



Dusprolab

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

David Orlando Gómez 2213637

Duván Sarmiento Forero 2200255

Juan Carlos Barragán Bohórquez 2200426

Asesor:

Luis Alejandro Diaz Zabaleta

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación
Bogotá D.C.
Mayo 2021

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
NOMBRE	9
LOGOTIPO	9
SLOGAN	9
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	11
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	11
CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR	24
CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO	25
CAPITULO III: CANALES.....	28
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES	30
CAPITULO V: INGRESOS.....	31
CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES	36
CAPITULO VII: ASOCIACIONES CLAVES	37
CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES.....	40
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS	42
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA.....	47
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO	53
REFERENCIAS	55



INTRODUCCIÓN

La idea de negocio nace cuando comienza la pandemia a principios del 2020 y me quedo sin trabajo, pasan los minutos, días y meses sin tener ingresos y los gastos siguen llegando. Los gimnasios no abrían y las personas optan por entrenar en casa pero no era lo mismo, notamos que debido al covid-19, las personas empezaban a tener malos hábitos de vida, un incremento del sedentarismo y esto generaba mayor complicación al contraer dicha enfermedad, aparte de esto también comenzaba aparecer el estrés, ansiedad y depresión, esto debido al confinamiento que el gobierno estipulaba por periodos de tiempo, como nos habla Brooks, S.K. et al. (2020), donde los autores concluyeron que el impacto psicológico del confinamiento es amplio, sustancial y puede ser duradero, otro factor importante que observamos fue que las personas no tenían la herramienta para realizar un entrenamiento especializado y específicamente hacia la hipertrofia muscular, también se observó que las personas no quería ir a entrenar en lugares donde hubiera demasiadas personas, entonces nace la idea de realizar un gimnasio de un aforo de 6 personas, limitado generando exclusividad hacia el cliente.

entonces nace la idea de montar un gimnasio con capacidad limitada generando exclusividad hacia el cliente.

MODELO DE NEGOCIO

De acuerdo con lo anterior el cliente potencial de nuestra empresa va desde adolescentes hasta adultos donde encontraran planes de un mes de entrenamiento, el cual tendrá una valoración inicial, mensual y final, plan de entrenamiento personalizado enfocado al objetivo de cliente, asesoría nutricional, soporte de inquietudes vía WhatsApp 14 horas al día,



parqueadero, Contamos entrenadores calificados y experimentados, instalaciones adecuadas para la realización de los procesos de entrenamiento donde encontrarán maquinaria de calidad, de manufactura italiana como son mancuernas, colchonetas, balones medicinales, balones de pilates, bancos, máquinas de musculación para miembros inferiores y superiores, escaladora, espejos para la correcta ejecución de los ejercicios, además cuenta con dispensador de agua, baño, zona para dejar objetos personales. Todo esto contribuirá a al mejoramiento de la calidad y estilo de vida de cada uno de nuestros clientes imagen para nosotros.

En cuanto a nuestra experiencia somos estudiantes de último semestre de la facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación de la universidad santo tomas de Bogotá, Colombia y en cuanto a La experiencia laboral que teníamos en ese momento era entrenamiento personalizado independiente, asesorías en línea y también con el gimnasio Bodytech. Por lo tanto, la población a la que nos dirigimos son adolescentes, jóvenes y adultos, donde su clasificación socioeconómica se encuentre en estratos 4, 5 y 6

Ofrecemos resultados estéticos y fisiológicos hacia nuestros clientes potenciales, mensualmente realizamos una valoración con antropometría y fotos para un seguimiento de 4 semanas, cada mes se garantiza resultados sean mínimos o exponenciales. La necesidad de nuestro cliente potencial es aumento de la masa muscular y oxidación de grasa, por medio de un entrenamiento personalizado y especializado hacia la hipertrofia muscular, el cliente podrá ver resultados cada 4 semanas en Dus Pro Lab.

Formación técnica para esta idea de negocio:



Durante la carrera adquirimos conocimientos de las diferentes materias que son fundamentales para el desarrollo del proyecto como lo fueron fisiología del ejercicio, biomecánica del ejercicio, entrenamiento personalizado y grupal entre muchas otras y esto nos permite conocer la importancia de algunos factores para que intervienen en mundo del fitness como lo es La fisiología, ya que en el ejercicio es indispensable para poder entender el funcionamiento del cuerpo humano, ya que nos ayuda a comprender como afecta el ejercicio físico en el organismo de la persona y los beneficios que trae, por lo que a través de la fisiología podemos realizar programas de entrenamiento específicos para cada persona y optimizar los resultados que se quieren lograr, ahora hablando de hipertrofia muscular tenemos que tener en cuenta que cada músculo tiene una forma diferente para realizar su contracción muscular y diferentes maneras de estimulación y esto a su vez tiene que ir complementada con una dieta para generar resultados, y a nivel articular tenemos que tener en cuenta la biomecánica importante saber los ángulos articulares para ejecutar un ejercicio correctamente, y evitar lesiones o desgarros musculares.

Para Sánchez-Aguilerael (2016) realizar ejercicio físico de forma continua favorece con adaptaciones positivas en aspectos como los niveles de citoquinas inflamatorias e índices de VRC9, esto se ve reflejado en una reducción de la actividad del sistema nervioso simpático, también afecta de forma positiva sobre la composición corporal y el fitness (p.276).0

Marco normativo

Dusprolab formará una sociedad por acciones simplificadas (SAS), la cual fue iniciada en la ley 1258 del 2008 en la legislación de Colombia, esta sociedad es de capitales naturaleza comercial que puede crearse mediante acto o contrato unilateral y constara en un



documento privado. El documento primeramente se autentificará de manera previa a la inscripción en la Cámara de Comercio, por los socios que participen en la sociedad. Esta autenticación debe realizarse directamente o a través de un apoderado.

Cuando los activos aportados a la sociedad tengan bienes cuya transferencia requiera de escritura pública, la constitución de la sociedad debe realizarse de igual manera e inscribirse en los registros correspondiente. Cuando ya este inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica diferente de sus accionistas..

¿Por qué es importante para Dusprolab la sociedad por acciones simplificadas?

Las sociedad SAS para Dusprolab es la mas flexible ya que no requiere establecer una duración determinada, y esto a su vez se ve reflejado en la empresa en reducción de costos debido a que no se debe realizar ninguna reformas estatutarias cuando este próximo a finalizar la duración de la sociedad.

- El pago del capital se puede realizar hasta por 2 años, esto permite a los socios obtener el capital para el pago de las acciones.
- La SAS únicamente estará obligada a tener un revisor fiscal cuando los activos brutos al final del año o 31 de diciembre del año anterior sean mayores a tres mil salarios mínimos.
- Mejor flexibilidad en cuanto a los derechos patrimoniales.

Ley 1014 del 2006 de fomento de la cultura del emprendimiento

Para Dusprolab esta ley nos da un ejemplo de lo que significa emprendedor y emprendimiento, el emprendedor es aquella persona pueden crear e innovar y de la misma manera poder generar beneficios y en emprendimiento es una forma de pensar y un



comportamiento para saber aprovechar las oportunidades y el resultado de iniciar con un emprendimiento o creación de empresa debe beneficiar a la economía, a la sociedad y por supuesto a la compañía misma.

La ley busca que todas las instituciones de educación realicen, reflexionen y planteen nuevas formas para que dentro del modelo educativo puedan inculcar y desarrollar la creatividad y buscar riesgos como lo hacen los niños y con el pasar de los años y todas las experiencias vividas pueden desarrollarse como personas emprendedoras e innovadoras.

Ley 181 de 1995 de fomento del deporte, recreación y tiempo libre

La importancia de esta ley para Dusprolab esta reflejada de acuerdo con la promoción del deporte y tiempo libre ya que por medio de estos espacios se logra incubar o inculcar hábitos de vida saludable en la sociedad que permite acceder al derecho de que todas las personas acceso libre a una formación física y espiritual adecuadas. También el fomento e implementación de la educación física para contribuir a la formación y desarrollo integral de las personas en cada una de sus etapas y facilitar el cumplimiento de sus obligaciones como miembro de la sociedad.

Proyección de la empresa

Objetivos a corto plazo

Dusprolab busca reducir la tasa de mortalidad a causa de enfermedades crónicas no transmisibles tales como la diabetes, hipertensión, dislipidemia y demás esto a través de entrenamientos individualizados para cada usuario que centre su objetivo en cada uno de ellos y se pueda cumplir el mismo a cabalidad.



Tenemos como meta por cada hora de ingreso que cada entrenador tenga dos usuarios es decir 6 usuarios por hora. La empresa cuenta con entrenadores profesionales en formación de cultura física deporte y recreación de la universidad santo tomas, se tiene pensado vincular personas de la misma universidad que estén por culminar su carrera universitaria. posterior a ello habrá mucho más tiempo para dedicarle al gimnasio y se buscará abrir más sedes para que la empresa se establezca y se acredite, se tiene pensado empezar con una sede ubicada en el sector de gran granada cerca de la calle 80, ya que un empleado cuenta con una casa amplia la cual se puede remodelar. posterior a ello se hará un estudio de mercado profundo para saber dónde podremos ubicar nuestra nueva sucursal.

Cada usuario tendrá su seguimiento mediante la plataforma virtual y se mantendrá en seguimiento vía WhatsApp esto hará que cada proceso sea individualizado y que cada entrenador va a estar 100% atento de las necesidades de sus usuarios.

Como empresa de entrenamiento netamente personalizado en la localidad de Usaquén Dusprolab busca mejorar la calidad de vida de todas las personas que se encuentren en dicha localidad

Objetivos a mediano plazo

Como primera empresa a nivel Bogotá que brinda entrenamientos netamente personalizados Dusprolab busca mejorar la calidad de vida de cada usuario, también busca potenciar otras disciplinas deportivas como lo son el fútbol, la natación, basquetbol y demás disciplinas a través de sus entrenamientos personalizados. Dusprolab no solo se enfoca en la estética y prevenir enfermedades si no también busca potenciar distintas disciplinas deportivas.



Objetivos a largo plazo

Como empresa de entrenamiento netamente personalizados Dusprolab busca mejorar el estilo de vida del usuario, también busca potenciar otras disciplinas deportivas como lo son el fútbol, la natación, básquetbol y demás disciplinas a través de sus entrenamientos personalizados. Dusprolab no solo se enfoca en la estética y prevenir enfermedades si no también busca potenciar distintas disciplinas deportivas.

NOMBRE

DUSPROLAB

LOGOTIPO



El logo lo enfocamos hacia un soporte técnico basado en actividad física orientado por profesionales del deporte ya que las personas buscan esto y en color amarillo porque refleja inteligencia, originalidad y alegría.

SLOGAN

Porque conformarse, vive una experiencia única

El slogan lo decimos ya que nuestra compañía quiere que cada cliente experimente un plan de entrenamiento único y diseñado para su bienestar y objetivo, ya que en los gimnasios tradicionales se realiza todo de una manera muy general.

MISIÓN



Dusprolab es una empresa de entrenamientos personalizados y semi personalizados, que busca brindar un bienestar físico-mental en el usuario que toma nuestros servicios, a través de los entrenamientos individualizados que mejoran la calidad de vida de los usuarios, generamos hábitos de vida saludables, en donde prima la salud de cada uno de nuestros entrenados.

VISIÓN

Para el 2025 Dusprolab se deberá posicionar en el primer lugar de entrenamientos personalizados y semi personalizados a nivel Bogotá para generar ese bienestar físico mental en todos los bogotanos y a través de ello mejorar su calidad de vida y evitar posibles enfermedades que se desatan con el pasar de los años

Contamos con personal capacitado para que el usuario inicie su programa de entrenamiento desde ya, mediante procesos individualizados, métodos de entrenamiento tales como clusters, isometría y demás, lograremos posicionar nuestra marca como la primera a nivel Bogotá.



FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Las columnas de la empresa siempre el respeto ya que si este seria complicado relacionarse y tener límites con las personas, ya que nos permite apreciar, reconocer, aceptar y valorar las cualidades que tiene cada persona por eso es un valor fundamentas en nuestra empresa , la amistad ya que a través de ella nos permite entablar una relación con cada cliente y así integrar a la empresa con cada usuario y tengan sentido de pertenencia, el compañerismo es de importancia ya que siempre se debe estar a disposición de nuestro prójimo, la empatía ya que nos permite como empresa estar dispuesto ayudar y ofrecer lo mejor de nosotros para el bienestar de cada usuario, poniendo siempre los principios y valores que nos permiten estar en una comunidad. Buscamos formar personas sanas, pero también que resalten los valores de nuestra empresa.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Nuestra empresa pertenece al sector de prevención en salud a través del ejercicio físico, se quiere como empresa posicionarse en nivel competitivo más alto posible, esto para aumentar el número de usuarios y así expandirnos de forma exponencial, el segmento de mercado de compañías dedicada al entretenimiento físico son insuficientes y varias veces no tienen servicio de entrenamiento personalizado o su calidad no es, y esto es positivo para nuestra empresa ya que nos permite evolucionar y crecer en la ciudad de Bogotá. Este segmento de mercado se ha incrementado con los años, esto por el aumento del ritmo de trabajo de las personas y a su vez la necesidad de verse bien, sentirse bien, y adquirir hábitos saludables para tener una calidad de vida mejor, con este aumento se hace referencia a la alta demanda del servicio de entrenamiento físico por parte de la población para llevar una vida



saludable, en consecuencia nuestro servicio siempre debe estar a la vanguardia de lo actual con calidad y con los mejores materiales y métodos con tecnología de punta, para satisfacer las necesidades de cada uno de nuestros usuarios donde esto nos lleve a incrementar el numero de usuarios, es importante realizar un excelente servicio, para que la persona se sienta conforme y transmita a otras personas de la calidad de la empresa y su excelente servicio, y de esta manera mejorar en las deficiencias que se presenten en el servicio y incorporar nuevas estrategias que nos permitan desarrollarnos y ser mas competitivos en el mercado.

Se realizará una encuesta para tener más información sobre los clientes potenciales para Dus Pro Lab.

Encuesta:

1. ¿qué edad tiene?

15 a 20 años

20 a 30 años

30 a 40 años

40 a 50 años

50 a 60 años

2. sexo

masculino

femenino

1. 3. ¿cree tener mejores resultados con un entrenador personalizado?

• si

• no



4. ¿estaría dispuesto a invertir en un entrenador personalizado?

- si
- no
- tal vez

5. ¿qué es importante para usted de un entrenador personalizado?

- experiencia en el área
- títulos académicos
- ambos

6. ¿prefiere un entrenamiento personalizado, que ir al gimnasio solo?

- entrenamiento personalizado
- ir solo al gimnasio

7. ¿alguna vez en su gimnasio le han dicho que le garantizan resultados?

si

no

8. ¿qué cambios espera ver con la actividad física?

- aumento de masa muscular
- oxidación de grasa
- las dos

9. ¿cómo pagaría un entrenamiento personalizado?

- semanal
- mensual
- trimestral
- año

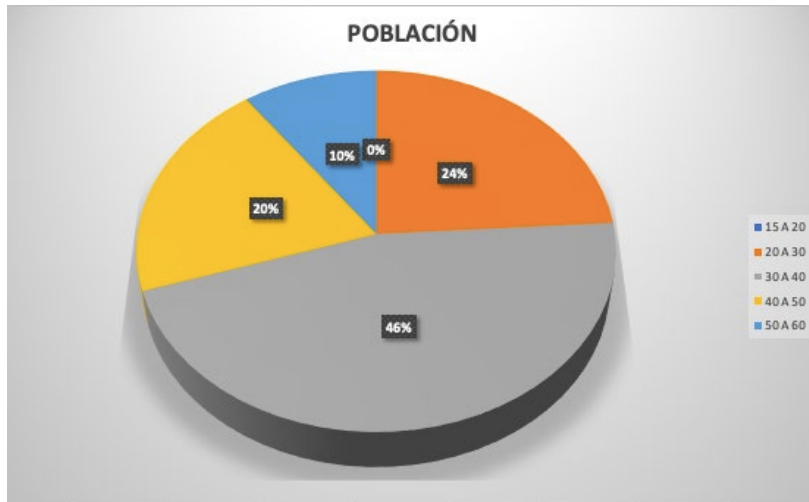
Para realizar una adecuada investigación de mercado es necesario analizar el panorama al que se enfrenta la empresa en el ámbito de entrenadores personalizados, mediante un



estudio donde es posible analizar y comprender el target y la competencia; en el análisis de la encuesta fue posible realizar diferentes preguntas sobre, porque pagaría un entrenador personalizado, con estas preguntas es posible generar nuevas estrategias y nuevas propuestas de marketing deportivo que incentivan la actividad física y sobre todo la hipertrofia muscular mediante el desarrollando de la motivación.

Análisis de la encuesta

1. ¿qué edad tiene?



En esta pregunta podemos evidenciar que la mayor población está entre los 20 a 40 años, la cual es nuestra población objetivo ya que buscamos jóvenes – adultos como usuarios para nuestra compañía.

2. genero

- masculino
- femenino

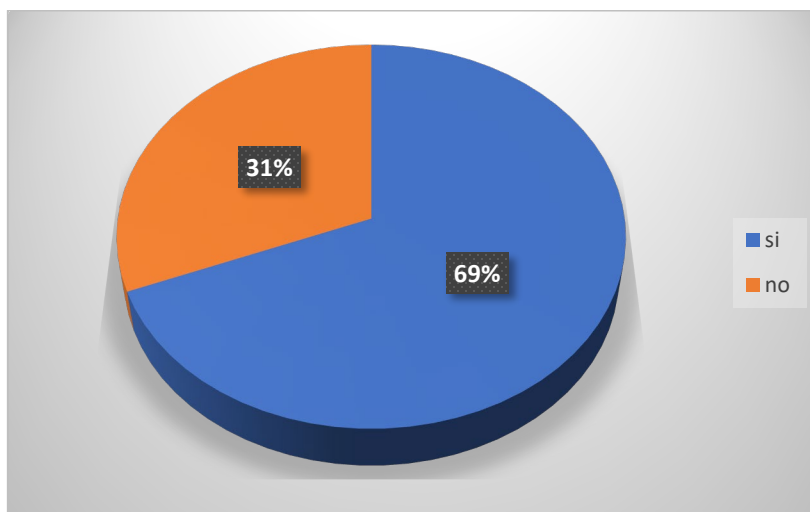




De acuerdo con la población entrevistada se encontró un alto porcentaje hombres en comparación a las mujeres, como compañía especializada hacia la hipertrofia muscular encontramos que los hombres en un gran porcentaje se inclinan hacia esto.

3. ¿cree tener mejores resultados con un entrenador personalizado?

- si
- no



Encontramos que el 69 % de la población entrevistada cree que para alcanzar mejores resultados con sus objetivos es mejor tener un entrenador personalizado que lo guie en su proceso de entrenamiento.



4. ¿estaría dispuesto a invertir en un entrenador personalizado?

- si
- no
- tal vez

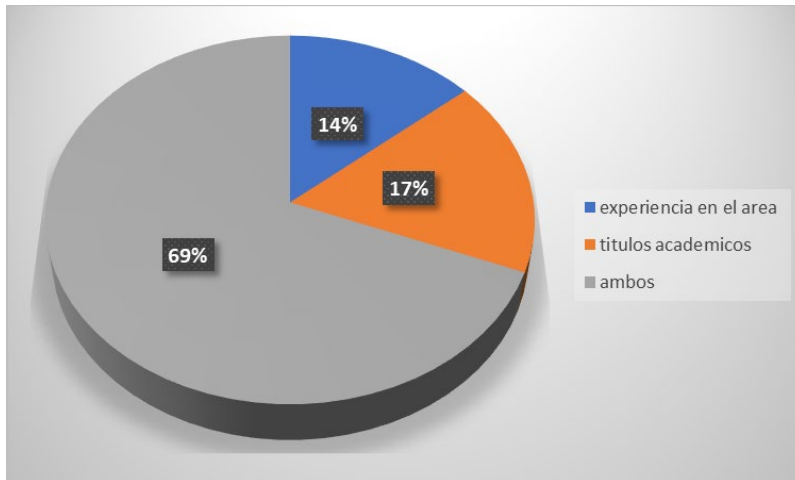


En esta pregunta se evidencio que el 56% estaría dispuesto a contratar un entrenador personalizado, un 16% dice que tal vez contrataría el servicio y 28% no contrataría los servicios, con lo cual como compañía buscaremos que ese 16% que duda, entre en el otro 56% que si está dispuesta y tratar de disminuir el 28% que no está dispuesto a invertir en servicios de entrenamiento personalizado.

5. ¿qué es lo primero que observa de un entrenador personalizado?

- experiencia en el área
- títulos académicos
- ambos





Observamos en esta pregunta que las personas en su gran mayoría buscan en un entrenador personalizado que cuente con experiencia y formación académica para que así maximice el plan de entrenamiento y puedan llegar al objetivo.

6. ¿prefiere un entrenamiento personalizado, que ir al gimnasio solo?

- entrenamiento personalizado
- ir solo al gimnasio



En esta pregunta encontramos que el mayor porcentaje prefiere realizar un entrenamiento con un entrenador personalizado ya que de esta manera piensan que pueden llegar a los resultados de manera más rápida y segura.



7. ¿alguna vez en su gimnasio le han dicho que le garantizan resultados?

- si
- no



Evidenciamos en esta pregunta que el 100% de las personas entrevistadas no le habían garantizado resultados ya que la mayoría de las empresas de entrenamiento no creen en su capacidad y su calidad y nosotros como compañía creemos en nuestros conocimientos y calidad para garantizar resultados, lo cual crea que el usuario tenga curiosidad y se inscriba.

8. ¿qué cambios espera ver con la actividad física?

- aumento de masa muscular
- oxidación de grasa
- las dos

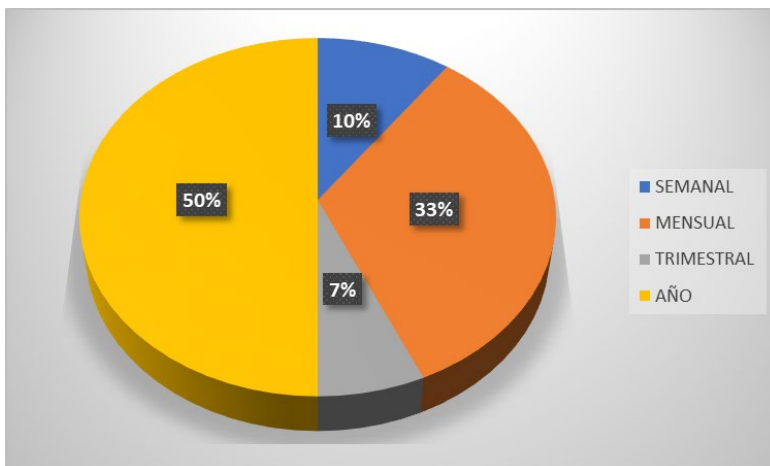




Observamos en esta pregunta que el 80% de las personas entrevistadas buscan un aumento de la masa muscular y oxidación de grasa con lo cual se ajusta muy bien a nuestra compañía ya que nos especializamos en esos campos y a si las personas alcancen sus objetivos de la mejor manera.

9 ¿cómo pagaría un entrenamiento personalizado?

- semanal
- mensual
- trimestral
- año



Esta pregunta encontramos que las personas prefieren realizar el pago de una membresía de dos formas mensual y año, lo cual para nuestra compañía es conveniente ya que nuestros métodos de pago son de estas dos formas y esto ayuda a que las personas pregunten y se interesen por nuestros servicios.

Conclusión de la encuesta

Concluimos a través de la encuesta lo que la población opina, si esta dispuesta a invertir, que es lo que busca en los servicios de entrenamiento personalizado y esto a su vez nos ayuda como empresa a detectar a grandes rasgos lo que quiere nuestro público objetivo y a través de esto implementar nuevas estrategias marketing, nuevas opciones de pago y desarrollar de la mejor manera nuestro servicio para que los usuarios se sientan a gusto con Dusprolab, nos permitió reconocer a las personas que viven a los alrededores de nuestro gimnasio están muy acorde a lo que buscamos como compañía y esto nos permitirá desarrollarnos y expandirnos de forma exponencial y así poder alcanzar nuestros objetivos de ser una compañía posicionada en el mercado, reconocida por su calidad y profesionalismo.

análisis de la competencia

DOFA para identificar los diferentes aspectos en cuanto al sector del fitness.

Oportunidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Una zona verde perfecta para desarrollar entrenamiento al aire libre y también una buena ventilación.	<ul style="list-style-type: none">• Empresas del sector con mayor tiempo en el mercado.• Cadenas de gimnasios low cost que tienen varias franquicias en la ciudad.



<ul style="list-style-type: none"> • Generar alianzas con nutricionistas y fisioterapeutas para ampliar los paquetes de servicios para los clientes. 	
Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none"> • Implementación de nuevas tecnologías para facilitar y agilizar procesos como agendamiento e información. • Exclusividad para el cliente. • Profesionales en el área fitness para prescribir entrenamiento personalizado especializado en la hipertrofia muscular. 	<ul style="list-style-type: none"> • Pocas estrategias a nivel del marketing para atraer nuevos clientes a la empresa.

Existen varias compañías que ofrecen servicios de entrenadores personalizados. El benchmarking se realizó tomando como referencia los servicios ofrecidos donde se incluyen entrenamiento personalizado en empresas de actividad física como “Bodytech” y “Spinning Center” porque cuentan con más de 20 años en el mercado.



Estos servicios se tomaron como guía para implementarlos al modelo de negocio, pero como ventaja especial referente a empresas en el sector de entrenamiento personalizado. Dus Pro Lab implementó además del entrenamiento personalizado, El acompañamiento de entrenamiento especializado hacia la hipertrofia muscular, lo que capta la atención de los posibles clientes para la adquisición de los servicios ofertados en diferentes planes para impactar los segmentos empresarial y familiar.

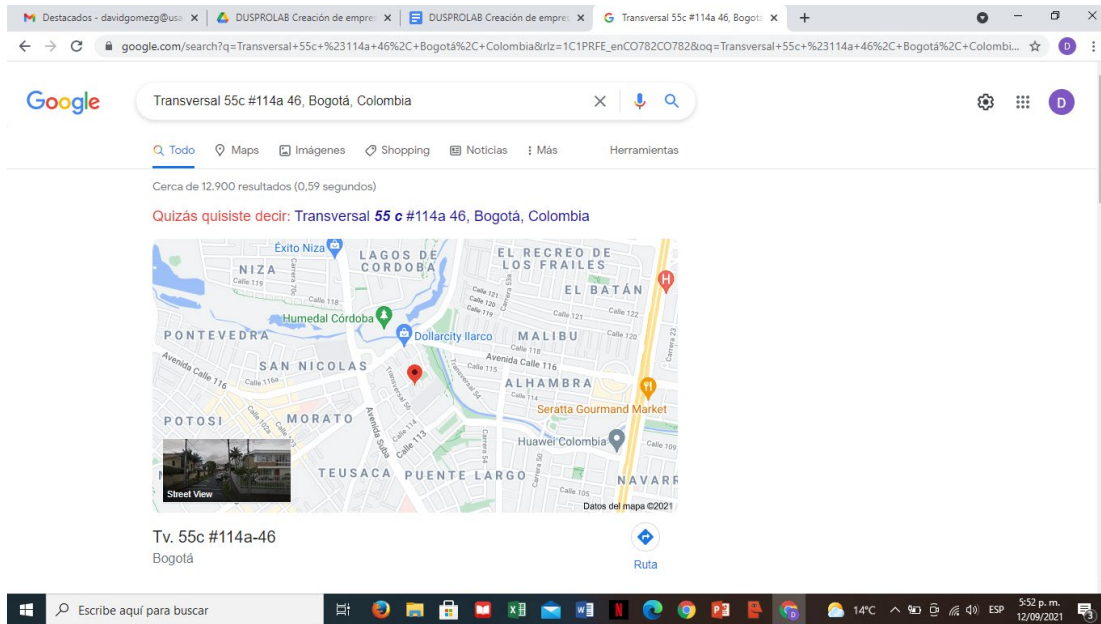
Por otra parte, Dus Pro Lab busca ser una empresa líder en el gremio de entrenadores personalizados obteniendo personal profesional que busquen potenciar la satisfacción de los clientes, es un requisito obligatorio para generar confianza en los clientes.

Lo que caracteriza a Dus prolab por encima de cualquier otro gimnasio es ese acercamiento con cada usuario, estamos 100% al tanto de sus objetivos, resultados. Somos una empresa que mantiene una relación adentro y afuera de las instalaciones, por lo general los gimnasios suelen comprometerse con sus clientes solo en las instalaciones, pero a través de nuestro chat de WhatsApp estamos al tanto de cualquier duda que tenga nuestro usuario esto hará que el usuario genere más adherencia con nosotros y a el ejercicio físico, otro plus de la empresa es que al ser un gimnasio personalizado sus máquinas están en mejores condiciones ya que el uso no es tan excesivo como un bodytech.

Aspectos geográficos

Dusprolab se encuentra ubicado en Bogotá en la localidad de suba, en el barrio ilarco.





Los puntos referentes para llegar son el dollarcity de ilarco, humedal Córdoba y el centro comercial ilarco.

Aspecto socioeconómico

Según el censo realizado en 2020 Bogotá cuenta con 7.7743.955 habitantes, Bogotá que es la capital del país suele ser el foco del comercio debido a su cantidad de habitantes.

Infraestructura

Dusprolab cuenta con servicio de luz eléctrica, servicio de telefonía e internet para que tengan acceso a sus redes sociales, agua potable, cuenta con una zona verde la cual permite que el usuario entrene al aire libre, cuenta con máquinas de calidad para el adecuado entrenamiento de cada usuario, también cuenta con un espacio de parqueadero.



CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR

En el segmento del entrenamiento de deportivo específicamente gimnasios muchas son las opciones que hay en el mercado, por eso decidimos crear un gimnasio en donde su fuerte sea lo personalizado, que el proceso que se lleva con el usuario sea individualizado y enfocado a su objetivo y para eso tendremos distintos planes como anteriormente mencionamos que podrán apartar personalmente o por las página web de la compañía, donde en todos se incluye valoraciones iniciales mensuales y finales, junto con asesoría nutricional y soporte de inquietudes 12 horas al día vía WhatsApp, además de eso tendrán una infraestructura de calidad para desarrollar el plan de entrenamiento con maquinaria de manufactura italiana y la sede cuenta con baño, dispensador de agua, casilleros y parqueadero gratis, esto de acuerdo a la experiencia, opiniones de los nuestros usuarios y también a lo que se vive en el mundo debido a la pandemia que no es muy seguro estar con grandes grupos de personas debió a que puede haber una alta probabilidad de contagio, por ello no hay aglomeraciones de gente que hace que muchas veces no se pueda usar alguna maquina por que otro usuario la está utilizando, esto no pasara en Dusprolab, también hay muchos usuarios que sienten incomodidad cuando mucha gente ingresa al gimnasio, al ser más individualizado lograremos captar la atención de ese tipo de clientes.



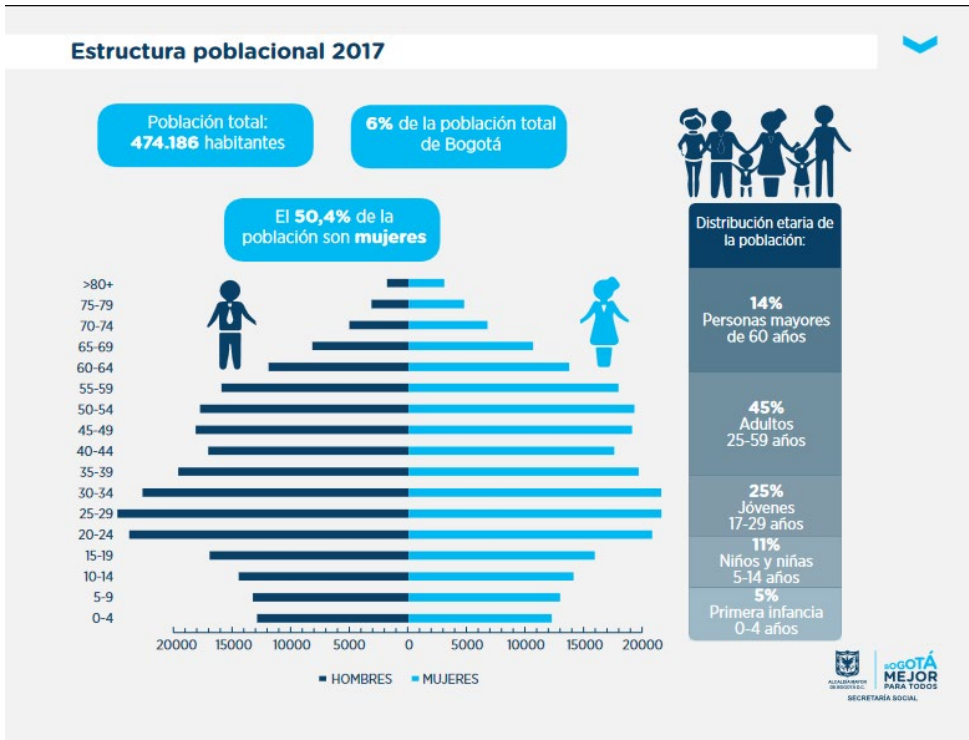
Por eso ofrecemos distintos planes de entrenamiento que se adecuan a las posibilidades de nuestros clientes, contamos con personal calificado que permitan desarrollar procesos de alta calidad en donde nuestra fortaleza se enfoca hacia hipertrofia muscular. Como ultimo y no menos importante son los entrenadores, están totalmente capacitados para cualquier tipo de casos que lleguen, son entrenadores que día a día leen y renuevan sus conocimientos acerca de entrenamiento físico.

- Diferencias
- Exclusividad para clientes
- Convenios con fisioterapeutas y nutricionistas
- implementación de nuevas tecnologías
- Personal capacitado
- Buena ventilación y aire libre

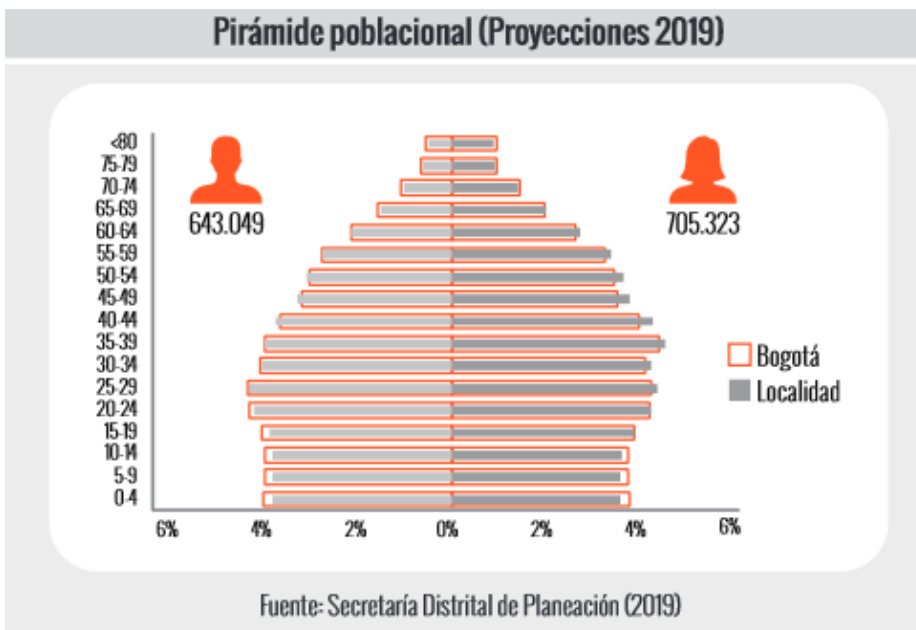
CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO

Geográfica: nuestros clientes objetivo viven en Colombia, en la ciudad de Bogotá específicamente en las localidades de suba y Usaquén cerca al barrio la alhambra. Donde el mayor porcentaje son los jóvenes y los adultos, como evidenciamos en el censo de la alcaldía de Bogotá en 2017 de la localidad de Usaquén.





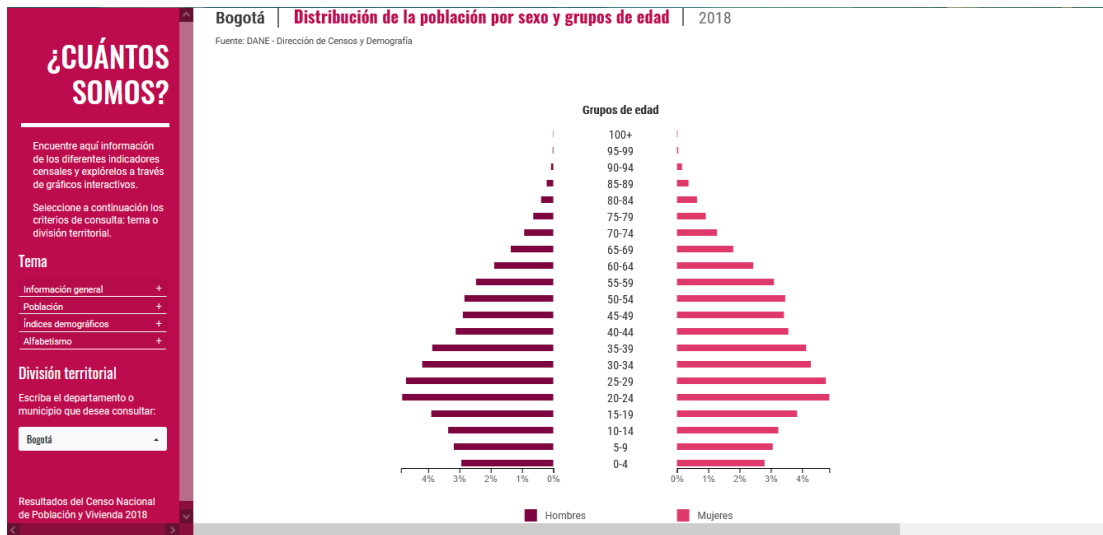
Y en la localidad de suba podemos evidenciar que el mayor porcentaje de personas va entre los 25 a los 29 años.



Demográfica: los clientes son mujeres u hombres, ya sean adolescentes, jóvenes y adultos de cualquier religión, creencia o etnia donde nuestro principal foco sea los jóvenes, que



tengan una capacidad económica estable que les permita adquirir nuestro servicio, de estrato 4,5 y 6. Porque los jóvenes, ya que son el mayor número de población en la ciudad de Bogotá como nos lo muestra el censo del DANE en 2019 en el cual viven 7.181.459 personas en total y el mayor porcentaje son jóvenes de 20 a 24 años de edad.



Psicográfica: Personas que estén interesadas en llevar un estilo y hábitos de vida saludable, el fitness, la musculación, que les interese llevar procesos individualizados y que pertenezcan a una clase social que les permita disponer de nuestros servicios.

Conductual: nuestros clientes son personas que les gusta llevar un proceso continuo, donde consumen de manera habitual nuestro servicio y creen una fidelidad con nuestra compañía. por lo cual nuestro mercado será diversificado en el cual buscaremos dar un servicio de calidad a un precio acorde a lo ofrecido.



CAPITULO III: CANALES

El servicio se transmitirá a los usuarios e interesados mediante una plataforma virtual en Google, esta tendrá toda la información acerca de los entrenadores y se ofertan distintos planes según la economía del usuario, cada plan está con su determinada descripción para informar al cliente. también encontrarán información en redes sociales como lo son Facebook e Instagram, allí se harán cortometrajes de los escenarios prestados y de algunos métodos de entrenamiento, se brindará unos pequeños tips para atraer la atención del cliente y que opten por tomar nuestro servicio.

También se realizarán unos volantes para repartir los cuales los remitirán a las redes sociales y página web.

Fase de información: En las redes sociales se harán pequeños videos demostrando el conocimiento de cada entrenador, cosas básicas pero fundamentales en un entrenamiento, como todo entra visualmente cada entrenador tiene una apariencia física que habla por sí sola esto llamará aún más la atención de los clientes.

Fase de evaluación: Esta se realizará a través de los comentarios o críticas que nuestro cliente nos presenta, nosotros realizaremos una respectiva retroalimentación, mediante ello iremos ajustando cosas para mantener una relación acorde con nuestro usuario.

Fase de compra: Los clientes pueden comprar el servicio vía electrónica generando un pago a una cuenta bancaria a través de la plataforma de Google o ya sea pagando en físico.



Fase de entrega: Si el pago es electrónico el usuario quedará registrado en una plataforma y su cuenta quedará activa hasta su terminación del plan o abandono de este, si el pago es presencial se realizará la inscripción en las instalaciones.

Fase de post venta: Esto se evidenciará al instante que él realiza el pago se le brinda información de todo el seguimiento a realizar, cuáles serán sus beneficios y demás.



CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

Mantendremos una relación mediante el WhatsApp o una llamada telefónica para orientar sobre nutrición, actividad física o inquietudes técnicas. De esta manera lograremos fidelizar al cliente y que se sienta a gusto con nosotros y siga contratando nuestros servicios. Es muy importante manejar una buena comunicación con el cliente saber cuáles son sus objetivos, que no es de su agrado, qué cosas le agradan más y muchas cosas más, siempre en camino a sus objetivos allí es donde la atención personalizada que tenemos para cada cliente.

Somos una empresa muy receptiva a cualquier tipo de queja o reclamo que nos presenta algún cliente y buscamos dar solución de cualquier manera. Mediante los aspectos mencionados anteriormente ganaremos esa confianza con el cliente y de esta manera logramos fidelizar nuestros clientes y a través de los resultados que se verán reflejados en cada cliente vía voz a voz logramos captar la atención más clientes, por otro lado, están las redes sociales donde día a día se sube contenido y este contenido permite que más personas conozcan nuestro modelo de trabajo.

Estimulación de las ventas:

-habrá un día de cortesía para que el cliente vea las instalaciones, tome una rutina y experimente cómo es nuestro trabajo

-Si llega algún cliente nuevo referido por uno antiguo se reducirá su plan en un 15%



-Habrá planes pareja los cuales tendrán el 35% de descuento.

CAPITULO V: INGRESOS

Servicio deportivo			
Servicio	Horas semanales	valor mensual	Valor año
entrenamiento personalizado	6	\$ 1,422,050.00	\$ 17,064,600.00

Servicio deportivo				
Servicio	valor mensual	costo variable	Margen de contribución	unidades propuestas a vender al año
entrenamiento personalizado	\$ 1,422,050.00	\$ -	\$ 1,422,050.00	20

Flujo de caja			
Mes	egresos	ingresos	total
Enero	\$ 16,787,190.00	\$ 28,441,000.00	\$ 11,653,810.00
Febrero	\$ 15,437,190.00	\$ 28,441,000.00	\$ 13,003,810.00
Marzo	\$ 15,437,190.00	\$ 28,441,000.00	\$ 13,003,810.00
Abril	\$ 15,437,190.00	\$ 28,441,000.00	\$ 13,003,810.00
Mayo	\$ 15,437,190.00	\$ 28,441,000.00	\$ 13,003,810.00
Junio	\$ 15,437,190.00	\$ 28,441,000.00	\$ 13,003,810.00
Julio	\$ 15,437,190.00	\$ 28,441,000.00	\$ 13,003,810.00
Agosto	\$ 15,437,190.00	\$ 28,441,000.00	\$ 13,003,810.00
Septiembre	\$ 15,437,190.00	\$ 28,441,000.00	\$ 13,003,810.00



Octubre	\$ 15,437,190.00	\$ 28,441,000.00	\$ 13,003,810.00
Noviembre	\$ 15,437,190.00	\$ 28,441,000.00	\$ 13,003,810.00
Diciembre	\$ 15,437,190.00	\$ 28,441,000.00	\$ 13,003,810.00
Provisión impuesto de renta y CREE 25% + 9%	\$ 51,686,727.00		
final de año	\$ 238,283,007.00	\$ 341,292,000.00	\$ 103,008,993.00

Egresos mes a mes

Egresos mes de enero	Mano de obra directa	\$ 4,500,000.00
	Mano de obra indirecta	\$ -
	Costos indirectos	\$ 12,287,190.00
	depreciacion	\$ -
Total		\$ 16,787,190.00

Egresos mes de febrero	Mano de obra directa	\$ 4,500,000.00
	Mano de obra indirecta	\$ -
	Costos indirectos	\$ 10,937,190.00
	depreciacion	\$ -
Total		\$ 15,437,190.00

	Mano de obra directa	\$ 4,500,000.00
--	----------------------	--------------------



Egresos mes de marzo	Mano de obra indirecta	\$ -
	Costos indirectos	\$ 10,937,190.00
	depreciacion	\$ -
Total		\$ 15,437,190.00

Egresos mes de abril	Mano de obra directa	\$ 4,500,000.00
	Mano de obra indirecta	\$ -
	Costos indirectos	\$ 10,937,190.00
	depreciacion	\$ -
Total		\$ 15,437,190.00

Egresos mes de mayo	Mano de obra directa	\$ 4,500,000.00
	Mano de obra indirecta	\$ -
	Costos indirectos	\$ 10,937,190.00
	depreciacion	\$ -
Total		\$ 15,437,190.00

Egresos mes de junio	Mano de obra directa	\$ 4,500,000.00
	Mano de obra indirecta	\$ -
	Costos indirectos	\$ 10,937,190.00
	depreciacion	\$ -
Total		\$ 15,437,190.00



Egresos mes de julio	Mano de obra directa	\$ 4,500,000.00
	Mano de obra indirecta	\$ -
	Costos indirectos	\$ 10,937,190.00
	depreciacion	\$ -
Total		\$ 15,437,190.00

Egresos mes de agosto	Mano de obra directa	\$ 4,500,000.00
	Mano de obra indirecta	\$ -
	Costos indirectos	\$ 10,937,190.00
	depreciacion	\$ -
Total		\$ 15,437,190.00

Egresos mes de septiembre	Mano de obra directa	\$ 4,500,000.00
	Mano de obra indirecta	\$ -
	Costos indirectos	\$ 10,937,190.00
	depreciacion	\$ -
Total		\$ 15,437,190.00

Egresos mes de octubre	Mano de obra directa	\$ 4,500,000.00
	Mano de obra indirecta	\$ -
	Costos indirectos	\$ 10,937,190.00
	depreciacion	\$ -
Total		\$ 15,437,190.00



Egresos mes de noviembre	Mano de obra directa	\$ 4,500,000.00
	Mano de obra indirecta	\$ -
	Costos indirectos	\$ 10,937,190.00
	depreciacion	\$ -
Total		\$ 15,437,190.00

Egresos mes de diciembre	Mano de obra directa	\$ 4,500,000.00
	Mano de obra indirecta	\$ -
	Costos indirectos	\$ 10,937,190.00
	depreciacion	\$ -
Total		\$ 15,437,190.00

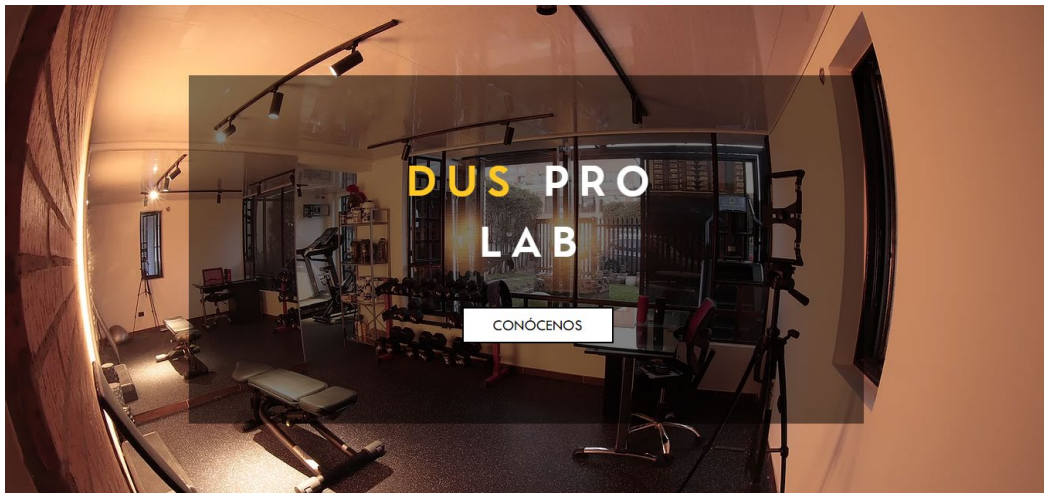
Proyección de ventas a un año			
Mes	valor mensual por usuario	valor	número de usuarios
enero	\$ 1,422,050.00	\$ 28,441,000.00	20
febrero	\$ 1,422,050.00	\$ 28,441,000.00	20
marzo	\$ 1,422,050.00	\$ 28,441,000.00	20
abril	\$ 1,422,050.00	\$ 28,441,000.00	20
mayo	\$ 1,422,050.00	\$ 28,441,000.00	20
junio	\$ 1,422,050.00	\$ 28,441,000.00	20
julio	\$ 1,422,050.00	\$ 28,441,000.00	20



agosto	\$ 1,422,050.00	\$ 28,441,000.00	20
septiembre	\$ 1,422,050.00	\$ 28,441,000.00	20
octubre	\$ 1,422,050.00	\$ 28,441,000.00	20
noviembre	\$ 1,422,050.00	\$ 28,441,000.00	20
diciembre	\$ 1,422,050.00	\$ 28,441,000.00	20
final de año		\$ 341,292,000.00	20

CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES

Instalaciones



Dusprolab está ubicado en la localidad de suba en el barrio ilarco, es una casa propia la cual fue remodelada para adaptarla para que así se convirtiera en un gimnasio. Cuenta con varios espacios de musculación en los cuales encontramos la mejor calidad en máquinas (TECNHOGYM), se cuenta con una zona verde para entrenar al aire libre y una zona en la cual se realizarán las valoraciones de medidas antropométricas, médicas y técnicas, se realizará el control de cada usuario.

RECURSOS HUMANOS



Dusprolab cuenta con profesionales en formación de cultura física, deporte y recreación de la universidad santo tomas, personal totalmente apto para atender cualquier tipo de población, aparte de ello contaremos con un grupo interdisciplinario compuesto por nutricionista y profesionales en formación de cultura física, deporte y recreación

Todo el personal está totalmente capacitado ya que Dusprolab para la selección de talento humano hace unos filtros los cuales mide el aprendizaje de cada postulado para poder seleccionar los mejores profesionales en el área del entrenamiento deportivo.

RECURSOS ECONÓMICOS


Nosotros como fundadores y socios de Dus Prolab contamos con formación de alta calidad, a lo largo de la carrera se ha estado ahorrando para formar las bases de este proyecto, pero como la inversión es aproximadamente de doscientos millones y medio, se decide hacer un préstamo bancario con el resto de la plata necesaria contando de que a finales de año después de montado el gimnasio se logre recuperar la inversión.

CAPITULO VII: ASOCIACIONES CLAVES

Dus Pro Lab contará con diferentes tipos de asociaciones, la primera de ellas serán las alianzas estratégicas entre empresas no competidoras donde se vinculan compañías de otros sectores. Las alianzas que la empresa establecerá para un mejor funcionamiento, incrementar sus ingresos y prevenir inconvenientes.

Empresa	Tipo alianza	Beneficios	Razón de la asociación
----------------	---------------------	-------------------	-------------------------------





<p>City Parking</p> 	<p>Permanente</p>	<p>Descuento en la mensualidad ó descuento por el uso del servicio.</p>	<p>City parking ya que cuenta con espacios amplios, parqueaderos estratégicos y un buen servicio por parte de los colaboradores .</p>
<p>Glamping Colombia</p> 	<p>Temporal</p>	<p>Complementar las actividades de entrenamiento físico con esparcimiento.</p>	<p>Cubrir esa necesidad en los servicios que requieran su realización en varios días como planes de relajación, fogatas, gastronomía, caminatas ecológicas y cabalgatas.</p>

Por otra parte, Dus Pro Lab también cuenta con el tipo de asociación cliente-proveedor para garantizar y asegurar la fiabilidad de los suministros o insumos para el desarrollo de los servicios, en este tipo de asociación se incluye artículos deportivos y alimentación saludable.

Empresa	Tipo alianza	Beneficios	Razón de la asociación
Andrés carnes de res		Variedad de carnes con	Facilidad de la empresa para



	Permanente	alto contenido proteico. ubicado en el centro comercial Iserra 100	cocinar grandes cantidades de carne y tener cobertura en toda la ciudad.
Pro Champions 	Permanente	25 % de descuento en toda la tienda.	Artículos deportivos 100 % originales importados directamente de Estados Unidos.

Las asociaciones mencionadas anteriormente como la alianza estratégica como de relación comprador-suplidor se establece una motivación por optimización y economía de escala. Del mismo modo busca optimizar la asignación de recursos y asimismo reducir sus costos, en otras palabras, a mayor cantidad en la solicitud de un producto o servicio menor será su costo por unidad.

Además, implementamos otra asociación con la empresa Coca Cola, inicialmente como promotor comercial, posteriormente como proveedor de agua con el producto Agua Manantial quien aportará hidratación gratuita y algunos obsequios de la marca a clientes de Dus Pro Lab en las actividades turísticas para así captar nuevos prospectos para su marca de esta manera se alcanzará un beneficio mutuo de ambas empresas.





CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

Nuestra empresa prestará a sus clientes diferentes actividades. Son las acciones más importantes para generar crecimiento en la empresa. Dus Pro Lab se caracteriza por ofrecer servicios de calidad y de acompañamiento personal en la actividad física y a su vez crear una comunidad entre sus clientes. Hay que resaltar que la empresa plantea como categoría de actividades la solución de problemas por medio de la cual se busca combatir problemáticas en el individuo y su entorno como, trastornos mentales entre ellos ansiedad, estrés y depresión causados por un cansancio laboral y en esta década por el actual aislamiento social por la pandemia ocurrida, por otro lado, las enfermedades crónicas no transmisibles como sobrepeso, obesidad, hipertensión y diabetes.

Implementamos actividades como semi entrenamiento personalizado, asesoría nutricional, de ayudas ergogénicas nutricionales, acompañamiento vía WhatsApp. Igualmente se incluyeron plataformas digitales como redes sociales y el sitio web lo que favorecerá procesos de agendamiento e información acerca de nuestra empresa.

Actividad	Responsable	Duración
------------------	--------------------	-----------------



<p>Entrenamiento personalizado</p> 	<p>Profesionales en Cultura Física Deporte y Recreación</p>	<p>45 a 60 minutos</p>
<p>Entrenamiento personalizado semi</p> 	<p>Profesionales en Cultura Física Deporte y Recreación</p>	<p>45 a 60 minutos</p>
<p>asesoría de alimentación inteligente</p> 	<p>Profesionales en Nutrición Deportiva</p>	<p>30 a 40 minutos</p>
<p>Asesoría de ayudas ergogénicas nutricionales</p> 	<p>Profesionales en Cultura Física Deporte y Recreación</p>	<p>20 a 35 minutos</p>
<p>Acompañamiento WhatsApp</p> 	<p>Profesionales en Cultura Física Deporte y Recreación</p>	<p>12 horas en el día</p>



CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Costos Fijos			
nomina	Cantidad	valor unidad	Valor/mes
profesionales en cultura física	3	\$ 1,500,000.00	\$ 4,500,000.00
Arriendo	1	\$ 2,000,000.00	\$ 2,000,000.00
servicios (agua y luz)			\$ 320,000.00
plan de celulares	3	\$ 75,764.00	\$ 227,970.00
TOTAL		\$ 3,575,764.00	\$ 7,047,970.00

Costos Variables			
Costo	cantida d	Valor unitario	valor total
Mantenimiento (cada 8 meses)		\$ 1,350,000.00	\$ 1,350,000.00
Polea multi uso	1	\$ 43,000,000.00	\$ 43,000,000.00
Máquina de Prensa	1	\$ 28,000,000.00	\$ 28,000,000.00
banco multi uso	1	\$ 8,000,000.00	\$ 8,000,000.00
Máquina de extensión	1	\$ 18,000,000.00	\$ 18,000,000.00
maquina Leg curl	1	\$ 30,000,000.00	\$ 30,000,000.00
Mancuernas y soporte	1	\$ 10,000,000.00	\$ 10,000,000.00
rack olímpico	1	\$ 25,000,000.00	\$ 25,000,000.00
Maquina escalera	1	\$ 45,000,000.00	\$ 45,000,000.00
Trotadora	1	\$ 8,000,000.00	\$ 8,000,000.00



Bicicleta estática	1	\$ 5,000,000.00	\$ 5,000,000.00
steps	2	\$ 99,100.00	\$ 198,200.00
Cajón pliométrico	1	\$ 325,100.00	\$ 325,100.00
colchonetas	5	\$ 63,600.00	\$ 318,000.00
sets de bandas elásticas	2	\$ 27,800.00	\$ 55,600.00
bandas elásticas de poder (negra)	1	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00
bandas elásticas de poder (roja)	1	\$ 15,300.00	\$ 15,300.00
bandas elásticas de poder (morada)	1	\$ 35,100.00	\$ 35,100.00
bandas elásticas de poder (verde)	1	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
lazos para saltar	2	\$ 7,000.00	\$ 14,000.00
balones medicinales (3KG)	1	\$ 129,100.00	\$ 129,100.00
balones medicinales (5KG)	1	\$ 176,300.00	\$ 176,300.00
balones medicinales (7KG)	1	\$ 226,000.00	\$ 226,000.00
cuerda de batida	1	\$ 210,500.00	\$ 210,500.00
Bascula	1	\$ 100,200.00	\$ 100,200.00
Dispensador de agua	1	\$ 389,900.00	\$ 389,900.00
Piso	1	\$ 8,000,000.00	\$ 8,000,000.00
TOTAL			231,617,300

Costos directos				
Grupo	detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total



Elementos directos de trabajo	Polea multi uso	1	\$ 43,000,000.00	\$ 43,000,000.00
	Máquina de Prensa	1	\$ 28,000,000.00	\$ 28,000,000.00
	banco multi uso	1	\$ 8,000,000.00	\$ 8,000,000.00
	Máquina de extensión	1	\$ 18,000,000.00	\$ 18,000,000.00
	maquina Leg curl	1	\$ 30,000,000.00	\$ 30,000,000.00
	Mancuernas y soporte	1	\$ 10,000,000.00	\$ 10,000,000.00
	rack olímpico	1	\$ 25,000,000.00	\$ 25,000,000.00
	Maquina escalera	1	\$ 45,000,000.00	\$ 45,000,000.00
	Trotadora	1	\$ 8,000,000.00	\$ 8,000,000.00
	Bicicleta estática	1	\$ 5,000,000.00	\$ 5,000,000.00
	steps	2	\$ 99,100.00	\$ 198,200.00
	Cajón pliométrico	1	\$ 325,100.00	\$ 325,100.00
	colchonetas	5	\$ 63,600.00	\$ 318,000.00
	sets de bandas elásticas	2	\$ 27,800.00	\$ 55,600.00
	bandas elásticas de poder (negra)	1	\$ 24,000.00	\$ 24,000.00
	bandas elásticas de poder (roja)	1	\$ 15,300.00	\$ 15,300.00
	bandas elásticas de poder (morada)	1	\$ 35,100.00	\$ 35,100.00



	bandas elásticas de poder (verde)	1	\$ 50,000.00	\$ 50,000.00
	lazos para saltar	2	\$ 7,000.00	\$ 14,000.00
	balón medicinal (3KG)	1	\$ 129,100.00	\$ 129,100.00
	balón medicinal (5KG)	1	\$ 176,300.00	\$ 176,300.00
	balón medicinal (7KG)	1	\$ 226,000.00	\$ 226,000.00
	cuerda de batida	1	\$ 210,500.00	\$ 210,500.00
	Bascula	1	\$ 100,200.00	\$ 100,200.00
TOTAL			\$ 221,489,100.00	\$ 221,877,400.00
Grupo	detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
Equipos de oficina	Portátil	3	\$ 2,500,000.00	\$ 7,500,000.00
	Escritorio	1	\$ 303,900.00	\$ 303,900.00
	sillas	3	\$ 153,900.00	\$ 461,700.00
Total			\$ 2,957,800.00	\$ 8,265,600.00
Grupo	detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total
dotación	Sudadera	3	\$ 68,000.00	\$ 204,000.00
Total			\$ 68,000.00	\$ 204,000.00
Costos mano de obra directa				
Grupo	detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total mes
Talento humano	Profesional en C.R.D.R	3	\$ 1,500,000.00	\$ 4,500,000.00



Total			\$ 1,500,000.00	\$ 4,500,000.00
-------	--	--	--------------------	--------------------

Costos mano de obra indirecta				
Grupo	detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total mes
Total				
Costos indirectos				
Grupo	detalle	Cantidad	Valor unitario	Valor total mes
Costos indirectos	Arriendo	1	\$ 2,000,000.00	\$ 2,000,000.00
	Dispensador de agua	1	\$ 389,900.00	\$ 389,900.00
	Piso	1	\$ 8,000,000.00	\$ 8,000,000.00
	Mantenimiento (cada 8 meses)		\$ 1,350,000.00	\$ 1,350,000.00
	servicios planes celulares	3	\$ 75,764.00	\$ 227,290.00
	TOTAL			\$ 11,815,664.00

Costos fijos	Mano de obra directa	\$ 4,500,000.00
	Mano de obra indirecta	\$ -
	Costos indirectos	\$ 12,287,190.00
	depreciación	\$ -
Total		\$ 16,787,190.00

Punto de equilibrio



Para que nuestra empresa este en punto de equilibrio se necesita vender 12 servicios de entrenamiento personalizado cada mes y no tener ganancias pero tampoco incurrir en perdidas.

Punto de equilibrio	÷	\$ 16,787,190.00	12 unidades que vender para estar en equilibrio
		\$ 1,422,050.00	

Servicio	valor mensual	unidades propuestas a vender	ingresos por ventas en equilibrio
entrenamiento personalizado	\$ 1,422,050.00	12	\$ 17,064,600.00

Estado de resultados en punto de equilibrio		
	Entrenamiento personalizado	Total
Ingresos por ventas	\$ 17,064,600.00	\$ 17,064,600.00
Costo variable	\$ -	\$ -
Margen de contribución	\$ 17,064,600.00	\$ 17,064,600.00
Costo fijo	\$ 16,787,190.00	\$ 16,787,190.00
Utilidades antes de impuestos en intereses		\$ 277,410.00

CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

ESTADO DE RESULTADOS



DE 01 DE ENERO A 30 DE DICIEMBRE DE 2021

Unidades proyectadas a vender (por mes)	20
Ventas	\$28,441,000
Costos Variables	\$238,532,900
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	\$28,441,000
Costos Fijos	\$7,047,970.00
UTILIDAD ANTES DE PROVISIÓN DE IMPUESTOS	\$154,695,720
Provisión impuesto de renta y CREE 25% + 9%	\$51,686,727
UTILIDAD DESPUES DE PROVISIÓN DE IMPUESTOS	\$103,003,993

BALANCE GENERAL			
DUSPROLAB			
	1/1/2021	al	31/12/2021
Balance general del			
ACTIVOS			
Activo corriente			
Efectivo	28,441,000		
Total activo corriente	28,441,000		
Activo no corriente			
Maquinaria y demas	238,532,900		
Total activo no corriente	238,532,900		
TOTAL ACTIVOS	266,973,900		
PASIVOS			
Pasivos corrientes			
Servicios			320,000



Internet	227,970
Arriendo	2,000,000
Entrenadores	4,500,000
Total pasivo corriente	7,047,970
PATRIMONIO	
Patrimonio total	259,925,930

Actividades de operación		
Entradas		28,441,000
Efectivo por clientes	28,441,000	
Salidas		7,047,970
Pago a entrenadores y gastos	7,047,970	
Efectivo neto	21,393,030	
Actividades de inversión		
Entradas		
Salidas		
Compra de maquinarias y demás implementos	238,532,900	
	-	
Efectivo neto	238,532,900	
Flujo neto de efectivo		
	-	
Saldo inicial de efectivo 01/01/2021	238,532,900	
Saldo final de efectivo 31/12/2021	341,292,000	

TIR	
Costo inicial	-238,532,900
Enero	28,441,000
Febrero	28,441,000
Marzo	28,441,000
Abril	28,441,000
Mayo	28,441,000
Junio	28,441,000
Julio	28,441,000
Agosto	28,441,000
Septiembre	28,441,000



Octubre	28,441,000
Noviembre	28,441,000
Diciembre	28,441,000
TIR	6%
TIR	
Costo inicial	-238,532,900
Enero	28,441,000
Febrero	28,441,000
Marzo	28,441,000
Abril	28,441,000
Mayo	28,441,000
Junio	28,441,000
Julio	28,441,000
Agosto	28,441,000
Septiembre	28,441,000
Octubre	28,441,000
Noviembre	28,441,000
Diciembre	28,441,000
Enero	28,441,000
Febrero	28,441,000
Marzo	28,441,000
Abril	28,441,000
Mayo	28,441,000
Junio	28,441,000
Julio	28,441,000
Agosto	28,441,000
Septiembre	28,441,000
Octubre	28,441,000
Noviembre	28,441,000
Diciembre	28,441,000
TIR	11%

Según Castillo,G (2011) “TIR se denomina la tasa interna de rentabilidad de cualquier proyecto de inversión. Este termino tiene un uso particular cuando queremos saber la rentabilidad que nos genera nuestro proyecto de inversión que requiere una serie de



desembolsos a lo largo del tiempo, pero también en otros momentos, nos va a generar una serie de ingresos”

Se realizaron dos tasas interna de retorno una a un año y otra a dos años, estas se hicieron con cada mes del año y las cuales nos indican los ingresos esperados mes a mes de la empresa, como se puede evidenciar en la tabla a lo largo de 4 años se recuperaría la inversión inicial, no es lo mas rentable pero cabe resaltar que la inversión es bastante elevada y toca con un poco mas de tiempo para recuperar esa inversión.

La TIR no supera el 12%, lo ideal seria superior a 18% pero resalto nuevamente el elevado costo que hubo en maquinaria, esto nos garantiza calidad a la hora de nuestros entrenamientos y que la gente se sienta augusta en Dus prolab su gimnasio..

VPN	
Inversión inicial	238,532,900
Tasa de descuento	6%
Año 1	14,311,974
Año 2	14,311,974
Año 3	14,311,974
Año 4	14,311,974
Año 1 : $14,311.974/(1+0.6)^1$	
Año1: 8,944,983	
Año 2: $14,311.974/(1+0.11)^2$	
Año 2: 11.615.919	
Año 3 : $14,311.974/(1+0.12)^3$	
Año 3: 10.186.980	
Año 4 : $14,311.974/(1+0.12)^4$	
Año 4: 9.090.518	
VPN : 8.944.983 + 11.615.919 + 10.186.980 + 9.090.518	
VPN: 39,843,400	

El VPN se usa para mirar la viabilidad del proyecto, a través de las ganancias que se genera mes a mes podemos evidenciar cuando logramos equilibrar el gasto de la inversión



inicial. Cómo se ve en la gráfica a lo largo de casi 4 años se logra recuperar esa inversión inicial.

Esto puede ser variable ya que lo que se tiene presupuestado es algo muy mínimo y se tiene pensado que mes a mes se generen más ganancias y así reducir el tiempo en el cuál se recupera la inversión inicial



LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

NOMBRE DE EMPRESA Socios clave	DUSPROLAB Actividades clave	Estudiantes: Juan Carlos Barragan, duvan samirino, y david gomez Propuesta de valor	Asesor: profesor luz alejandro diaz Segmento del mercado																																				
		Relacion con los clientes 																																					
Estructura de costos <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Servicio deportivo</th> <th colspan="2">Margen de contribucion</th> <th colspan="2">unidades propuestas a vender</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>entrenamiento personalizado</td> <td>valor mensual \$ 1,472,000.00</td> <td>costo variable \$ 1,472,000.00</td> <td>\$ 0</td> <td>20</td> <td>20</td> </tr> <tr> <td>entrenamiento personalizado</td> <td>valor mensual \$ 1,472,000.00</td> <td>costo variable \$ 1,472,000.00</td> <td>\$ 0</td> <td>12</td> <td>12</td> </tr> </tbody> </table>	Servicio deportivo		Margen de contribucion		unidades propuestas a vender		entrenamiento personalizado	valor mensual \$ 1,472,000.00	costo variable \$ 1,472,000.00	\$ 0	20	20	entrenamiento personalizado	valor mensual \$ 1,472,000.00	costo variable \$ 1,472,000.00	\$ 0	12	12	ESTADO DE RESULTADOS DE OBTENIDA A SU ENTRENAMIENTO EN 2023 unidades propuestas a vender por mes MANTENIMIENTO DE CONTRIBUCION UNIDAD ANTES DE RECEPCION DE INGRESOS UNIDAD DESPUES DE RECEPCION DE INGRESOS	Fuentes de ingreso <table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Actividades de Operación</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Entradas</td> <td>28,441,000</td> </tr> <tr> <td>Salidas</td> <td>7,267,270</td> </tr> <tr> <td>Excedente</td> <td>21,173,730</td> </tr> </tbody> </table>	Actividades de Operación		Entradas	28,441,000	Salidas	7,267,270	Excedente	21,173,730	<table border="1"> <thead> <tr> <th colspan="2">Actividades de Inversión</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Salidas</td> <td>238,532,200</td> </tr> <tr> <td>Excedente</td> <td>-238,532,200</td> </tr> <tr> <td>Saldo inicial de efectivo 01/01/2023</td> <td>-238,532,200</td> </tr> <tr> <td>Saldo final de efectivo 31/12/2023</td> <td>341,792,000</td> </tr> </tbody> </table>	Actividades de Inversión		Salidas	238,532,200	Excedente	-238,532,200	Saldo inicial de efectivo 01/01/2023	-238,532,200	Saldo final de efectivo 31/12/2023	341,792,000
Servicio deportivo		Margen de contribucion		unidades propuestas a vender																																			
entrenamiento personalizado	valor mensual \$ 1,472,000.00	costo variable \$ 1,472,000.00	\$ 0	20	20																																		
entrenamiento personalizado	valor mensual \$ 1,472,000.00	costo variable \$ 1,472,000.00	\$ 0	12	12																																		
Actividades de Operación																																							
Entradas	28,441,000																																						
Salidas	7,267,270																																						
Excedente	21,173,730																																						
Actividades de Inversión																																							
Salidas	238,532,200																																						
Excedente	-238,532,200																																						
Saldo inicial de efectivo 01/01/2023	-238,532,200																																						
Saldo final de efectivo 31/12/2023	341,792,000																																						
Logo 	Slogan Porque conformarse, vive una experiencia única																																						



Según Herrera,D (2015) “el lienzo canvas es una herramienta o método para analizar las ideas de nuestro negocio, esta idea fue creada por el consultor suizo Alexander Osterwalder, en el 2004. Este método describe de una manera razonable la forma en que las empresas crean, entregan y capturan valor (Osterwalder, 2004)”



REFERENCIAS

- Castillo, G. C., & Martínez, J. M. D. (2011). ¿Qué es la TIR de un proyecto de inversión?. *eXtoikos*, (2), 129-130.
- Ciribeli, J. P., & Miquelito, S. (2015). La segmentación del mercado por el criterio psicográfico: un ensayo teórico sobre los principales enfoques psicográficos y su relación con los criterios de comportamiento. *Visión de futuro*, 19(1), 33-50.
- Cofré-Bolados, C., Sánchez-Aguilera, P., Zafra-Santos, E., & Espinoza-Salinas, A. (2016). Entrenamiento aeróbico de alta intensidad: Historia y fisiología clínica del ejercicio. *Revista de la Universidad Industrial de Santander. Salud*, 48(3), 275-284.
- Cabrera, E. A. (2020). Actividad física y efectos psicológicos del confinamiento por covid-19. *Revista INFAD de Psicología. International Journal of Developmental and Educational Psychology.*, 2(1), 209-220.
- Herrera, D. C. F. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & desarrollo*, 23(107).
- Hinojosa, D. M., & Falcón, E. P. (2005). Flujo de caja y tasa de corte para la evaluación de proyectos de inversión. *Industrial Data*, 8(2), 0.
- Mete, M. R. (2014). Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión. *Fides et Ratio-Revista de Difusión cultural y científica de la Universidad La Salle en Bolivia*, 7(7), 67-85.
- S, Gasbarrino. (2021). Valor presente neto: que es y como se calcula. Blog hubspot.
- Secretaria de integración social. Localidad de Usaquén. Alcaldía mayor de Bogotá.
http://old.integracionsocial.gov.co/anexos/documentos/2018documentos/18092018_Usaqu%C3%A9n%20diagn%C3%B3stico%202017%20-%20SDIS.pdf
- Veeduría distrital. Suba: ficha local.
<https://www.veeduriadistrital.gov.co/sites/default/files/files/Ficha%20Local%20Suba.pdf>

