen los recursos de la empresa.
Total recursos			30.600.000 m/c	

*Tabla descripción recursos humanos*

**Recursos económicos**

Para dar inicio al proyecto de Swimming and Health es de 62.821.000 m/c los recursos son 60% propios y 40% de inversionistas.

Inversión inicial	62.821.000 m/c
-------------------	----------------

## Capítulo VII: Asociaciones Clave

Las alianzas estratégicas se establecen según la organización para compartir en ámbitos de experiencias, costes y también recursos el tipo de socio escogido ayuda a que los objetivos a largo de empresa se cumplan.

Las fusiones empresariales se generan para impulsar e impactar un modelo de negocios para minimizar peligros y obtener recursos además sólo algunas de las alianzas son equivalentes La manera más elemental de sociedad o interacción cliente-proveedor tiene como fin optimizar la asignación de recursos y ocupaciones; no es lógico que una organización sea propietaria de todos los recursos o haga cada una de las ocupaciones. Las asociaciones movidas por la mejora y la economía de escala acostumbran establecerse para minimizar costes y es usual que impliquen una infraestructura de externalización o recursos compartidos.

### Alianza entre empresa no competidora

#### Tienda de nutrición y pastelería ‘Reve’



Figura 2. Reve restaurante

Swimming and health busca complementar sus entrenamientos con una buena rutina alimenticia y no hay una alianza más estratégica que ‘Reve’ es una tienda que lleva alrededor de 5 años en el mercado proporcionando alimentación balanceada y de la mejor calidad. Es por ello que esta alianza es estratégica permitiendo que los clientes de swimming and health complementen su entrenamiento con una buena nutrición para que de esta manera alcancen los resultados en menos tiempo.

Los beneficios que trae esta alianza son:

- Promoción de los productos y servicios en ambos negocios.
- Aumento de ventas en Reve.
- Promoción digital de ambos negocios mediante páginas web, redes sociales y en las instalaciones físicas.

#### Obsequios y regalos

- Al ser miembro de swimming and health se hace partícipe por el sorteo mensual de un producto que escoja de la tienda Reve.
- Bonos de regalo en la tienda Reve.
- Obsequios por la compra en la tienda como son, gorras, tulas, cuellos, gorros de piscina.

#### Tienda deportiva “el deportista”



*Figura 3. El deportista almacén.*

Para swimming and health es muy importante que los clientes tengan toda la indumentaria respectiva para realizar sus entrenamientos de la mejor manera posible es por ello que se tiene una alianza con la tienda deportiva “ el deportista” en la cual se puede encontrar todos los productos relacionados con la natación, a parte también se puede encontrar indumentaria deportiva para el día a día y por último implementos para realizar complementos físicos fuera del entrenamiento, en nuestra alianza se acordó un 5% - 10% - 15% - 20% de descuento en los elementos adquiridos, los descuentos se hacen según las fechas donde sean comprados o según la disposición de la tienda, los únicos elementos que siempre tendrán en 20% son todos los relacionados con la natación,

## Parqueadero P parking



Figura 4. Parking

Para swimming and health es primordial la seguridad del transporte de sus clientes por ende se realizó una alianza con el parqueadero público P parking ubicado al interior del club, dando la posibilidad de que nuestros clientes tengan un lugar seguro y confiable para resguardar su medio de transporte mientras se encuentran en las sesiones de entrenamiento, para ambas empresas es una alianza de interés debido a que ellos tendrán clientes fijos simplemente por un descuento para los usuarios de swimming and health.

## Asociaciones de tráfico

### *Asociación con clubes sociales*



Figuras 5,6,7 Asociaciones claves.

Los centros sociales de Bogotá representan un nivel de estatus refiriéndose en el ámbito social estos son visitados por una segmento selecto de sociedad no obstante, sus servicios en gimnasios y de actividad física se limitan a aulas de pesas, o servicios

El propósito de swimming and health es la interacción directa con el mercado objetivo, la probabilidad de intervenir de manera directa con ellos y exponer la iniciativa de costo de la manera más práctica posible. En relación a las ventajas y resoluciones que se brindarán:

- Garantizar descuentos en la membresía de afiliación para nuestros usuarios swimming and health
- Promover y estructurar eventos asociados con la actividad física y salud en el medio acuático.

- Dar los instrumentos necesarios e idóneos para la promoción y prevención de la salud de nuestros usuarios

### **Alianzas entre comprador -proveedores**

Para cumplir con un estándar de calidad swimming and health debe garantizar la calidad de sus implementos deportivos los cuales se usarán en los entrenamientos con cada uno de los usuarios es por ello que swimming and health plantea hacer una alianza con alguna empresa del sector de implementos deportivos por ello se ha pensado en algunas estrategias para que ambas partes sean beneficiadas.

### **Beneficios**

#### *Costos*

Llegar a un acuerdo donde se hagan descuentos, beneficios y obsequios por parte de ambas empresas.

#### *Créditos y medios de pago*

Dar facilidades de pago para la comodidad de la empresa como lo pueden ser:

- Créditos
- Descuento por pago de contado

### **Proveedores**



*Figuras 8,9,10,11 Proveedores no competidores.*

Se debe hacer una evaluación detallada de los proveedores tanto de sus implementos como en su calidad para de esta manera ayudarse mutuamente a crecer el uno al otro.

## Capítulo VIII: Actividades Claves

Las actividades claves son todo tipo de acciones que ejerce un proyecto para así poder captar la atención de sus usuarios y por ende lograr dar un valor positivo a los servicios que se ofrecen.

Para swimming and health es indispensable el desarrollo de actividades estratégicas que nos permitan llevar nuestra propuesta de valor a nuestros clientes y por consiguiente generar ingresos, por eso es importante para nosotros desarrollar de manera adecuada los servicios deportivos y de salud que tenemos en nuestros planes, es importante enfatizar que lo que buscamos es una experiencia para el usuario y lograr fidelizarlo con nuestra empresa.

### Solución de problemas

swimming and health tiene la finalidad de solucionar la falta de entrenamientos personalizados y musculación dentro del agua en la ciudad de Bogotá, lo que lleva a que los bogotanos no tengan una continuidad en sus entrenamientos debido a la falta de resultados, opciones y tendencias debido a que los centros existentes no contienen nuevas modalidades de entrenamiento y mucho menos personalización para la iniciación y profundización de la natación.

Para lograr que el usuario tenga una experiencia única es necesario para nosotros contar con un excelente desarrollo metodológico deportivo las bases de este es siempre buscar la individualización del entrenamiento aquí se generara que el individuo sienta que es una clase

que está totalmente estructurada para él, por ende es importante siempre enfatizar en la fases de iniciales, centrales, finales y además de generar con el cliente un feedback importante y a partir de estas observaciones y falencias que se vean trabajarlas para así lograr el máximo desarrollo del individuo sea tanto en la parte deportiva y ejercicio físico para la salud.

Swimming and health siempre está en constante actualización con el mundo deportivo, por ende siempre capacitará a sus entrenadores con las nuevas tendencias deportivas que surjan a nivel de tipos y métodos de entrenamiento en medio acuático; es importante recalcar que para nosotros es de vital importancia que nuestros cliente estén seguros así que en las instalaciones contamos con todos los implementos de primero auxilios que en primera parte nos ayudarán en caso de alguna emergencia de igual forma nuestros clientes siempre tendrán la disponibilidad de una PQRS (pregunta, queja, reclamo, sugerencia) nuestros contactos estarán habilitados para escuchar y trabajar en aquellas opiniones que debemos mejorar.

Algunas de las actividades que representan a Swimming and Health son las siguientes:

### **Aquacombat**

Método de entrenamiento en donde se busca que las personas tengan un pequeño acercamiento con las diferentes ramas de las artes marciales aquí se enfatiza en movimientos explosivos, técnicas y manejo de respiración ya que al estar en el medio acuático el gasto cardiaco es alto.

### ***Crossfit Pool***

Esta es una actividad física que está enfatizada en realizar rutinas de crossfit pero siempre teniendo elemento principal la piscina se utilizaran herramientas que aporten a vivencia crossfitera en el agua de igual forma se utilizarán diferentes métodos de entrenamiento como (tabata, amra,hiit, emom).

### **Iron 2.0**

Esta actividad va enfocada a las personas que quieren mejorar su técnica mecánica y física, para así llevarlos a mejorar su técnica preferida en natación.

### **Party Pool**

Es una actividad que está encaminada en el disfrute y en la salud, consiste en una serie de esquemas que están musicalizados, esta actividad ayudará a la motivación del individuo buscando así un mantenimiento físico y una experiencia diferente al momento de hacer ejercicio.

Es importante resaltar que estas actividades se acomodan a la necesidad y disposición de nuestros clientes, de igual forma nuestra planeación siempre estará enfocada en buscar el mejor método de entrenamiento para nuestro cliente tanto en actividad física como en formación en natación.

## Capítulo IX: Estructura de Costos

Lopez. R (2019) Se considera como el valor monetario de los recursos que se entregan o se prometen entregar a cambio de bienes o servicios que se adquieren. La Contabilidad de precios, analítica o interna tiene por objeto el razonamiento y la interpretación de los hechos que poseen sitio en el seno de la unidad económica a partir de un criterio interno, como por ejemplo la formación de precios y la valoración de productos.

Swimming and health posee una estructura de costos tanto fijos como variables que se dan de forma directa o indirecta mes a mes, varios de los activos sufren una depreciación, lo anterior se hizo dividiendo su valor entre los meses de su vida útil dando como resultado 1.047.542.

**Tabla 10**

<b>Depreciación De Activos</b>						
Cod	Activo	Precio de compra	Cantidad	Total	Meses a depreciar	Costo mensual
D1	Recursos técnicos	\$ 20.721.000	1	\$ 20.721.000	24	\$ 863.375
D2	Recursos tecnológicos	\$ 11.050.000	1	\$ 11.050.000	60	\$ 184.167
		<b>\$ Total</b>				
		<b>31.771.000</b>	<b>Depreciación</b>			<b>\$ 1.047.542</b>

*Tabla de depreciación de activos*

### Costo de nómina

**Tabla 10**

Personal	Cantidad	Salario	Total
Entrenadores	8	1.500.000	20.000.000
Nutricionista	1	2.500.000	2.500.000
Fisioterapeuta	1	2.100.000	2.100.000
Administrador	1	3.500.000	3.500.000
Salvavidas	1	1.100.000	1.100.000

Total costo de nómina 29.200.000 m/c

*Tabla costo total de nómina.*

### Costos fijos

Son esos precios que no son propensos a pequeños cambios en los niveles de actividad, sino que están invariables frente a aquellos cambios. Suele tener relación a los precios fijos con la composición provechosa y por dicha razón acostumbran a ser denominados además costes de composición y usados en la preparación de informes sobre el nivel de uso de esa composición.

**Tabla 11**

Costos Fijos				
Cod	Centro de costos	Precio prom.	Cantidad prom.	Costos fijos prom.
F1	Arriendo	\$ 5.500.000	1	\$ 5.500.000
F2	Administrador	\$ 3.500.000	1	\$ 3.500.000
F3	Depreciación	\$ 1.047.542	1	\$ 1.047.542
<b>Total, Costos Fijos</b>				<b>\$ 10.047.542</b>

*Tabla total de los costos fijos*

### Costos variables

Es el costo que se modifica según la producción; la actividad decrece, dichos precios decrecen, en lo que si el grado de actividad se incrementa Salvo en casos de cambios estructurales, en las unidades económicas -o unidades productivas- los precios cambiantes tienden a tener un comportamiento. Todos esos precios que no son considerados cambiantes, son fijos. La exclusión es sustancial para ser utilizada en los instrumentos de elecciones fundamentadas en precios.

Con la atención de 19 usuarios, Swimming and health tiene unos costos variables mensuales de \$29.100.000 de acuerdo con esto el costo variable unitario es de \$100.345.

**Tabla 12**

<b>Costos Variables</b>				
Cod	Centro de costos	Precio prom.	Cantidad prom.	Costos variables prom.
V1	Nutricionista	\$ 3.500.000	1	\$ 3.500.000
V2	Fisioterapeuta	\$ 2.100.000	1	\$ 2.100.000
V3	Entrenadores	\$ 2.500.000	8	\$ 20.000.000
V4	Salvavidas	\$ 1.500.000	1	\$ 1.500.000
V5	Servicios	\$ 2.000.000	1	\$ 2.000.000
<b>Total, Costos Variables</b>				<b>\$ 29.100.000</b>

*Tabla total costos variables*

### Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es establecido mediante una fórmula, este dato nos da información para poder saber en qué puntos vamos a estar en balance y no vamos a tener pérdidas ni ganancias y a partir de este dato poder enriquecer más los servicios para eventualmente empezar a generar ingresos, llevar a cabo un análisis de punto de equilibrio es un paso importante para reconocer la cantidad determina de volumen de venta para poder suplir los costos. Siendo así, calcular el punto de equilibrio es fundamental para las empresas evaluar su productividad, ya que de esta forma es posible saber cuánto necesitan vender para generar lucro. Nos sirve principalmente para evaluar la productividad de un negocio, mejor dicho, con el punto de equilibrio calculado tu organización sabe cuánto necesita vender para producir ganancias.

*Tabla 13*

<b>Costos Fijos Totales</b>		
<b>Punto de Equilibrio=</b>	<b>Precio Unitario - Costo Variable Unitario</b>	
PE=	<b>\$ 10.047.542</b>	
	<b>\$ 160.294</b>	<b>\$692.857</b>
PE=	<b>18,2 Personas</b>	

Tabla formula, valores y resultado Punto de Equilibrio

### Valor de equilibrio

Para que el proyecto swimming and health tenga un funcionamiento correcto y rentable se debe cumplir la meta determinada con periodo de un mes con una cifra mínima de 2.917.353 asegurando que no se tendrá pérdidas.

**Tabla 14**

Valor de Equilibrio=	Punto de Equilibrio * Precio Unitario	
PE=	18,2	\$ 160.294
VE=	<b>\$ 2'917.353</b> Pesos	

**Promedio de ingresos mes a mes**

**Tabla 15**

<i>Tipo de plan</i>	<i>Costo por persona</i>	<i>Costo por persona/mensual</i>	<i>Cantidad personas</i>	<i>Ingreso mensual</i>	<i>Semestral</i>	<i>Anual</i>
<i>PLAN WATER I-F</i>	<i>\$ 140.000</i>	<i>\$ 560.000</i>	<i>20</i>	<i>\$ 11.200.000</i>	<i>\$ 67.200.000</i>	<i>\$ 134.400.000</i>
<i>PLAN HEALTH GOLD I-F</i>	<i>\$ 180.000</i>	<i>\$ 720.000</i>	<i>15</i>	<i>\$ 10.800.000</i>	<i>\$ 64.800.000</i>	<i>\$ 129.600.000</i>
<i>PLAN WATER BASIC AFA</i>	<i>\$ 140.000</i>	<i>\$ 560.000</i>	<i>20</i>	<i>\$ 11.200.000</i>	<i>\$ 67.200.000</i>	<i>\$ 134.400.000</i>
<i>PLAN HEALTH GOLD AFA</i>	<i>\$ 180.000</i>	<i>\$ 720.000</i>	<i>10</i>	<i>\$ 7.200.000</i>	<i>\$ 43.200.000</i>	<i>\$ 86.400.000</i>
<i>TOTAL</i>				<i>\$ 40.400.000</i>	<i>\$ 242.400.000</i>	<i>\$ 484.800.000</i>

**Capitulo X: Evaluación Financiera**

## Tablas flujos de caja Planes Iniciación y formación

En Swimming and health se ofrecen cuatro planes dos de ellos en iniciación y formación (I.F) y otros dos en actividad física (A.F) es por ello que se decidió crear las siguientes tablas para tener en cuenta los ingresos que se dan por cada plan individual a continuación se presentan las tablas de cada uno de los planes:

### Planes de iniciación y formación I.F

#### Flujo de caja plan water I.F

FLUJO DE CAJA POR PLAN			
PLAN WATER I.F			
MES	PERSONAS	VALOR	TOTAL
ENERO	20	\$ 560.000	\$ 11.200.000,00
FEBRERO	20	\$ 560.000	\$ 11.200.000,00
MARZO	20	\$ 560.000	\$ 11.200.000,00
ABRIL	20	\$ 560.000	\$ 11.200.000,00
MAYO	20	\$ 560.000	\$ 11.200.000,00
JUNIO	20	\$ 560.000	\$ 11.200.000,00
JULIO	25	\$ 560.000	\$ 14.000.000,00
AGOSTO	25	\$ 560.000	\$ 14.000.000,00
SEPTIEMBRE	25	\$ 560.000	\$ 14.000.000,00
OCTUBRE	25	\$ 560.000	\$ 14.000.000,00
NOVIEMBRE	25	\$ 560.000	\$ 14.000.000,00
DICIEMBRE	20	\$ 560.000	\$ 11.200.000,00
TOTAL			\$ 148.400.000,00

*Tablas elaboración propia*

#### Flujo de caja plan health gold I.F

FLUJO DE CAJA POR PLAN			
PLAN HEALTH GOLD I.F			
MES	PERSONAS	VALOR	TOTAL
ENERO	15	720.000	\$ 10.800.000,00
FEBRERO	15	720.000	\$ 10.800.000,00
MARZO	15	720.000	\$ 10.800.000,00
ABRIL	15	720.000	\$ 10.800.000,00
MAYO	15	720.000	\$ 10.800.000,00
JUNIO	20	720.000	\$ 14.400.000,00
JULIO	15	720.000	\$ 10.800.000,00
AGOSTO	15	720.000	\$ 10.800.000,00
SEPTIEMBRE	15	720.000	\$ 10.800.000,00
OCTUBRE	15	720.000	\$ 10.800.000,00
NOVIEMBRE	15	720.000	\$ 10.800.000,00
DICIEMBRE	20	720.000	\$ 14.400.000,00
TOTAL			\$ 136.800.000,00

*Tablas elaboración propia.*

**Planes en actividad física A.F**

***Flujo de caja plan water A.F***

FLUJO DE CAJA POR PLAN			
PLAN WATER A.F			
MES	PERSONAS	VALOR	TOTAL
ENERO	20	560.000	\$ 11.200.000
FEBRERO	20	560.000	\$ 11.200.000
MARZO	20	560.000	\$ 11.200.000
ABRIL	20	560.000	\$ 11.200.000
MAYO	20	560.000	\$ 11.200.000
JUNIO	20	560.000	\$ 11.200.000
JULIO	21	560.000	\$ 11.760.000
AGOSTO	22	560.000	\$ 12.320.000
SEPTIEMBRE	25	560.000	\$ 14.000.000
OCTUBRE	25	560.000	\$ 14.000.000
NOVIEMBRE	25	560.000	\$ 14.000.000
DICIEMBRE	25	560.000	\$ 14.000.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 147.280.000,00</b>

*Tablas elaboración propia.*

***Flujo de caja plan gold A.F***

FLUJO DE CAJA POR PLAN			
PLAN GOLD A.F			
MES	PERSONAS	VALOR	TOTAL
ENERO	10	720.000	\$ 7.200.000
FEBRERO	10	720.000	\$ 7.200.000
MARZO	10	720.000	\$ 7.200.000
ABRIL	10	720.000	\$ 7.200.000
MAYO	10	720.000	\$ 7.200.000
JUNIO	10	720.000	\$ 7.200.000
JULIO	10	720.000	\$ 7.200.000
AGOSTO	15	720.000	\$ 10.800.000
SEPTIEMBRE	15	720.000	\$ 10.800.000
OCTUBRE	15	720.000	\$ 10.800.000
NOVIEMBRE	15	720.000	\$ 10.800.000
DICIEMBRE	15	720.000	\$ 10.800.000
<b>TOTAL</b>			<b>\$ 104.400.000</b>

*Tablas elaboración propia.*

A continuación, se presentan los ingresos totales anuales en los planes de iniciación y formación y en los planes de actividad física

**Tabla sumatoria total anual de los planes ofrecidos**

SUMATORIA PLANES ANUALES	
PLAN H I.F	\$ 148.000.000,00
PLAN GOLD I.F	\$ 136.800.000,00
PLAN W A.F	\$ 147.280.000,00
PLAN GOLD A.F	\$ 104.400.000,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 536.480.000,00</b>

**Flujo De Caja Simple De Swimming And Health Anual**

*Tabla 16*

Flujo De Caja

Meses	Ingresos Mensuales	Egresos Mensuales	Total	Saldo
Enero	\$40.400.000	\$39.147.542	\$1.252.458	\$1.252.458
Febrero	\$40.400.000	\$39.147.542	\$1.252.458	\$2.504.916
Marzo	\$40.400.000	\$39.147.542	\$1.252.458	\$3.757.374
Abril	\$40.400.000	\$39.147.542	\$1.252.458	\$5.009.832
Mayo	\$40.400.000	\$39.147.542	\$1.252.458	\$6.262.290
Junio	\$44.000.000	\$39.147.542	\$4.852.458	\$11.114.748
Julio	\$43.760.000	\$39.147.542	\$4.585.458	\$15.700.206
Agosto	\$47.920.000	\$39.147.542	\$8.772.458	\$24.472.458
Septiembre	\$49.600.000	\$39.147.542	\$10.452.458	\$34.924.916
Octubre	\$49.600.000	\$39.147.542	\$10.452.458	\$45.377.374
Noviembre	\$49.600.000	\$39.147.542	\$10.452.458	\$55.829.832
Diciembre	\$50.400.000	\$39.147.542	\$11.252.458	\$67.082.290
<b>Total</b>	<b>\$536.880.000</b>	<b>\$469.770.504</b>	<b>67.082.2900</b>	<b>272.688.694</b>

*Tabla flujo de caja 1 año*

## Tabla Inflación Y Crecimiento

**Tabla 17**

---

Flujo de Ingresos	
A	
AÑO	VALOR
1	\$ 536.880.000
2	\$ 603.023.616
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.139.903.616</b>

---

**Tabla 17.1**

---

Flujo de Egresos	
B	
AÑO	VALOR
1	\$ 469.770.504
2	\$ 522.760.617
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 992.531.121</b>

---

**Tabla 17.2**

---

Flujo de Efectivo Neto	
------------------------	--

---

A-B	
AÑO	VALOR
1	\$ 67.109.496
2	\$ 80.262.999
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 147.372.495</b>

### Valor Presente Neto (VPN)

Calculando la VPN en \$43.499.742,84 y al obtener un valor superior a 0, se puede inferir que el proyecto es viable, debido a que la inversión producirá ganancias por encima de la rentabilidad. Para calcular este valor se procede a ejecutar la siguiente tabla.

### Formulación de datos (VPN)

*Tabla 18*

Formulación de Datos VPN	
f1=	\$ 67.109.496
f2=	\$ 80.262.999
n=	2 años
i=	<b>24%</b>
Inv0=	\$ 62.821.000

VPN= \$43.499.742,84

### Tasa interna de retorno

La tasa interna de retorno (TIR) un valor relativo que iguala el valor actual de ingresos con el valor actual de egresos estimados. Teniendo presente que la tasa interna de retorno es aquella con la cual el (VPN) es igual a 0, se usa como el indicador de la productividad de un plan, para esta situación se calculó por medio de la fórmula:

**Tabla 19**

VNA=VPN=	<b>\$ 43.499.742,84</b>	
	<b>Segundo año</b>	<b>Primer año</b>
TIR=	<b>78,43%</b>	<b>39,22%</b>
RI=	\$ 147.372.495 6140520,631	
RI=	<b>10,23056574</b>	<b>MESES</b>

De acuerdo con lo anterior la tasa interna de retorno se dará en 10 meses desde que se cumpla con las ventas mes a mes.

### **Lienzo Modelo Canvas**



## 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.

Burbano, F. Rojas, E. (2017). Propuesta de integración del modelo para construcción de soluciones y el modelo de negocio Canvas para el desarrollo de sistemas telemáticos. *Revista ingenierías universidad de Medellín*, 16 (31), 173-197.

Cadenas, J. M. G. (2014). *La enseñanza de los estilos de natación: crol, espalda, mariposa y braza: Manual para monitores, profesores y practicantes*. Wanceulen SL.

Castello-Martinez, A. (2012). Del ROI al IOR: el retorno de la inversión de la comunicación empresarial y publicitaria en medios sociales. *Introducción a la Investigación de Medios Publicitarios*.

Contreras Contreras, M. A., Ruales Villanueva, M. Á., & Salinas Vergaray, A. (2018). Plan estratégico para Uber Perú 2018-2022.

García, J., Robles, F., & Morilla, J. (2005). Análisis comparativo de los beneficios de la natación en jóvenes adolescentes en relación del número de sesiones semanales.

Herrera, D. C. F. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & Desarrollo*, 23(107), 118-142.

Isidro, F., Heredia, J. R., Pinsach, P., & Costa, M. R. (2007). MANUAL DEL ENTRENADOR PERSONAL. del fitness al wellness (color) (Vol. 93). Editorial Paidotribo.

Juste, M. ., & Redondo, Y. (2006). Marketing de relaciones en los canales de distribución: un análisis empírico. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, (29), 5-30.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2008). *Fundamentos de Marketing*. México: Pearson.

López, R. R. (2019). *Análisis de los elementos del costo*. IMCP.

Maglischo, E. W. (2011). *Natación: técnica, entrenamiento y competición*. Paidotribo.

Mazón Arevalo, L., Villao Burgos, D., Núñez, W., & Serrano-Luyó, M. (2017). Análisis de punto de equilibrio en la toma de decisiones de un negocio: caso Grand Bazar Riobamba–Ecuador. *Revista de estrategias del desarrollo empresarial*, 3(8), 14-24.

Mejía, C. (2003). La propuesta de valor. *Documentos Planning. Publicación periódica coleccionable*. Extraído el, 25.

Osterwalder, A. & . ((2011).). *Generación de modelos de negocios*.

Prieto Saborit, J. y Nistal Hernández, P. (2005). La actividad acuática: una alternativa de salud contra los hábitos insanos de los adolescentes. II Congreso internacional de actividades acuáticas.

Schneider, M. (2000). *Aquafitness: gimnasia acuática en grupos reducidos*. Inde.

Zomeño Álvarez, T. y Marín de Oliveira, L. (2005). Evaluación de la condición cardiovascular acuática en personas mayores que acuden a un programa de gimnasia acuática. II Congreso internacional de actividades acuáticas.