



BODY-STREET

Trabajo de grado

Creación de empresas

Responsables:

Rafael Leonardo Herrera Romero

Néstor Santiago González Valero

Juan Carlos Flórez Bernal

Asesor:

Luis Alejandro Díaz Zabaleta

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Noviembre, 2017

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	Error! Bookmark not defined.
LOGO.....	4
SLOGAN.....	5
MISION.....	5
VISION.....	5
FUNDAMENTACION HUMANISTA.....	5
MARCO REFERENCIAL.....	6
INVESTIGACION.....	7
CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO.....	9
CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR.....	11
CAPITULO III: CANALES.....	17
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES.....	18
CAPITULO V: INGRESOS.....	19
CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES.....	20
CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES.....	21
CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES.....	22
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS.....	23
CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO.....	24
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO.....	25
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	26



INTRODUCCIÓN

Es importante identificar que la palabra parkour procede de la palabra parkour de Francia y que significa recorrido, en la cual esta actividad consiste en llevar a cabo un recorrido de manera eficiente fluida y rápida entre dos puntos, haciendo uso de las capacidades físicas básicas y de una serie de técnicas que permite una consecución (Martínez, 2011). Parkour se presenta como una actividad que por sí misma busca la exploración de un terreno y que plantea dificultades para su desarrollo, más allá de espacios en los que se pueda entrenar, que permita fomentar la adquisición de técnicas básicas, es decir es posible la creación de lugares específicos donde pueda llevar a cabo la práctica del parkour, pero estos espacios no constituyen nada más que un lugar de entrenamiento. El parkour como un recorrido supone un continuo viaje y exploración de los elementos y ambientes que se encuentran, es una forma de expresión de la propia interioridad en relación con el medio en que se vive o se interactúa (Martínez, 2011).

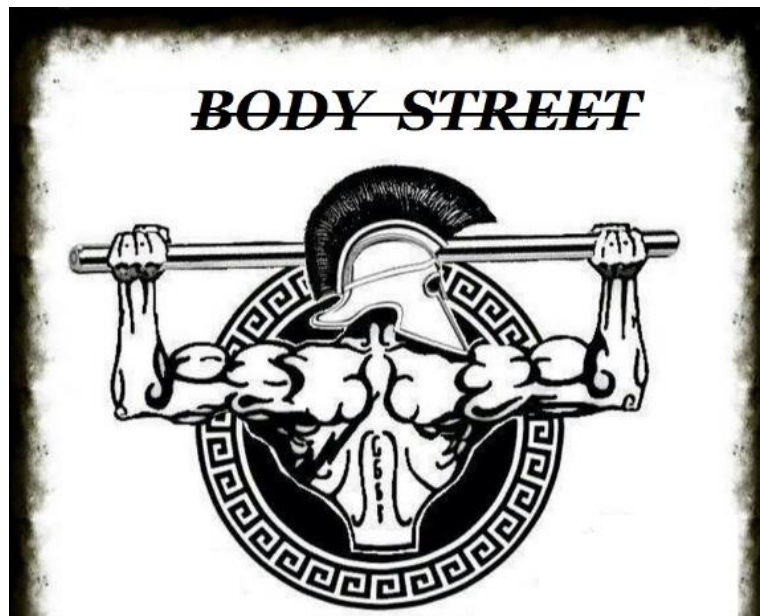
Por otro lado cuando hablamos de Street Workout podemos identificar que es un movimiento socio-deportivo que se basa en entrenar en la calle, usualmente en parques y espacios públicos usando el propio cuerpo y el entorno. A pesar de haberse originado en la Antigua Grecia, en la actualidad se ha popularizado en Rusia, Europa del Este, y en la costa este de Estados Unidos. Sus seguidores lo describen como mucho más que una modalidad de entrenamiento, pues se considera un estilo de vida. La sencillez y el poco equipamiento requerido, hacen del Street Workout una buena alternativa para contrarrestar la falta de escenarios deportivos y la drástica reducción de la actividad física de la sociedad actual, es una respuesta a la falta de alternativas de la educación física escolarizada (Mahecha, 2017).

Body Street busca la inclusión y aprovechamiento del tiempo libre de jóvenes y niños que estén interesados en conocer todo sobre disciplinas urbanas como lo es el parkour y Street Workout, mediante una pedagogía técnica. Brindándoles un espacio adaptado para permitirles desenvolverse y desarrollar dichas disciplinas. Con el



objetivo de enseñar, ayudar y generarles un estilo de vida más activo y que a través de esto puedan adquirir valores que les genere una vida más integral y social. Body Street radica en una empresa con ánimo de lucro con el fin de prestar servicios a la comunidad. En la cual se tienen pocas referencias de negocio en Colombia de este tipo, puesto que es una empresa basada en tendencias deportivas urbanas. La población a la cual va dirigida conoce poco de estas disciplinas o se encuentra lejana de conocerlas, por tal razón Body Street busca ampliar el conocimiento sobre estas, generando un lugar en el cual puedan aprender todo sobre estas tendencias deportivas, con un personal calificado que permita satisfacer las necesidades de la población. Body Street se basa en un lugar amplio el cual cuente con estructuras, materiales adaptados, y personal calificado para su desarrollo, con el fin de ampliar su magnitud.

Logo:



Nuestro logo busca evidenciar la fortaleza de nuestro cuerpo y hasta donde podemos llegar a ser capaz con él. Sin limitarnos a conseguir cosas. Así mismo dando a conocer que el cuerpo es un templo, el cual se compone de diferentes dimensiones



(espiritual, física y emocional). Por tanto a través del fortalecimiento de este podemos formar personas integras en estas dimensiones.

Slogan: “NEVER STOP”

Misión: Garantizar la formación de niños, jóvenes y adultos en parkour y Street Workout, con el fin de consolidar personas con valores, y más integrales para la sociedad. Que puedan transformarla a través de aprendizajes en tendencias deportivas urbanas.

Visión: Difundir y ser pioneros sobre las nuevas tendencias deportivas urbanas, con la proyección de establecer lugares específicos para su desarrollo, con profesionales que puedan vincular el parkour y Street Workout en la sociedad. Para prepararla y formarla de la mejor manera. Brindando espacios y programas para la preparación física desde estas disciplinas sin dejar atrás cualquier tipo de preparación física.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Desde nuestra postura humanista, vamos a brindarle a la comunidad un lugar en el cual puedan practicar parkour y Street Workout con menor incidencia de lesión. Así mismo conozcan métodos o medios para entrenar estas disciplinas deportivas, que les permita avanzar, crecer y adquirir valores desde el desarrollo de cada práctica. De igual forma puedan satisfacer su necesidad de conocer y desenvolverse en estas tendencias deportivas, así como en cualquier otro tipo de preparación física. Siempre con la obtención de una vida más activa e integral.

MARCO REFERENCIAL

Desde la estructura de la empresa, se plantea una (S.A.S) SOCIEDAD ANONIMA POR ACCIONES SIMPLES. Como se muestra en la página de Cámara de Comercio (Guía del Registro Mercantil- Como Construir y Matricular una Sociedad). Donde se plantea que una sociedad es un contrato o acuerdo que surge entre dos o más personas que se obligan a hacer un aporte en dinero, en trabajo o en otros bienes apreciables en



dinero, para desarrollar una determinada actividad, con el fin de repartirse entre sí las utilidades obtenidas por la empresa. Es posible constituir sociedades de único socio o accionista (unipersonal), bajo las figura de la Sociedad por Acciones Simplificada (SAS). Las sociedades pueden constituirse mediante escritura pública o documento privado y forman una persona jurídica independientes de sus asociados. Las sociedades que se constituyan se deben matricular en la cámara de comercio con jurisdicción en el lugar acordado como domicilio social y el acto de creación se deberá inscribir en el Registro Mercantil correspondiente.

Por otro lado nos define que las sociedades se constituyen por escritura pública, las cuales son: Sociedades Anónimas, las Sociedades Limitadas, las Sociedades Colectivas, las Sociedades en Comandita Simple y las sociedades en Comandita por Acciones. También se deben constituir por escritura pública las sociedades en las cuales se aporta un bien inmueble como parte del capital social.

INVESTIGACIÓN

En cuanto a la disciplina del parkour podemos decir que este significa el camino del traceur, aquello que lo hace posible. En un intento de sintetizarlo, ha sido definido por sus pioneros como el ejercicio de desplazarse entre dos puntos de manera fluida, bella y eficiente. Sin embargo, detrás de la funcionalidad que evoca esa definición se esconde el verdadero componente subversivo de este fenómeno. De hecho, trazar tendría menos que ver con la eficiencia de sus desplazamientos que con la experiencia de exploración y juego en el paisaje urbano (Rotawisky, 2013). Así mismo Una de las posibles razones por las cuales ha tomado fuerza ese concepto del parkour se debe a que el componente de escape y persecución en el paisaje urbano ha caracterizado las narrativas visuales de esta práctica en medios masivos de comunicación, y a través de películas como Distrito 13 (Morel 2004), Los yamakazi (Zeitoun y Seri 2001) o Casino Royale (Campbell 2006). Pero es a partir de producciones como el documental Jump London (Christie 2003) que esta práctica empieza a ser reconocida como una disciplina (Rotawisky, 2013).



Por otro lado desde lo que se vive actualmente, los jóvenes que se han dejado contaminar por el parkour, en medio de las presiones sociales de estudiar o trabajar, no son “guerreros de fin de semana”. La práctica se apodera aceleradamente de sus vidas y se convierte en un proceso de subjetivación que no está ligado a espacios concretos. Aun así, existen escenarios de reunión masiva, y los predilectos son los entrenamientos de fines de semana en diferentes lugares, generalmente calles o parques, ubicados de manera dispersa en la ciudad de Bogotá (Rotawisky, 2013). Desde la actualidad en Colombia podemos identificar que existen ya festivales o eventos que acogen a esta disciplina, lo que permite tener un mayor reconcomiendo, como lo fue El Festivas de Verano 2017 Sudamérica de Parkour Race en el cual se incluyó un taller previo al evento sobre la teorías y métodos de entrenamiento de esta disciplina. Así como solo se conoce de un solo lugar diseñado para entrenar parkour (Urban Traceur Academy) que fomenta la formación en niños para parkour. Esta evidencia nos permite tener una visión sobre la falta de lugares diseñados y con personal calificado para entrenar parkour, o que a su vez es un dilema por el crecimiento en los últimos años que ha tenido esta disciplina.

Sin embargo cuando observamos la disciplina de Street Workout se diferencia que surgió en New York, a partir de los tradicionales ejercicios que hacían los jóvenes en las barras de los parques públicos, de manera espontánea competían entre sí para demostrar la fuerza adquirida con base en el número de repeticiones que podían hacer, se utilizó la calle como un gran gimnasio, los practicantes fueron creciendo y con ello la dificultad de los ejercicios que ejecutaban, se fueron formando grupos de acuerdo al sitio donde practicaban y poco a poco fue adquiriendo otra connotación. No obstante El crecimiento alcanzó otros países a partir de los grupos que se fueron consolidando y de la ayuda de redes sociales, especialmente You Tube, que sirvió como medio de difusión de las rutinas que se iban creando, gracias a este medio, muchas personas lo ha conocido y lo han empezado a practicar (Mahecha, 2017).

De igual forma, un rasgo sobresaliente del deporte es la reglamentación, es decir, para que exista deporte deben existir reglas que definan las características de la



actividad y su desarrollo. En el Street Workout, lo interesante es la práctica y el compartir con el grupo, los avances se van dando a medida que se tiene continuidad, aunque está claro que hay ejercicios de más complejidad técnica que requieren también mejor condición física para su ejecución, dichos elementos no están codificados (Mahecha, 2017).

Desde las características de fácil ejecución de esta disciplina deportiva podemos identificar que son bastante los lugares en los que se puede desarrollar. Actualmente en Colombia ya existen lugares para practicar Street Workout en diferentes ciudades, los cuales son parques que cuentan con algunas estructuras. No obstante en los últimos años se han desarrollado eventos que encierran esta disciplina, en diferentes ciudades de Colombia. El más reconocido por la comunidad ha sido el último desarrollado en la ciudad de Bogotá, en el cual se incluyó en el festival de verano 2017. No existen lugares en Colombia específicos para su desarrollo, en cual cuenten con personal calificado para su enseñanza y formación, lo que genera bastantes riesgos para la comunidad que lo practica, como han sido las diferentes lesiones de jóvenes en la actualidad. Esta problemática nos permite identificar una necesidad de la comunidad de lugares que cuenten con estructuras y materiales específicos para su desarrollo. Así como personal calificado que conozca de esta disciplina y pueda enseñar, ayudar y formar a niños, jóvenes o adultos que quieran practicar esta disciplina deportiva.

CAPITULO I. SEGMENTOS DE MERCADO

Los clientes son la razón de ser de una organización. Ninguna organización puede sobrevivir mucho tiempo sin clientes que paguen por sus servicios. El bloque de Segmentos de Mercado define los diferentes grupos de personas u organizaciones que una empresa apunta a alcanzar y servir.

En este caso se debe definir el problema a resolver de cada segmento de mercado al cual se vaya atender en su necesidad.



Clasificar dicho segmento de mercado:

- Segmentado
- Diversificado
- Plataformas multi-laterales

Caracterizar el cliente objetivo de acuerdo a segmentación:

- Geográfica
- Demográfica
- Psicográfica
- Conductual

1. **SEGMENTADO:** Al utilizar diferentes medios de difusión vía web, se buscara profundizar la publicidad desde diferentes páginas enfocada al Street Workout y parkour, nuevas tendencias de entrenamiento, y actividades que fomenten un desarrollo socio-cultural y multidisciplinar en niños, jóvenes y adolescentes de la ciudad de Bogotá para así poder clasificarlas de acuerdo al nivel de cada población en específico teniendo en cuenta las variables metodológicas y de entrenamiento por aplicar en cada grupo. Se establecerán tres categorías principales siendo estas Infantil, Juvenil y Adulto.
2. **DIVERSIFICADO:** El desarrollo del punto de mercado se verá reflejado en que la calidad en la cual se fomentara este nuevo modelo de ejercicio físico no solo para la primera infancia, sino también para la población que quiera desenvolverse en una nueva tendencia de entrenamiento.
3. **PLATAFORMAS MULTI LATERALES:**
Se utilizan herramientas electrónicas así como publicidad en los alrededores del gimnasio con el fin de dar a conocer la empresa a potenciales usuarios.



CARACTERIZACIÓN DE CLIENTES:

1. GEOGRAFICA: El punto central para el desarrollo de Body Street, es localizado en una zona aledaña a la calle 63 y carrera 70, en la localidad de Engativá, Ciudad de Bogotá.
2. DEMOGRAFICA: El servicio estará brindado para todas las edades que quieran ser partícipes de la práctica deportiva , pero el enfoque se brindara a niños (a), jóvenes y adolescentes de la ciudad de Bogotá, que pertenezcan además a cualquier estrato socioeconómico.
3. PSICOGRAFICAS: El interés parte desde dos participantes, el directo que busca un beneficio propio en el cual adquiera capacidades físico-cognitivas que lo desenvuelvan en nuevas tendencias del entrenamiento. El participante indirecto será el padre de familia o integrador en la modalidad que desarrolle, buscara un beneficio socio-cultural en el cual por medio de actividades fuera de lo común enlazan el enriquecimiento de habilidades físicas, psicologías y humanísticas durante la vida.
4. CODUCTUALES: El beneficio primordial es satisfacer la necesidad de padres e hijos que buscan practicar una nueva modalidad deportiva , distinta a las demás, que a su vez enriquezca las diferentes capacidades físicas y psicológicas que los aislen de problemas externos como drogadicción, alcoholismo u otro aspecto que no aporta a la calidad de vida.



CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR

Basándonos en la situación actual a la que están expuestos los practicantes de Street Workout y Parkour como lo es el incrementado riesgo a sufrir una lesión mientras practican dichos deportes, hemos propuesto un servicio en el que se disminuya este problema brindando a la comunidad que conoce y desea aprender de estas disciplinas urbanas un lugar adecuado para esta práctica.

Al clasificar nuestra proposición de valor podemos identificar bajo los siguientes aspectos claves, dicha propuesta:

✓ Novedad

Nuestra empresa BODY-STREET será pionera en Colombia y Bogotá en la enseñanza del Street Workout y del Parkour bajo la dirección de profesionales del entrenamiento y la actividad física para la salud siendo un servicio cuya diferencia del contexto actual es que contará con organización administrativa en todos los aspectos, además de brindar el lugar con las estructuras necesarias y herramientas que ayuden a una experiencia mucho más satisfactoria y segura que fomente el cuidado personal, la integridad, la salud y el estado físico de la persona practicante o aprendiz del Parkour y el Street Workout.

✓ Desempeño

Actualmente en Bogotá no existe una empresa dedicada al entrenamiento de estas disciplinas, por tanto, el servicio de entrenamiento guiado bajo el criterio de un profesional es una característica única y representativa para con la demanda del mercado y las necesidades de los clientes.

Nuestro servicio siempre estará basado en estándares de calidad tales como:



- Sesiones programadas de acuerdo a las características y objetivos de cada persona con el fin de lograr mejoras y progresos en el desempeño y rendimiento de los clientes sean aprendices o practicantes de estos deportes.
- Constate retroalimentación del trabajo del entrenador por parte del usuario con el objetivo de mejorar el servicio.
- Herramientas e instrumentos de entrenamiento adecuados para cada persona al igual que a la disciplina que desea o práctica.

✓ Personalización

Dentro de nuestra empresa la población que practica estas disciplinas deportivas o que desean iniciar en las mismas encontrará facilidades de pago como lo son: pagos por cuotas, descuentos si pertenecen al estrato 1 y 2, por prospecto de usuario y por logros obtenidos durante competiciones y/o eventos distritales en estas disciplinas.

Por último, nuestra empresa da a sus usuarios el beneficio agregado de que según cada cliente así mismo se le ofrecerá el paquete de servicio, ya que si es practicante de Parkour tendrá derecho a utilizar los instrumentos requeridos para el Parkour como los son colchonetas, barras, circuitos, etc.; sin ningún costo adicional y de igual manera por el mismo valor tendrá derecho a un asesor personal mientras realice la rutina de entrenamiento.

✓ Diseño

Lo que diferencia a nuestra empresa de otras es que nosotros brindaremos instalaciones de alta calidad adaptadas específicamente para la práctica y entrenamiento de estas disciplinas deportivas siendo un lugar agradable para entrenar estos deportes debido al atractivo dado por la diversidad de variantes para entrenar incluyendo una gran variedad de materiales y construcciones que brinden la mejor experiencia al usuario (circuitos, barras, parques multi barras, etc.) y variedad de medios de entrenamiento (balones, superficies inestables, trx, anillas, etc.).



Aunque existen parques públicos para la práctica del Parkour y el Street Workout en la ciudad de Bogotá, estos no cuentan con todos los implementos y la estructuración necesaria para la práctica de estos, es allí donde recalca la importancia del diseño de nuestra empresa.

✓ Marca/Status

De acuerdo al tiempo que el usuario lleva con nuestro servicio, se le darán regalos como esqueletos, manillas, pañoletas, bandas para el sudor, jogger entre otros con propaganda referente a la empresa.

✓ Precio

Ofreceremos precios acorde al servicio prestado basado en características como:

- Servicio personalizado (un entrenador siempre a su lado mientras realiza la rutina) / no personalizado (sin entrenador siempre a su lado mientras realiza la rutina).
- Cantidad de sesiones al mes.
- Duración de las sesiones.
- Seguridad dentro del lugar (colchonetas, protección en las superficies para la ejecución de movimientos, superficie adecuada para caídas)
- La población que nuestra empresa impacta es principalmente jóvenes y niños de estratos 2 y 3 que deseen aprender o continuar aprendiendo del Parkour y el Street Workout convirtiéndonos en otra alternativa de práctica deportiva para que así ocupen sus tiempos libres y mejoren su calidad de vida.

El precio del servicio dependerá del paquete o servicio que el usuario quiera adquirir.

✓ Reducción de costo



Los costos que involucran el abrir nuestra empresa serán reducidos al comprar los materiales (bosus (elemento para desarrollar el equilibrio) colchonetas, barras, parques multi barras) y los medios de entrenamiento (trx (elemento de trabajo con el peso comprar) balones, superficies inestables, anillas) al por mayor buscando el patrocinio de algunas de las grandes cadenas del mercantilismo deportivo en Colombia ya que nuestra propuesta de negocio es innovadora y podrá ser del interés para estas compañías para dar a conocer sus marcas en nuestra empresa viéndonos beneficiados con descuentos en la compra de los artículos mencionados.

✓ Reducción de riesgo

Se le comprueba al cliente que el servicio que va a obtener es de calidad dándole la primera sesión de entrenamiento gratis resaltando el uso de los diferentes medios que tendrá a su disposición y que además el usuario pueda percibir que está bajo la dirección y el cuidado de un profesional del entrenamiento deportivo.

✓ Accesibilidad

Nuestra empresa estaría ubicada en una de las grandes zonas deportivas de Bogotá tal como lo es la zona ubicada entre la Carrera 70 y la Carrera 68 con Av. El Dorado y Calle 64c; lo que nos permite ser identificados rápidamente debido a la gran cantidad de población que suele rodear esta zona dedicada al deporte convirtiéndonos así en una alternativa para la práctica deportiva para cualquier persona y el lugar en donde la población que practica estas disciplinas deportivas puede practicar con beneficios que no encuentran en otros lugares. (Beneficios mencionados en el ítem de Precio)

✓ Otros

Se involucrará como empleados a egresados de la Universidad Santo Tomás una vez la empresa se haya posicionado.



CAPITULO III: CANALES

Body Street cuenta con un canal de información por el cual se va a realizar la promoción de los servicios que nuestra empresa va a ofrecer; uno es dentro de sus instalaciones, dado que, de este modo la empresa logra comunicarse con diferentes segmentos del mercado. El otro es por medio de la publicidad externa que rodeará el establecimiento, la cual permite difundir la información y servicios de nuestra empresa.

Los mecanismos que usaremos para que los clientes puedan ver nuestra propuesta estarán divididos de diferentes maneras:

Virtual: contamos con la promoción de nuestra empresa en las redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter. Así mismo con un sistema de pago por el cual los clientes pueden cancelar o consignar en nuestros establecimientos.

Físico: Body Street contará con una sede ubicada en la ciudad de Bogotá, en la localidad de Engativá.

Body Street cuenta con algunos canales relevantes para el crecimiento y modificación de algunos servicios presentados a nuestros clientes:

* Información: la información se va a dar a conocer a través del sistema de carteles o volantes que serán difundidos en los diferentes encuentros deportivos que realizan los jóvenes por diversas zonas de Bogotá. Al igual que se realizará promoción en las principales redes sociales.

* Evaluación: Nuestro establecimiento contará con un sistema de encuestas que se ofrecerán de manera física y virtual, con el fin de permitir la valoración de nuestros servicios, en donde se indague sobre la percepción de satisfacción de nuestro servicio y también sobre sugerencias de mejoras de nuestra empresa.

* Compra: Body Street quiere fidelizar a nuestros clientes a través de la producción de diferentes productos con nuestro logo y slogan lo que permite generar una



identidad con nuestra empresa, estos productos se venderán en el mismo establecimiento, así como en nuestra página virtual para garantizar la afinidad de los clientes.

* Entrega: a partir de que nuestros clientes adquieran el servicio de Body Street, informarán a los responsables del establecimiento cual será la prioridad de su servicio; practica libre, entrenamiento personalizado, clases grupales, o clases Semi-personalizadas. Sin embargo, la prioridad de Body Street será la formación de nuestros clientes desde el ámbito físico y social en la práctica de Parkour y Street Workout.

Body Street también quiere llegar de manera directa a los clientes con canales de comunicación difundidos en nuestro sitio web y las diferentes redes sociales. Por otro lado con nuestra apertura queremos dar a conocer el servicio de Body Street con la venta de productos que tengan nuestra imagen o logo incorporado.

CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

Body Street contará con una relación con los clientes de modo personal y virtual a través de nuestras redes sociales y páginas que nos permitan conocer las necesidades de nuestros clientes y lo que esperan del servicio, así podrá ser implementado si no se encuentra dentro de nuestra propuesta de valor.

La relación con nuestros clientes se basara en la interacción de la información expuesta hacia ellos, a través de la propuesta de valor y la percepción de agrado que nos determinen. De igual forma, la fidelización se logrará por medio de diferentes membrecías, promociones y lealtad hacia nuestra empresa, obtenidas por antigüedad logrando así la estimulación de la venta de nuestros servicios.

Se contará con una asistencia personal y virtual para lograr la interacción con el cliente, determinando como prioridad un punto general donde estará ubicado el



establecimiento. No obstante, a largo plazo se espera contar con diferentes puntos en diversas partes de la ciudad de Bogotá.

CAPITULO V: INGRESOS

Nuestra Empresa Body Street ha identificado puntualmente dos clases de población dentro de las cuales se hizo el correspondiente análisis de los ingresos que se generarían; dicho análisis se presenta a continuación:

Niños y jóvenes interesados en practicar Parkour o Street Workout por primera vez				
SERVICIO	HORAS SEMANALES	VALOR DE LA HORA	VALOR SEMANAL	VALOR DEL MES (ingreso generado)
Utilización del espacio	3	\$800	\$2.400	\$10.000
Clase grupales	3	\$20.800	\$62.500	\$250.000
Clases en parejas	3	\$29.000	\$87.000	\$350.000
Clases personalizadas	3	37.500	\$112.500	\$450.000
Clases mixtas (Parkour – Street Workout)	3	\$45.800	\$137.500	\$550.000



Niños y jóvenes practicantes de Parkour o Street Workout				
SERVICIO	HORAS SEMANALES	VALOR DE LA HORA	VALOR SEMANAL	VALOR DEL MES (ingreso generado)
Utilización del espacio	3	\$1.700	\$4.800	\$20.000
Clase grupales	3	\$29.000	\$87.000	\$350.000
Clases en parejas	3	37.500	\$112.500	\$450.000
Clases personalizadas	3	\$45.800	\$137.500	\$550.000
Clases mixtas (Parkour – Street Workout)	3	\$54.150	\$162.450	\$650.000

CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES

Se describen elementos y/o los activos más relevantes para Body Street, en este caso es el lugar que se va ocupar que será alquilado. Por otro lado, hablamos de activos como los obstáculos, materiales y la infraestructura, así como los entrenadores.

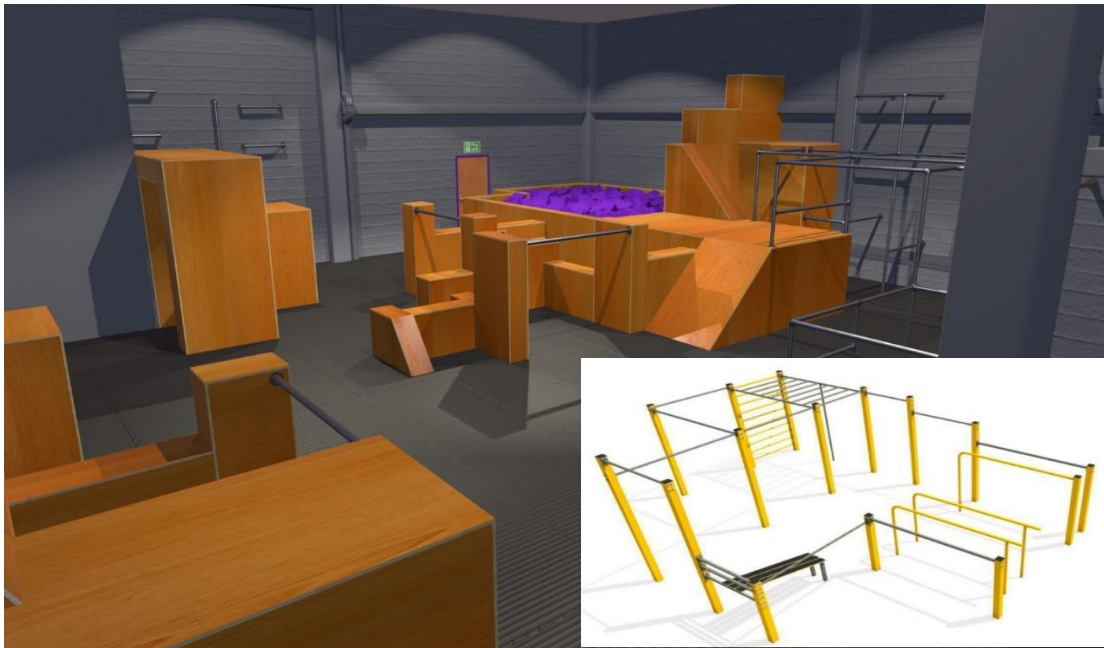
Recursos físicos:

Body Street contará con un establecimiento de 450 metros cuadrados, dotado de toda clase de infraestructura adaptada para Parkour y Street Workout, siendo únicas y fuera de lo común con diversos modelos y diseños que potencien y beneficien estas prácticas urbanas. Dichas estructuras serán construidas por SAC estructuras metálicas y kenguru Pro. Contará con los mejores implementos para estas prácticas deportivas de la marca sportfitness.



ZONA PARKOUR ZONA

STREET WORKOUT



Recursos humanos:

Se realizarán contrataciones a profesionales en Entrenamiento Deportivo, Deporte o Cultura Física, Deporte y Recreación, se contratará 2 profesionales afines al tema de la cultura física y el deporte con un sueldo de \$900.000 pesos por prestación de servicios, 1 profesional de Psicología con un sueldo de \$800.000 y una persona capacitada en primeros auxilios sueldo de \$800.000.

Recursos Intellectuales:

Nuestra empresa cuenta con profesionales afines al tema de la Cultura Física y el Deporte que posean un amplio conocimiento sobre estas disciplinas deportivas urbanas. Así mismo que estén certificados de Parkour Generativos, en ADAPT (arte del desplazamiento y enseñanza del parkour) y Parkour Fitness Specialist.

Recursos económicos:

Clase grupales: \$350.000

Clases en parejas: \$450.000



Clases personalizadas: \$550.000

Utilización del espacio: 2 horas por persona \$10.000

Clases mixtas: \$550.000

CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES

Body Street se centrará en diferentes actividades claves que permitan diferenciar nuestros servicios de los demás, enfocándose en varios aspectos que el cliente necesita y brindando el mejor servicio para aquellos que deseen involucrarse con nosotros.

Producción:

- * Habrá entrenamiento para niños, jóvenes y adultos, en donde las prácticas serán guiadas por expertos en cada área sin dejar a un lado la salud y el cuidado en la integridad de los usuarios, ya que es necesario mantener la integridad de cada usuario para que permanezca el mayor tiempo con Body Street.
- * Se arrendará el establecimiento para que personas que quieran usarlo ya sea para una práctica libre, de empresa, capacitaciones u otras actividades que permitan brindar el servicio de arriendo.
- * Se prestarán convenios con empresas para incentivar la actividad física para la salud a sus trabajadores con el fin de abrir contratos con grandes empresas y generar la posibilidad de obtener más usuarios a largo plazo.
- * Se realizarán torneos y campeonatos donde se medirá la capacidad de todo aquél que quiera demostrar sus habilidades en el Parkour y Street Workout, permitiendo a



los usuarios de Body Street también participar y de esta forma incentivar a nuevas personas a practicar y a los usuarios ya inscritos.

* Por la comodidad de las instalaciones se arrendará el establecimiento para realizar torneos Distritales o Nacionales que involucren modalidades de Parkour y Street Workout, con el fin de dar a conocer nuestras instalaciones, servicios y nuestra empresa.

Solución de problemas

En cuanto a problemas relacionados con la economía de nuestros clientes, se abrirán planes que permitan a los clientes facilidades de pago, entre las cuales están las promociones que pueden variar en cuanto a tiempo y dinero, pero que siempre sean beneficiosos para los clientes y para Body Street.

* Pensando en el proceso formativo para nuestros clientes, ellos contarán con el apoyo de un profesional en Psicología que pueda guiarlos y ayudarles en diversos problemas personales que puedan afrontar con el fin de fomentar el mejor servicio a la sociedad y en especial a los usuarios de Body Street.

* La motivación debe ser indispensable para Body Street, ésta se puede reflejar en su publicidad dentro del establecimiento y en la relación usuario - entrenador durante la sesión, siempre un buen trato, pero sin dejar a un lado la motivación y ayudando a que alcancen sus objetivos a largo o corto plazo.

* Dentro de las estrategias para afianzar a nuestros clientes se llevará a cabo un plan de adherencia con ellos, que nos permita conocer sus gustos o disgustos con los servicios que brindamos, así como sugerencias para la implementación en nuestros servicios.

* Actividades de integración con otros usuarios para el desarrollo de relaciones interpersonales, esto conllevará a que Body Street sea más que un entrenamiento tradicional y fomente una buena convivencia de sus clientes.



Plataforma y Red:

* La publicidad debe ser algo primordial dentro de las actividades clave, como también la parte comercial, es por eso que se debe realizar actividades que su único fin sea el adquirir o atraer nuevos clientes por medio de actividades como eventos de fitness, capacitaciones, comerciales y el uso de las redes sociales.

* Dentro de nuestra plataforma virtual es indispensable el manejo de las opiniones que nos brinden los usuarios de Body Street las cuales nos ayudarán a mejorar o modificar nuestros servicios, con el fin de adherir a los usuarios y evitar inconvenientes con ellos.

* Los cargos dentro de nuestra empresa serán distribuidos de acuerdo a sus funciones específicas; para su parte interna o en campo se requieren entrenadores especializados en las áreas a enseñar con un buen manejo de grupos y sensibilidad para comunicarse con las personas. En el manejo de actividades de integración o diseño de eventos recreo - deportivos es necesario una persona especializada para esta función que cumpla con unos estándares adecuados. Para la publicidad y la parte comercial es necesario tener un publicista y recepcionistas que brinden información y manejen la parte de las redes sociales.

CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES

Como asociaciones claves se dispondrá en inicio de una cobertura como plan de actividad física y ejercicio físico alrededor de la zona de desarrollo.

Las ligas distritales menores, ligas de Bogotá y diferentes entidades públicas o privadas que quieran dar por manifiesto la utilización de Body Street, podrán utilizar a su acomodo según plan y seguimiento planificado y sistematizado la utilización de dicho gimnasio

IDRD:



Se busca a través de las modalidades de Parkour y Street workout que brinda Body Street la masificación del ejercicio físico saludable para los niños, jóvenes y adolescentes en la ciudad de Bogotá. La conjugación de actividades socio - culturales con el entorno saludable y la promoción de ejercicio físico potenciarán a la juventud Bogotana.

Fundaciones y Entidades Gubernamentales:

Dichas entidades que posean los recursos económicos para solventar los gastos y la inversión en actividad física para la salud estarán cubiertos dentro del plan de actividad física y ejercicio físico de Body Street.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Costos fijos: A continuación se realiza un valor de los de los supuestos a 1 año con los cuales serán determinados los valores y sus gastos a cada mes.

		MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
COSTOS FIJOS	VALOR	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL	VALOR MENSUAL
Arriendo bodega	2,000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000	2.000.000
Mantenimiento general	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000	160.000
servicios publicos	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000	300.000
equipo de sonido	500.000	500.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000	20.000
parlantes tipo planta de sonido	1.000.000	1.000.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000	80.000
zona grafiteros	80.000	80.000	0	80.000	0	80.000	0	80.000	0	80.000	0	80.000	0
computador	900.000	900.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
zona administración	700.000	700.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
sofas de observacion	1.000.000	1.000.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
tablero de aprendizaje	100.000	100.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
camilla	400.000	400.000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
televisores	1.800.000	1.800.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000	50.000
telefono	40.000	40.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000	10.000
TOTAL A PAGAR MENSUALMENTE POR COSTOS FIJOS		8.980.000	2.355.000	2.485.000	2.355.000	2.485.000	2.355.000	2.485.000	2.355.000	2.485.000	2.355.000	2.485.000	2.355.000

Costos variables

Materiales	Valor unitario	Cantidad	Ciclo de vida en meses	Cantidad de usuarios	Costo valor unitario
Street Workout					
Colchonetas	50.000	20	12	70	1200



Barras paralelas	30.000	6	24	70	108
Barras asimétricas	30.000	7	24	70	195
Barras generales	40.000	8	24	70	297
Anillas	25.000	4	24	25	167
Zona planchas	50.000	1	60	70	12
Cuerdas colgantes	28.000	5	12	40	292
Gimnasio parkour					
Cajones salto	80.000	6	60	60	134
Escaleras de salto	150.000	4	60	60	167
Trampolín de salto	200.000	2	48	50	139
Piscina de espuma	450.000	1	48	50	188
Materiales en común de ambas disciplinas deportivas					
Sala multiusos	1.000.000	1	60	70	239
Kit conos, platinos, escaleras	150.000	1	60	70	36
Trx	150.000	6	24	40	938
Kit mancuernas	60.000	20	60	70	286
Maquina multifuncional	5.000.000	1	60	70	1200
Elíptica	4.000.000	5	60	70	953
Caminadora	4.000.000	5	60	70	953
Adicionales					
Sueldos entrenadores	1.800.000	2	1	70	25.750
Sueldo psicólogo y enfermería	1.600.000	2	1	70	22.900
TOTAL COSTOS	18.893.000			TOTAL COSTOS	56154



VARIABLES				VARIABLES UNITARIOS	
------------------	--	--	--	--------------------------------	--

CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Es importante evaluar la viabilidad y el impacto del proyecto antes de operar un Modelo de negocio, es por esta razón que hemos anexado este capítulo adicional al Modelo CANVAS original.

- ✓ Definir el impacto y la métrica en una tabla para los siguientes cinco años de funcionamiento (Escoger una la más importante):
 - Impacto Social
 - Impacto Económico
 - Impacto Tecnológico
 - Impacto Ecológico

Impacto social

Nuestro impacto social se basa en la transformación de niños, jóvenes y adultos los cuales a través de nuestra empresa puedan vincularse mejor a la sociedad, rehabilitarse y cambiar su realidad social. Sin distinción alguna de estrato socioeconómico. No obstante Body Street busca la formación de deportistas humanistas en estas disciplinas deportivas más que un solo deportista popular. Además realizaremos una escala de percepción de satisfacción de como nuestra empresa ha transformado o mejorado la parte social y emocional de cada usuario.

Año	Inclusión con jóvenes en vulnerabilidad	Rehabilitación a través de prácticas urbanas	Inclusión de colegios en nuestra empresa	Convenios con la alcaldía en proyectos de nuevos escenarios deportivos con jóvenes de escasos recursos	Inclusión de niños, jóvenes y adultos de cualquier estrato social, a través de su desarrollo físico, y emocional
-----	---	--	--	--	--



1	De 1 a 10 jóvenes	De 1 a 10 jóvenes			50 a 100 personas
2	De 5 a 15 jóvenes	De 5 a 15 jóvenes	De 1 a 3 colegios	1 proyecto	100 a 150 personas
3	De 10 a 20 jóvenes	De 10 a 20 jóvenes	De 3 a 5 colegios	2 proyecto	150 a 200 personas
4	De 15 a 25 jóvenes	De 15 a 25 jóvenes	De 5 a 8 colegios	3 proyecto	200 a 250 personas
5	De 20 a 30 jóvenes	De 20 a 30 jóvenes	De 8 a 10 colegios	4 proyecto	250 a 300 personas

Impacto Económico:

- **Clases en parejas:** \$450.000
- **Clases personalizadas:** \$550.000
- **Utilización del espacio:** 2 horas por persona \$10.000
- **Clases mixtas:** \$550.000

- **CLASES GRUPALES** $QPE = \frac{CF}{(P-Vu)}$

$$\frac{6680000}{293846} = 22,7329962$$

- **Clases parejas**



6680000 16,9609441

393846

Mensualmente se debe atender mínimo a 23 Grupos; que significará recibir \$8.050.000 para poder pagar los costos fijos y los variables con respecto a clases grupales ya que son gastos que mes a mes se deben costear. Adicionalmente el punto de equilibrio nos deja ver que después de 23 usuarios serán ganancias para la empresa que colaborarían para su reinversión a futuro.

En caso de ser un grupo de 5 personas el valor por persona sería de 70.000, precio cómodo con respecto a la estratificación del sector.

Para las clases en parejas debo atender mínimo 34 personas (17 parejas), ósea recibir \$7.650.000 para poder pagar los costos fijos y los variables con respecto a clases grupales ya que son gastos que mes a mes se deben costear. Adicionalmente el punto de equilibrio nos deja ver que después de 34 usuarios serán ganancias para la empresa que colaborarían para su reinversión a futuro.

Recurso humano

Cargo	Tipo de contrato	Salario por día	Monto mensual del salario
Enfermera	Término indefinido	n/a	1.800.000
Psicólogo	Término indefinido	n/a	1.800.000
Entrenador	Prestación de servicios	57.142	1.600.000
Entrenador	Prestación de servicios	57.142	1.600.000



Como prestación de servicios el trabajador dispondrá del valor del sueldo en el cual se le descontara salud y pensión cotizando como empleado sobre salario mínimo

El valor dado en porcentaje será de

8.5% Salud

4.5% pensión

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO BODY STREET

LOGO	SLOGAN	ACTIVIDADES CLAVES	RECURSOS CLAVES
			
PROPUESTA DE VALOR	RELACIÓN CON LOS CLIENTES		CANALES
			
SEGMENTOS DE MERCADO	ESTRUCTURA DE COSTOS	FUENTES DE INGRESO	
			



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- . Martínez, C. (2011). Re-descubriendo el cuerpo a través de la ciudad, re-descubriendo la ciudad a través del cuerpo. *Encrucijadas-Revista Crítica de Ciencias Sociales*, 2, 105-115.
- . Monje Mahecha, J. (2017). Sentido de la práctica del street Workout para los jóvenes escolarizados de la ciudad de Neiva.
- . Rotawisky, J. L. (2013). Parkour, cuerpos que trazan heterotopías urbanas. *Revista colombiana de Antropología*, 49(2), 41-61.

