



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESA

ENTRENAMIENTO 180° PERSONAL FITNESS

Presentado por:

Mario Andrés Ángel López

Rubén Darío Gómez castro

Asesor

Luis Alejandro Díaz Zabaleta

Universidad Santo Tomás

Facultad Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá

2018

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	1
LOGO.....	2
SLOGAN.....	2
MISIÓN.....	3
VISIÓN.....	3
FUNDAMENTOS HUMANÍSTICOS.....	3 y 4
MARCO REFERENCIAL.....	4
CAPÍTULO I SEGMENTOS DEL MERCADO.....	10
CAPITULO II PROPOSICIONES DE VALOR	13
CAPITULO IV RELACIONES CON LOS CLIENTES	20
CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES.....	27

INTRODUCCIÓN

En la actualidad asumir un estilo de vida saludable se ha convertido en un reto, diferentes hábitos de vida que llevan los seres humanos dificultan la construcción de rutinas en las que la disciplina, la sana alimentación y el ejercicio físico sean un pilar de las personas.

El boom que ha tomado el fitness en esta época ha dado como resultado un auge cultural acompañado de una fundamentación teórica que cada vez toma más fuerza y se amplía para beneficio de las personas que están inmiscuidas en este mundo.

180 PERSONAL FITNESS se presenta de manera innovadora para guiar a las personas que pretendan dar una vuelta a sus hábitos encaminándolos desde la actividad física para la salud, hasta el alto rendimiento en el fitness.

El grupo de trabajo de personal fitness cuenta con un grupo interdisciplinar conformado por: dos profesionales de Cultura Física, Deporte y Recreación, un Médico, un Nutricionista, una Fisioterapeuta, un Psicólogo y una esteticista; para todos los miembros del programa que se hayan vinculado con el alto rendimiento, a través de 180 FITNESS TEAM y los cuales representan nuestro grupo en la elite fitness (Modalidad Men's Physique, Women's Physique, Bikini, Body Fitness, Fitness Atlético y Fitness Model). Así mismo el equipo de trabajo busca priorizar necesidades de la población en el ámbito de la salud, teniendo como eje un componente articulado en el entrenamiento deportivo, la nutrición, suplementación y un descanso adecuado, dentro de las necesidades individuales de los clientes.

MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

180 PERSONAL FITNESS surge desde la necesidad de la población colombiana de hacer parte de la cultura fitness, en los que se tengan como pilar la salud, bienestar, autoestima y crecimiento personal.

Por lo tanto, el programa que ofrece 180 PERSONAL FITNESS se basa en una asesoría personalizada, con la finalidad de satisfacer y lograr impactar a los clientes según sus necesidades.

En el rendimiento personal se busca mejorar las condiciones estéticas del cuerpo y deportivas, logrando así un desarrollo personal mucho más saludable y óptimo para las personas vinculadas con el programa.

180 PERSONAL FITNESS ofrece para sus usuarios diferentes servicios de entrenamiento fitness, tales como:

- Entrenamiento personalizado y semi-personalizado
- Musculación clásica
- Entrenamiento funcional
- Entrenamiento en suspensión (TRX)
- Programas específicos como Insanity, P90X, cardiobox, T25, entre otros (orientados a maximizar la ganancia muscular, pérdida de grasa, definición muscular y optimización de la capacidad funcional)
- Cardio HIIT (High Intensity Interval Training), o entrenamiento a intervalos de alta intensidad HIPT (High intensity power training).

Además, 180PERSONAL FITNESS presenta a sus usuarios planes planificados en cuanto a los componentes del entrenamiento (intensidad, volumen y duraciones). Chequeos y evaluaciones periódicas en los que se evidencien la evolución de los usuarios y una asesoría nutricional y de suplementación, encaminada a alcanzar los objetivos personales de forma más eficiente y rápida.

La futura empresa sustenta los métodos de trabajo en los más recientes avances científicos de la fisiología, medicina deportiva, avances tecnológicos y tendencias de entrenamiento deportivo.

LOGO Y SLOGAN



❖ **Un cambio real para tu vida**

MISIÓN

180 ° “personal fitness”, es una empresa dedicada al entrenamiento personalizado con personas aparentemente sanas, adultos mayores y atletas fitness. Por medio de un método de transformación creado con el fin de sacar a los usuarios del entorno cotidiano del gimnasio, de esta manera incentivar con diversos entornos a los usuarios, bajo criterios estrictos de calidad e innovación con las últimas tendencias en acondicionamiento físico y entrenamiento deportivo.

Para ello contamos con herramientas y técnicas de entrenamiento funcional con información complementaria de lo que el cliente solicita para sus entrenamientos ayudándoles en su preparación en la búsqueda de sus objetivos, dándole a nuestros clientes una serie de ventajas tales como accesorios nutricionales y rutinas complementarias diseñadas estructuralmente para cada usuario haciendo la diferencia competitiva con otras empresas dentro de nuestro mercado.

VISIÓN

Ser una empresa líder entrenamiento personalizado, con nivel de reconocimiento regional. ser referidos por la calidad de nuestros servicios y la innovación de nuestros productos, generando en nuestros clientes la contribución al desarrollo de hábitos de vida saludable. Logrando expandirnos en 2020 dentro del marco nacional.

FUNDAMENTOS HUMANÍSTICOS

Nuestros valores reflejan cómo somos y en qué creemos.

- Innovación: Promovemos la capacidad de crear y ser diferentes.
- Trabajo en equipo: Fomentamos la participación de todos para lograr un objetivo común.
- Profesionalidad: Luchamos por un reconocimiento justo del profesional del sector.
- Mejora continua: Ser capaz de adaptarnos al mercado y estar en constante formación.
- Calidad: Búsqueda de la excelencia.
- Integridad: Ser transparentes.
- Expansión: Llegar lo más lejos posible con nuestra marca.
- Respeto: Es reconocer, apreciar y valorar a mi persona, así como a los demás, y a mi entorno. Es establecer hasta dónde llegan mis posibilidades de hacer o no hacer, como base de toda convivencia en sociedad.
- Integridad: Es la demostración constante de actitudes positivas, aspirando a la eficacia, a la calidad y a la perfección humana de manera transparente.
- Perseverancia: Es alcanzar lo propuesto y buscar soluciones a las dificultades que puedan surgir.
- Humildad: Es reconocer nuestras debilidades, cualidades, capacidades y aprovecharlas para obrar en bien de los demás.
- Honestidad: Es armonizar las palabras con los hechos, es tener identidad y coherencia para estar orgulloso de sí mismo para con la empresa.

MARCO REFERENCIAL

Tipo de empresa:

Sociedad por Acciones Simplificadas (S.A.S.)

Es una sociedad de capitales, de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que constará en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.

Además, puede constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, su naturaleza es comercial, pero puede hacer actividades tanto comerciales como civiles, se crea por documento privado y nace después del registro en la cámara de comercio, a menos de que los aportes iniciales incluyan bienes inmuebles se requiere de escritura pública.

LEYES QUE RIGEN A “180 PERSONAL FITNESS”

I. Ley 181 de Enero 18 de 1995; Por el cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el Sistema Nacional del Deporte.

Principios fundamentales

Artículo 4°. Derechos sociales. El deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre son elementos fundamentales de la educación y factor básico en la formación integral de la persona. Su fomento, desarrollo y práctica son parte integrante del servicio público educativo y constituyen gasto público social bajo los siguientes principios:

Universalidad. Todos los habitantes del territorio nacional tienen derecho a la práctica del deporte y la recreación y al aprovechamiento del tiempo libre.

Participación comunitaria. La comunidad tiene derecho a participar en los procesos de concertación control y vigilancia de la gestión estatal en la práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre.

Participación ciudadana. Es deber de todos los ciudadanos propender la práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, de manera individual, familiar y comunitaria.

Integración funcional. Las entidades públicas o privadas dedicadas al fomento, desarrollo y práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, concurrirán de manera armónica y concertada al cumplimiento de sus fines, mediante la integración de funciones, acciones y recursos, en los términos establecidos en la presente Ley.

Democratización. El Estado garantizará la participación democrática de sus habitantes para organizar la práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, sin discriminación alguna de raza, credo, condición o sexo.

Ética deportiva. La práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre, preservará la sana competición, pundonor y respecto a las normas y reglamentos de tales actividades. Los organismos deportivos y los participantes en las distintas prácticas deportivas deben acoger los regímenes disciplinarios que le sean propios, sin perjuicio de las responsabilidades legales pertinentes.

II. LEY 1014 DE 2006; De fomento a la cultura del emprendimiento.

ARTÍCULO 1o. DEFINICIONES.

a) Cultura: Conjunto de valores, creencias, ideologías, hábitos, costumbres y normas, que comparten los individuos en la organización y que surgen de la interrelación social, los cuales generan patrones de comportamiento colectivos que establece una identidad entre sus miembros y los identifica de otra organización.

b) Emprendedor: Es una persona con capacidad de innovar; entendida esta como la capacidad de generar bienes y servicios de una forma creativa, metódica, ética, responsable y efectiva.

c) Emprendimiento: Una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza. Es una forma de pensar, razonar y actuar centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad.

d) **Empresarialidad:** Despliegue de la capacidad creativa de la persona sobre la realidad que le rodea. Es la capacidad que posee todo ser humano para percibir e interrelacionarse con su entorno, mediando para ello las competencias empresariales.

e) **Formación para el emprendimiento.** La formación para el emprendimiento busca el desarrollo de la cultura del emprendimiento con acciones que buscan entre otros la formación en competencias básicas, competencias laborales, competencias ciudadanas y competencias empresariales dentro del sistema educativo formal y no formal y su articulación con el sector productivo.

f) **Planes de Negocios.** Es un documento escrito que define claramente los objetivos de un negocio y describe los métodos que van a emplearse para alcanzar los objetivos.

La educación debe incorporar, en su formación teórica y práctica, lo más avanzado de la ciencia y de la técnica, para que el estudiante esté en capacidad de crear su propia empresa, adaptarse a las nuevas tecnologías y al avance de la ciencia, de igual manera debe actuar como emprendedor desde su puesto de trabajo.

III. LEY 1258 DE 2008; Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada.

ARTÍCULO 1o. CONSTITUCIÓN. La sociedad por acciones simplificada podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes sólo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes.

Salvo lo previsto en el artículo 42 de la presente ley, el o los accionistas no serán responsables por las obligaciones laborales, tributarias o de cualquier otra naturaleza en que incurra la sociedad.

ARTÍCULO 2o. PERSONALIDAD JURÍDICA. La sociedad por acciones simplificada, una vez inscrita en el Registro Mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

ARTÍCULO 3o. NATURALEZA. La sociedad por acciones simplificada es una sociedad de capitales cuya naturaleza será siempre comercial, independientemente de las actividades previstas en su objeto social. Para efectos tributarios, la sociedad por acciones simplificada se registrará por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

ARTÍCULO 4o. IMPOSIBILIDAD DE NEGOCIAR VALORES EN EL MERCADO PÚBLICO. Las acciones y los demás valores que emita la sociedad por acciones simplificada no podrán inscribirse en el Registro Nacional de Valores y Emisores ni negociarse en bolsa.

IV. LEY 232 DE 1995 (Diciembre 26) - "Por medio de la cual se dictan normas para el funcionamiento de los establecimientos comerciales".

Artículo 1o. Ninguna autoridad podrá exigir licencia o permiso de funcionamiento para la apertura de los establecimientos comerciales definidos en el artículo 515 del Código de Comercio, o para continuar su actividad si ya la estuvieren ejerciendo, ni exigir el cumplimiento de requisito alguno, que no estén expresamente ordenado por el legislador.

Artículo 2o. No obstante lo dispuesto en el artículo anterior, es obligatorio para el ejercicio del comercio que los establecimientos abiertos al público reúnan los siguientes requisitos:

a) Cumplir con todas las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación expedida por la autoridad competente del respectivo municipio. Las personas interesadas podrán solicitar la expedición del concepto de las mismas a la entidad de planeación o quien haga sus veces en la jurisdicción municipal o distrital respectiva; Ver el Fallo del Tribunal Admin. de C/marca. de agosto 30 de 2007 (Exp. 2007-0339)

b) Cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9ª de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia.

c) Para aquellos establecimientos donde se ejecuten públicamente obras musicales causante de pago por derechos de autor, se les exigirá los comprobantes de pago expedidos por la autoridad legalmente reconocida, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 23 de 1982 y demás normas complementarias.

d) Tener matrícula mercantil vigente de la Cámara de Comercio de la respectiva jurisdicción.

CAPITULO I SEGMENTO DE MERCADO

La población que la empresa pretende prestar su servicio esta segmentada en 4 grupos de acuerdo a la necesidad, en los que se articulan grupos por edad y género:

Jóvenes aparentemente sanos: la asesoría para esta población requiere programas más entretenidos y que rompan la monotonía de entrenamiento convencional, acá el punto clave es el precio y se puede ajustar a tarifas para personas jóvenes que se vinculen y referencien el servicio con sus compañeros.

Adultos aparentemente sanos: lo más importante para este grupo es poder manejar horarios flexibles en los que se dé un itinerario accesible para ajustarlo a sus actividades laborales.

Adulto mayor: para este segmento la prioridad es el acompañamiento y una excelente planificación para tratar patologías y minimizar riesgos de lesión, asegurándose de mejorar la funcionalidad de los usuarios.

Atletas fitness: el segmento elite de la empresa, es el que cuenta con programas avanzados y una asesoría creada para mejorar su rendimiento físico precompetitivo, además las instalaciones son claves dentro de este proceso.

Nicho de mercado

La población principal de la empresa 180 PERSONAL FITNESS son los atletas de alto rendimiento en fitness en el desarrollo de sus planes de preparación competitiva, pero también se busca atender la demanda de usuarios aparentemente sanos que buscan cambiar hábitos de vida a unos nuevos y saludables que generen mejor calidad de vida.

Niveles de segmentación según tamaño

1. Segmento

1.1 Personas interesadas en el fitness

2. Nicho de mercado

2.1 Personas interesadas en el fitness y en la formación a nivel deportivo

2.2 Personas interesadas en el fitness y en el entrenamiento

2.3 Personas interesadas en el fitness y en el entrenamiento de alto rendimiento

2.4 Personas interesadas en el fitness y la salud

3. Micro nicho o célula de mercado

3.1 .1 Personas interesadas en el fitness y en la formación a nivel deportivo / con fines competitivos

3.1.2 Personas interesadas en el fitness y en la formación a nivel deportivo / con fines no competitivos

3.2 .1 Personas interesadas en el fitness y en el entrenamiento / con fines de tipo funcional

3.2.2 Personas interesadas en el fitness y en el entrenamiento / con fines recreativos o de esparcimiento

3.3.1 Personas interesadas en el fitness y en el entrenamiento de alto rendimiento / con fines competitivos

3.3.2 Personas interesadas en el fitness y en el entrenamiento de alto rendimiento / con otros fines (por ejemplo, comerciales)

3.4.1 Personas interesadas en el fitness y la salud / con fines comerciales

3.4.2 Personas interesadas en el fitness y la salud / con fines personales

Caracterización del cliente objetivo de acuerdo a segmentación:

- **Geográfica**

- País: Colombia
- Región: Andina
- Ciudad: Bogotá
- Zona: norte

- **Demográfica**

- Edad: de 13 años en adelante, (aplican condiciones y restricciones, en especial en población mayor a 50 años)

- Etapa del ciclo de vida: Adolescencia, adultez, vejez (aplican condiciones y restricciones, en especial en etapa de vejez)
- Género: Masculino y Femenino
- **Psicográfica**
 - Clase social: Media y alta (Estratos 3,4,5 y 6)
 - Estilo de vida: Saludable
 - Personalidad: Autosuficiencia, perfeccionismo, temperamento, carácter.
 - Gustos: Actividad física, ejercicio físico, deporte, nutrición, estética, competencia, salud.
- **Conductual**
 - Conductas: Asertiva

Variables para la segmentación desde la mercadotecnia

- **Variables geográficas**
 - País: Cualquier país
 - Región: Cualquier región
 - Ciudad: Cualquier ciudad
 - Barrio: Cualquier barrio
 - Clima: Cualquier clima
- **Variables demográficas**
 - Profesión
 - Nivel educativo
 - Estatus socio-económico
- **Variables psicográficas**
 - Personalidad

- Estilo de vida
- Valores
- Actitudes
- Intereses
- **Variables conductuales**
 - Búsqueda del beneficio
 - Tasa de adquisición de servicios y/o productos
 - Fidelidad a la empresa

CAPITULO II PROPOSICIONES DE VALOR

La Proposición de Valor es la razón por la cual los clientes eligen una empresa en vez de otra. Soluciona un problema del cliente o satisface una necesidad de mercado. Cada Proposición de Valor consiste en un seleccionado grupo de productos o/y servicios que sirven los requerimientos de un segmento de clientes específico. En este sentido, la Proposición de Valor es un agrupamiento de beneficios que una empresa ofrece a sus clientes.

En este capítulo debemos centrarnos en la innovación. Explicar cómo satisfacer las demandas de nuestro mercado objetivo, mediante una propuesta de valor que rompa con lo que hay en el mercado actual, que ofrezca algo que consigamos que se posicione en la mente de nuestro cliente como una solución a sus problemas o una forma de satisfacer necesidades antes no satisfechas o, por lo menos, no satisfechas completamente.

Clasificar nuestra proposición de valor:

180 personal fitness tiene como función brindar un conjunto de beneficios a nuestros clientes de alta calidad, dándole a nuestros usuarios todo un conjunto de soportes que permitirá que el usuario se encuentre en total confort con el fin de poder percibir el progreso de su evolución logrando conseguir los objetivos que trazan desde el primer día de evaluación para comenzar con nuestro programa 180 personal fitness, la evaluación que se le realizara a cada uno de los miembros de nuestro programa, permitirá no solo que el entrenador entienda la programación y realice una buena programación si no que

el usuario de nuestro servicio pueda entender cómo se llevara a cabo su proceso, con esto se garantiza un proceso guiado por entrenadores capacitados profesionales en el área de la salud y la actividad física. Con un gran conocimiento en las últimas tendencias del entrenamiento funcional y personalizado.

- Novedad

evolución funcional cada mes que termina un paquete para poder evaluar los cambios que obtuvo durante el programa de 180 personal fitness.

Se realizarán clases grupales con nuestros usuarios cada mes esto permitirá la integración entre todos los usuarios de nuestro programa.

- Personalización

Cada uno de nuestros usuarios tiene como distintivo la camiseta de nuestro programa que se le entregara completamente gratis con la cancelación de su programa.

- Diseño

el programa 180 personal fitness es individualizado ya que cada usuario tiene un objetivo diferente por lo tanto la programación de cada uno de nuestros usuarios es netamente personalizada por lo tanto cada diseño de programa es único.

- Marca/Status

como marca buscamos ser el mejor programa en entrenamiento personalizado que permita que los usuarios no solo sientan que somos sus entrenadores queremos que los usuarios sientan en familia, generando no solo la integración mensual con los entrenadores si no con personas que se encuentran en el mismo programa generando lazos de amistad y sentido de pertenencia.

- Precio

se manejan 4 tipos de paquetes 3 presenciales y 1 virtual u on line

1) paquete on line tiene un costo de 200.000 mil pesos incluye accesorias nutricionales accesorias en suplementación y un programa de entrenamiento por un mes con seguimiento constante de la evolución un chequeo virtual cada 15 días.

Paquete dietase diseña una dieta para un objetivo específico y tiene un costo de 100.000

2) paquete presencial con 8 clases al mes con una duración entre 45 min y 60 min dos clases por semana un costo de 300.000 mil pesos incluye accesorias nutricionales accesorias en suplementación y un programa de entrenamiento por un mes acompañamiento presencial.

3) paquete presencial con 10 clases al mes se distribuye a conveniencia del cliente con una duración entre 45 min y 60 min con un costo de 350.000 mil pesos incluye accesorias nutricionales accesorias en suplementación y un programa de entrenamiento por un mes acompañamiento presencial.

4) paquete presencial con 12 clases al mes tres clases por semana con una duración entre 45 min y 60 min y un costo de 400.000 mil pesos incluye accesorias nutricionales accesorias en suplementación y un programa de entrenamiento por un mes acompañamiento presencial.

- Reducción de costo

las clases se realizan en parques, gimnasios, o en los apartamentos de los usuarios no se debe cancelar ningún tipo de arriendo por un establecimientos o escenarios para la ejecución de los entrenamientos.

- Reducción de riesgo

El campo de entrenamiento debe ser revisado antes de todas las prácticas. Los lugares de entrenamiento deben estar libre de cualquier obstáculo u obstrucciones alrededor de las áreas fuera de límites. Los elementos para realizar las actividades físicas deben estar libres, seguros y secas y en óptimas condiciones para la realización y ejecución de los ejercicios.

- Accesibilidad

todos aquellos usuarios que quieran mejorar su calidad de vida por medio de la actividad física y que adicionalmente tengan una condición de aparentemente sanos pueden tomar nuestro programa de entrenamiento 180 personal fitness.

- Otros

nuestro producto es un programa de entrenamiento personalizado que se divide en paquetes

el servicio que vamos a brindar es un acompañamiento del entrenamiento con un entrenador capacitado experto en actividad física con gran experiencia adicionalmente con accesorias nutricionales y en suplementación.

CAPÍTULO III CANALES

Según Gómez (2014) los canales de distribución los define como “una estructura de negocios y de organizaciones interdependientes que va desde el punto del origen del producto hasta el consumidor.” Es decir que son una serie de herramientas que se emplean para hacer llegar al consumidor el servicio a prestar. Nuestra empresa usa los siguientes:

Canales físicos:

Dentro de los canales utilizados por la empresa, el más importante es la voz a voz, ya que nuestros clientes son nuestro principal gancho para que nuevas personas se vinculen con la empresa, al realizar un proceso donde los resultados se hacen evidentes nuevos clientes van a surgir con la necesidad de cumplir objetivos con respecto a su físico y aspecto corporal.

Otro canal físico que implementamos es el volanteo, manejamos unos formatos en los que se promociona la empresa, sus servicios y los beneficios que este tiene en las personas que se inscriben.

Canales virtuales:

Los canales que se manejan de forma virtual son nuestras redes sociales: Facebook, Instagram y WhatsApp, que nos permiten hacer una promoción de los servicios, como así mismo desde allí podemos demostrar los resultados y el beneficio de los programas que manejamos con el entrenamiento personalizado a nuestros clientes, además en nuestras redes tenemos a disposición de los clientes nuestra misión, visión, horarios, esquemas y programas deportivos, requisitos para la inscripción, costos y la información relacionada con nuestro personal.

Canales propios:

Otro de los medios por el que vamos a promocionar nuestro trabajo va a ser nuestro canal de YouTube, en el que se evidencian rutinas de entrenamiento, tips de nutrición y suplementación y aspectos fisiológicos de la actividad física.

Fases de los canales:

180 personal fitness tiene identificadas las necesidades de los clientes, en la actividad física para la salud y estética corporal las personas se relacionan con un servicio que incentive el cambio de hábitos de vida y el crecimiento a nivel deportivo en el caso del alto rendimiento, por ello nuestra empresa ofrece los productos de personas aparentemente sanas y de atletas fitness de nivel competitivo.

1. Ayudar a los clientes potenciales a evaluar los productos o servicios:

Por medio de las evaluaciones mensuales se hace una calificación de los productos y los servicios que se les brinda a nuestros usuarios con el fin de mejorar nuestros productos y servicios; además durante las clases o la comunicación on line y demás relaciones directas se hará una retroalimentación.

Adicionalmente a esto, los nuevos posibles clientes también pueden evaluar la experiencia después de tomar nuestra clase de cortesía gratis el día de la realización del evento mensual.

2. Posibilitar la compra a los clientes:

Los pagos se realizarán en efectivo o en dado caso nos pueden realizar consignaciones a nuestras cuentas de ahorros del banco caja social N.º 24056307197 a nombre de Rubén Darío Gómez Castro cc 1019097465 o N.º 24082275554 a nombre de Mario Andrés Ángel López cc 1018416127 y vía Efecty Servientrega o baloto a los mismos números de cédula.

3. Proporcionar valor a los clientes:

Los clientes son lo más importante para la empresa, por ello todo el trabajo está diseñado a tener un excelente trato, una entrega de resultados en fechas previamente establecidas y una retroalimentación adecuada de la evolución de sus metas durante el programa.

4. Garantizar la satisfacción de los clientes con un servicio de atención posventa:

El servicio posventa es nuestro fuerte ya que como se explicó la atención personalizada nos da un fuerte seguimiento del proceso individual de los usuarios para realizar mejoras en su entrenamiento o asesorías, obteniendo mayor fidelización para próximas ventas.

o Percepción. ¿Cómo elevamos la percepción acerca de los productos y servicios y servicios? Define la imagen corporativa (Marca, logo, slogan).

Por medio de la experiencia que tienen nuestros clientes y como se ve reflejado la preparación y la planificación de todas las actividades que realizamos en nuestro programa de entrenamiento hacemos que nuestro producto cada día se conozca más y más personas puedan ingresar al igual que las clases que se programan mensualmente en parques van a permitir que las personas ajenas a nuestro programa nos conozcan y logren posiblemente ingresar a nuestros programas



o Evaluación. ¿Cómo ayudamos a nuestros clientes a evaluar la proposición de valor de nuestra organización?

Por medio de las evaluaciones mensuales después de terminar su paquete se hace una calificación de los productos y los servicios que se les brinda a nuestros usuarios con el fin de mejorar nuestros productos y servicios. De esta manera facilitamos la evaluación a nuestros clientes.

o Compra. ¿Cómo permitimos que nuestros clientes compren de manera específica nuestros productos y servicios?

Contactándonos por nuestras redes sociales y para realizar los pagos se realizarán en efectivo o en dado caso nos pueden realizar consignaciones a nuestras cuentas de ahorros del banco caja social N.º 24056307197 a nombre de Rubén Darío Gómez Castro cc 1019097465 o N.º 24082275554 a nombre de Mario Andrés Àngel López cc 1018416127 y vía Efecty Servientrega o baloto a los mismos números de cédula.

Plantea el proceso y los sitios en los cuales se vende o se puede vender el producto o servicio.

o Entrega. ¿Cómo entregamos la proposición de valor a los clientes?

o Post-Venta. ¿Cómo proveemos soporte post-venta a nuestros clientes?

CAPITULO IV RELACIONES CON LOS CLIENTES

La relación que manejara la empresa con sus clientes va a ser personalizada, ya que cada cliente tiene unas características particulares y está enfocado en unos objetivos individuales.

de la forma individualizada buscamos generar mayor fidelidad y calidad en los servicios de entrenamiento y asesoría nutricional y ergogénica; además al tener vínculos cercanos con nuestra población generamos un conjunto de valores que potenciaran el reconocimiento de la marca y el crecimiento de número de usuarios referenciados por antiguos miembros del programa, por ello **el objetivo principal de esta relación es captar nuevos clientes**, además de esto se encamina a la consecución de otros propósitos que se buscan a partir de esta interacción con el cliente los cuales son:

- Generar confianza con el cliente.
- Crear segmentos al interior de los clientes para brindar una ayuda global y efectiva.
- Ofrecer promociones personalizadas.

Dentro de la relación con los clientes la atención personalizada es la más adecuada para fidelizar a las personas con la compañía ya que tenemos varias características que facilitan la adherencia de los usuarios y son:

- Dar una respuesta rápida a las inquietudes del cliente con respecto al programa.
- Entablar una relación amigable con el cliente.

- Personalizar las respuestas en caso tal que se generen inquietudes y que serán una retroalimentación diferente para cada persona.
- Ser realista en las metas individuales de cada persona.
- Pensar como cliente: esto se facilita ya que nuestra intervención se da con un objetivo diferente y el cual los integrantes de la empresa hemos experimentado a lo largo de nuestra carrera como deportistas

PROPOSICIÓN DE VALOR

Personalización

Entrenamientos personalizados para usuarios que no cuentan con mucho tiempo ni disponibilidad es por eso que realizamos los desplazamientos a los gimnasios, apartamentos o parques aledaños a los hogares de nuestros clientes, del mismo modo funcionan nuestras accesorias online, para así asegurarnos de manejar un trabajo con nuestros clientes con un seguimiento personalizado y ajustado a sus necesidades.

Facilitar el trabajo

únicamente nuestros clientes van a pagar por el paquete que adquieran en la inscripción con nuestra compañía, adicionalmente a los clientes se les va a continuar con un proceso de seguimiento (evolución y control), que determine unas tareas específicas para cada usuario obteniendo los resultados esperados por las personas atendidas.

Diseño

La ventaja de nuestra empresa es que los programas se diseñan basados en las teorías de fitness, fisiología del entrenamiento y la nutrición deportiva. Los programas están diseñados para que los clientes tengan un fácil acceso y total comprensión del trabajo a realizar, tanto en el ejercicio físico (carga, intensidad, duración y descanso), como la dieta (horarios y cantidades) y suplementación.

Marca/ Status

El estatus que se dan nuestros clientes es pertenecer al mejor club de entrenamiento personalizado de Bogotá

Precio

Nuestros clientes nuevos van a tener la posibilidad de adquirir nuestros planes con promociones en el primer mes dos por uno de esta manera hacemos que nuestros clientes conozcan nuestros programas.

Diseño de trabajo individual - 3 propuestas:

Rutina de mantenimiento general

LUNES: MIEMBROS INFERIORES			
CARGAS PROGRESIVAS			
Ejercicio	Series	CARGA	Repeticiones
PIERNA			
1. SENTADILLA TRX	4	AUTOCARGA	20
2. EXTENSIONES	4	PROGRESIVO	15
3. PRENSA ORIZONTAL	4	PROGRESIVO	15
4. CURL FEMORAL ACOSTADO	4	PROGRESIVO	15
5. CURL FEMORAL SENTADO	5	PROGRESIVO	20
6. HIPEREXTENSION MAQUINA	4	PROGRESIVO	20
EL INTERVALO QUE HAY DE RECUPERACION ES DE 30 SEGUNDOS MAXIMO.			
MARTES MIEMBROS SUPERIORES			
CARGAS PROGRESIVAS			
Ejercicio	Series	CARGA	Repeticiones
ESPALDA			
1. HALÓN FRONTAL AGARRE ABIERTO	4	PROGRESIVO	15
2. REMO TRX	4	AUTOCARGA	20
3. REMO POLEA	4	PROGRESIVO	15
PECHO			
1. PRESS MANCUERNA	4	PROGRESIVO	15
2. APERTURAS BANCO PLANO	4	PROGRESIVO	15
3. PUSH UPS	4	AUTOCARGA	AL FALLO
EL INTERVALO QUE HAY DE RECUPERACION ES DE 30 SEGUNDOS MAXIMO.			
MIERCOLES MIEMBROS INFERIORES			
CARGAS PROGRESIVAS			
Ejercicio	PESO	CARGA	Repeticiones
PIERNA			
1. ADUCTOR	4	PROGRESIVO	20
2. ABDUCTOR	4	PROGRESIVO	20
3. PRENSA VERTICAL	4	PROGRESIVO	12
4. CURL FEMORAL ACOSTADO	4	PROGRESIVO	15
5. EXTENSIONES	5	PROGRESIVO	20
EL INTERVALO QUE HAY DE RECUPERACION ES DE 30 SEGUNDOS MAXIMO.			
JUEVES : MIEMBROS SUPERIORES			
CARGAS PROGRESIVAS			
Ejercicio	Series	CARGA	Repeticiones
HOMBRO Y BRAZOS			
1. PRESS MANCUERNA	4	PROGRESIVO	15
2. VUELOS	4	PROGRESIVO	15
3. CURL BICEPS MANCUERNA	4	PROGRESIVO	12
4. MARTILLO	4	PROGRESIVO	12
5. COPA	4	PROGRESIVO	12
6. ENTERADAS	4	AUTOCARGA	12
EL INTERVALO QUE HAY DE RECUPERACION ES DE 30 SEGUNDOS MAXIMO.			
VIERNES REPITE RUTINA Y DOMINGO DESCANSO			
CARDIO: 25 MIN DESUES DE ENTRENAMIENTO			

Reducción de % graso mujer aparentemente sana

LUNES: MIEMBROS INFERIORES			
ZONA MIXTA			
Ejercicio	Series	RELACIÓN	Repeticiones
PIERNA			
1. SENTADILLA TRX	5	2.1	30 SEGS
2. TIJERA TRX	5	2.1	30 SEGS
3. HIPEREXTENSIÓN BANCO	5	2.1	30 SEGS
4. DESPLANTES EN BANCO	5	2.1	30 SEGS
4. PLANCHA	5		60 SEGS
MARTES : MIEMBROS SUPERIORES			
ZONA MIXTA			
Ejercicio	Series	RELACIÓN	Repeticiones
TORSO -BRAZOS- ABDOMEN			
1, PUSH UPS	5	2.1	30 SEGS
2, REMO TRX	5	2.1	30 SEGS
3, ENTERRADAS	5	2.1	30SEGS
4, CURL BICEPS TRX	5	2.1	30 SEGS
5. ABDOMEN ALTO	5	2.1	30SEGS
6. ABDOMEN BAJO	5	2.1	30 SEGS
7 OBLICUOS	5	2.1	30 SEGS
MIERCOLES : MIEMBROS INFERIORES			
CARGAS FIJAS			
Ejercicio	Series	CARGA	Repeticiones
PIERNA			
1. PRENSA HORIZONTAL	4	PROGRESIVO	15
2. PRENSA VERTICAL	4	PROGRESIVO	15
3. LEG CURL ACOSTADO	4	PROGRESIVO	15
4 LEG CURL SENTADO	4	PROGRESIVO	15
5. HIPEREXTENSIÓN EN BANCO	4	PROGRESIVO	15
6. ADUCTOR Y ABDUCTOR MAQUINA	4	PROGRESIVO	20 Y 20
EL INTERVALO QUE HAY DE RECUPERACION ES DE 30 SEGUNDOS MAXIMO.			
JUEVES: MIEMBROS SUPERIORES			
ZONA MIXTA			
Ejercicio	Series	RELACIÓN	Repeticiones
TORSO -BRAZOS- ABDOMEN			
1, PUSH UPS	5	2.1	30 SEGS
2, REMO TRX	5	2.1	30 SEGS
3, ENTERRADAS	5	2.1	30SEGS
4, CURL BICEPS TRX	5	2.1	30 SEGS
5. ABDOMEN ALTO	5	2.1	30SEGS
6. ABDOMEN BAJO	5	2.1	30 SEGS
7 OBLICUOS	5	2.1	30 SEGS
CARDIO: 30 - 40 MINUTOS EN LA MAÑANA O NOCHE			

Rutina de hipertrofia muscular hombre alto rendimiento

LUNES: PECHO Y ESPALDA			
CARGAS PROGRESIVAS			
Ejercicio	Series	CARGA	Repeticiones
PECHO			
1. PESS INCLINADO MANCUERNA	4	PROGRESIVO	15
2. APERTURAS EN INCLINADO CON MANCUERNA	4	PROGRESIVO	15
3. BANCO PLANO APERTURA CON MANCUERNA	4	PROGRESIVO	15
EL INTERVALO QUE HAY DE RECUPERACION ES DE 30 SEGUNDOS MAXIMO.			
ESPALDA			
1. HALON AGARRE CERRADO	4	PROGRESIVO	15
2. REMO POLEA	4	PROGRESIVO	15
3. REMO HAMMER	4	PROGRESIVO	15
ABDOMEN			
1. ABDOMEN ALTO	4	PROGRESIVO	30
2. ABDOMEN BAJO	4	PROGRESIVO	30
3. PLANCHA	4	AUTOCARGA	60 SEGS
EL INTERVALO QUE HAY DE RECUPERACION ES DE 30 SEGUNDOS MAXIMO.			
MARTES : PIERNA			
CARGAS PROGRESIVAS			
Ejercicio	Series	CARGA	Repeticiones
1. PRENSA VERTICAL	4	PROGRESIVO	15
2. PRENSA HORIZONTAL	4	PROGRESIVO	15
3. EXTENSION DE PIERNA	4	PROGRESIVO	20-15-12-10
4. CURL FEMORAL SENTADO	4	PROGRESIVO	25
5. CURL FEMORAL ACOSTADO	4	PROGRESIVO	25
EL INTERVALO QUE HAY DE RECUPERACION ES DE 30 SEGUNDOS MAXIMO.			
MIERCOLES : HOMBRO BICEPS TRICEPS			
CARGAS PROGRESIVAS			
Ejercicio	Series	CARGA	Repeticiones
HOMBRO			
1. PRESS MANCUERNA	4	PROGRESIVO	15
2. VUELOS	4	PROGRESIVO	15
3. MAQUINA PECK DECK POSTERIOR	4	PROGRESIVO	15
EL INTERVALO QUE HAY DE RECUPERACION ES DE 30 SEGUNDOS MAXIMO.			
BICEPS			
1. CURL CON BARRA	4	PROGRESIVA	15
2. MARTILLO BARRA ROMANA	4	PROGRESIVA	15
TRICEPS			
1. COPA	4	PROGRESIVA	15
2. EXTENSION CUERDA POLEA	4	PROGRESIVA	15
EL INTERVALO QUE HAY DE RECUPERACION ES DE 30 SEGUNDOS MAXIMO.			
JUEVES : PIERNA			
CARGAS PROGRESIVAS			
Ejercicio	Series	CARGA	Repeticiones
PIERNA			
1. CURL FEMORAL SENTADO	4	PROGRESIVO	15
2. CURL FEMORAL ACOSTADO	4	PROGRESIVO	15
3. PRENSA VERTICALPIERNAS ABIERTAS	4	PROGRESIVO	15
4. PRENSA HORIZONTAL PIERNAS CERRADAS	4	PROGRESIVO	15
EL INTERVALO QUE HAY DE RECUPERACION ES DE 30 SEGUNDOS MAXIMO.			
VIERNES : PECHO Y ESPALDA			
CARGAS PROGRESIVAS			
Ejercicio	SERIES	CARGA	Repeticiones
PECHO			
1. MAQUINA HAMMER PECHO	4	PROGRESIVO	15
2. PRESS PLANO MANCUERNA	4	PROGRESIVO	15
3. APERTURAS INCLINADO MNANCUERNA	4	PROGRESIVO	15
ESPALDA			
1. HALON FRONTAL	4	PROGRESIVO	15
2. REMO POLEA	4	PROGRESIVO	15
3. HALON AGARRE CERRADO	4	PROGRESIVO	15
ABDOMEN			
6. ABDOMEN ALTO , BAJO Y OBLICUOS	4	AUTOCARGA	30
CARDIO: 30 MINUTOS NOCTURNO			

Modelo de dieta- plan nutricional y suplementos

NUTRICION Y SUPLEMENTOS ESTATICA	
ESTATICA	
	5 CLARAS DE HUEVO 1 YEMA, 180 GR DE AVENA EN OJUELAS, 1 CUCHARADA DE MANTEQUILLA DE MANI O 60 GR DE NUECES
COMIDA 1	AGUA MINERAL, CAFÉ NEGRO O TÉ NATURAL
ORALES	1 TAB DE VITAMINA C+ 1 TAB DE OMEGA + 1 TAB MULTIVITAMINICO
COMIDA 2	150GR DE PECHUGA O TILAPIA A LA PLANCHA, 120 GR DE ARROZ BLANCO, PAPA COCIDA O PLATANO MADURO COCIDO Y 100 GR DE AVICHUELA
COMIDA 3	200 GR DE LOMO FINO O CARNE BAJA EN GRASA (BOLA), 150 GR DE ARROZ BLANCO, PAPA COCIDA O PLATANO MADURO COCIDO Y 100 GR DE AVICHUELA
COMIDA 4	150 GR DE PECHUGA O TILAPIA, 120 GR DE ARROZ BLANCO, PAPA COCIDA O PLATANO MADURO COCIDO 100 GR DE AVICHUELA
COMIDA 6	150 GR DE SALMONO TILAPIA O PECHUGA + 150 GR DE BROCOLI + 1 CUCHARADA DE ACEITE DE OLIVA
TOMAR 5 A 6 LITROS DE AGUA DURANTE EL DIA	

DESARROLLEN

(FLUJO DE INGRESOS.....)

INGRESOS

Se sabe que toda empresa debe generar ingresos para saber si es viable y próspera, además de acuerdo a los estándares que manejan los precios de la competencia vistos en los análisis de precios se determinó manejar los ingresos debido a la población en la cual la empresa (Empresa o Proyecto que adelanta) Personalizado se va a dedicar:

servicio	Horas semanales	Valor de la hora	Valor semanal	Valor del mes
Programa Online	4	\$ 12.500	\$50.000	\$200.000
Entrenamiento personalizado	2	\$ 37.500	\$75.000	\$300.000
Entrenamiento personalizado	2:30	\$ 40.000	\$87.500	\$350.000
Entrenamiento personalizado	3	\$ 33.333	\$100.000	\$400.000
Dieta y suplementación online	1	\$25.000	\$25.000	\$100.000

Donde se fijaron también los precios del servicio en el cuadro siguiente:

HORA	CANTIDAD DIAS	CANTIDAD HORAS SEMANA	TOTAL HORAS POR MES X 4 SEMANAS	VALOR TOTAL POR MES
1	3	3	12	\$800.000.00
1	4	4	16	\$1'000 000.00
1	5	5	20	\$1'500.000.00
1	6	6	24	\$2'000.000.00

Para cada segmento de clientes que hayamos identificado en nuestro modelo de negocio, debemos encontrar una o más fuentes que generen ingresos gracias a la venta de nuestra propuesta de valor.

Los ingresos pueden ser puntuales o recurrentes, de manera que supongan un flujo periódico de ingresos (prestación de un servicio normalmente).

Debemos conocer muy bien tanto lo que ofrece nuestra propuesta de valor, como la percepción que los clientes tienen de ella, así como lo que de verdad están dispuestos a pagar. Por ejemplo, no tiene sentido ofrecer un servicio Premium a un segmento de clientes que está habituado al low cost.

También es importante vigilar detalles como las formas de pago, ya que pueden influir enormemente en el proceso de pago, y una vez más podemos encontrar hábitos diferentes según segmentos de clientes.

Podemos generar estas fuentes de ingresos de diferentes formas:

- Suscripción: se paga una cuota periódica para disfrutar del servicio.
- Publicidad: se generan ingresos gracias a mostrar publicidad de un producto o servicio, en nuestro caso patrocinadores que publiquen en nuestros establecimientos.

Para cada fuente de ingresos recurriremos a diferentes sistemas de fijación de precios:

- **Precios fijos:** podemos fijar cada producto o servicio con un precio, cobrar por número de características de la propuesta de valor y por volumen.
- **Precios dinámicos:** permitir la negociación de precios, fluctuación según oferta y demanda.

CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES

Dentro de la gestión de 180 personal fitness pretendemos poner a disposición de nuestros clientes los recursos que nos convierten en una empresa líder en el entrenamiento personalizado.

Para el perfecto desarrollo de 180 personal fitness, los recursos clave que se utilizarán, serán los físicos, y los económicos, también se tendrá en cuenta el talento humano que se requiera. Al contar con estas tres pertenencias clave la empresa podrá prestar el mejor servicio a los diferentes segmentos de mercado ya mencionados.

En cuanto a los recursos físicos, se necesitará el espacio adecuado para el desarrollo de las habilidades físicas, un espacio amplio, con posibles sitios para realizar la hidratación correspondiente. Por otra parte, también se necesitará un material adecuado para desarrollar coordinación, fuerza potencia flexibilidad, entre otros. Estos recursos, se pueden adquirir a través de los recursos propios que se hacen en la inversión inicial por los creadores de 180 personal fitness.

Los sistemas, como computadores e impresoras, también serán necesarios para poder realizar principalmente la contabilidad de la empresa, la organización de los eventos y demás archivos que requiera realizar la empresa. Estos elementos, se adquieren a través del dinero que se da por la inversión inicial, y se le serán entregados a cada uno de los administrativos de la empresa o personas encargadas de las funciones ya mencionadas.

En cuanto a las redes de distribución, es otro de los recursos físicos a resaltar, ya que, mediante estos, es como se puede hacer conocer la empresa a los clientes a los cuales se espera llegar. Este recurso se tiene en cuenta en los gastos de la compañía, los cuales se pueden observar bajo el ítem de publicidad, es bastante necesario este recurso, ya que a través de la publicidad se puede ampliar el mercado y a su vez posiblemente aumentar los ingresos.

Por otra parte, se abarcarán también los recursos económicos, estos principalmente se obtendrán a partir de la inversión inicial, y el pago que se realiza por la prestación del servicio.

Por último, en cuanto al talento humano, este será el más importante de todos, ya que es el eje principal del desarrollo de la compañía, este será principalmente distribuido de la siguiente forma:

Entrenadores deportivos:

- Persona no mayor a 30 años.
- Que cuente con experiencia en entrenamiento deportivo.
- Que cuente con formación académica en áreas deportivas, ya titulado o en proceso de prácticas.
- Buen manejo de grupo.
- Buena relación inter personal.
- Manejo de situaciones difíciles o que sean bajo presión.
- Egresado (en lo posible) de la Universidad Santo Tomas.
- Responsable y dedicado a su profesión
- Comprometido con el trabajo

Coordinadores deportivos:

- Persona entre 25-34 años de edad
- Que cuente con experiencia en coordinación deportiva
- Que cuente con experiencia en el deporte.
- Que sea profesional en el área del deporte.
- Buena relación interpersonal
- Manejo de situaciones difíciles o que sean bajo presión.
- Egresado (en lo posible) de la Universidad Santo Tomas.
- Responsable y dedicado a su profesión
- Comprometido con el trabajo

En el siguiente cuadro se mostrarán los recursos físicos, económicos y de

talento humano que se requiere de una forma resumida.

Recursos	Características
Físicos	• Espacios adecuados para la práctica el desarrollo de las habilidades deportivas • Material acorde para los ejercicios a realizar, que ayuden a mejorar las habilidades como coordinación, fuerza, potencia velocidad y resistencia. • Computadores e impresoras, necesarios para toda la logística digital requerida (redes sociales, organización de archivos, contabilidad, organización de eventos, y demás documentos digitales)
Económicos	• Se obtienen a partir de la inversión inicial. • Pago que se realiza por la prestación del servicio.
Talento Humano	• Entrenador deportivo • Coordinador deportivo

CAPITULO VI: ACTIVIDADES CLAVE

En este capítulo se profundizará sobre los servicios de la empresa, las actividades que realizará y las fuentes de ingreso que esta tendrá. Se hará un énfasis en: la producción (diseño, fabricación y entrega de los servicios), en la resolución de los problemas (accidentes, inconvenientes u otros) y las plataformas que se manejan para informar sobre el servicio que se ofrece (canales).

La principal actividad clave de la empresa, es la prestación de un servicio deportivo, basado en el entrenamiento personalizado de fitness y actividad física para la salud, enfatizado en potencializar a los clientes mediante un proceso diferente, pero asociado con las tendencias clásicas y actuales del fitness.

Buscando que los clientes tengan, en una primera instancia, una verdadera experiencia de entrenamiento de alto rendimiento la práctica de los entrenamientos, para que posteriormente a través del entrenamiento constante, potencialicen su rendimiento físico y lleguen a ser atletas de alto rendimiento.

Al momento de realizar el servicio, este será enfatizado en priorizar al usuario y/o cliente. Será diseñado para generar un desarrollo y perfeccionamiento de habilidades físicas, a través de un entrenamiento

metodológico deportivo, donde se manejen los aspectos específicos de las sesiones de clase. Es decir, una fase inicial, una fase central y posteriormente una fase final, y se enfatice el usuario y/o cliente en el desarrollo de todas fases. Además se llevara a cabo un proceso de control y evaluación mediante la realización de formatos, donde el profesor indicado llenara y entregara a su entrenador.

Para poder realizar un excelente desarrollo del servicio, es decir, una prestación de este de excelente calidad se le brindaran, por lo menos una vez al mes, capacitaciones a los trabajadores de la empresa, donde se enfatizara la cadena de valor de la compañía, la importancia del usuario/cliente, la importancia del servicio prestado, la imagen del trabajador, y demás (metodología, didáctica, procesos, etc.), que permita reconocer a 180 personal fitness como una de las mejores empresas de entrenamiento.

La entrega del servicio, se realizará mediante la prestación del mismo en los espacios establecidos para la práctica deportiva. Es decir, el servicio se le entregará al cliente a través de la práctica de clases guiadas por los docentes a cargo, esta clase se realizará en los espacios indicados. Garantizado la mejor experiencia posible al usuario/cliente, haciendo que este disfrute de una verdadera experiencia de entrenamiento de alto rendimiento

Cuando se presente algún problema específico de los usuarios o con los usuarios, la empresa tendrá la capacidad de darle un manejo adecuado al inconveniente presentado. Si un usuario presenta una PQRS (pregunta, queja, reclamo o sugerencia) se contará con una atención en está y a su vez en las redes sociales los canales estarán abiertos para que pueda hacernos conocer su PQRS. Si el inconveniente, se presenta con un accidente o riesgo físico, en primera instancia, se le brindara al usuario/cliente la atención médica correspondiente en la zona del cuerpo afectada, es decir una atención de primeros auxilios. Posteriormente y dependiendo la gravedad, se le brindara un servicio médico más especializado. Se le realizara un seguimiento al sujeto afectado, y se le acompañara en su recuperación, demostrando el interés que tiene 180 personal fitness por su cliente.

El manejo de las redes sociales, es una de las principales actividades clave para los canales, ya que mediante esta se manejará la información que se les brindará a los usuarios y/o clientes que pertenezcan a la empresa. También se mostrarán los avances que la empresa tenga, los atletas de rendimiento destacados y toda aquella información que sea de interés y agrado a los clientes. Mediante el manejo de estas, ayudara a tener un control para el pago del servicio, la entrega de las sesiones de clase, los procesos de los usuarios/clientes, la asistencia de los mismos, y todo aquello que virtualmente se pueda manejar en el club.

Si el desarrollo de estas actividades clave se realiza de la mejor forma posible, y posteriormente se mejoran con el paso del tiempo, garantizara que 180 personal fitness tenga el reconocimiento en el mercado que le garantizara un

aumento económico, cabe enfatizar, que este proceso de actividades clave está centrado principalmente en la prestación del servicio.

ASOCIACIONES CLAVE

Alianzas entre empresas no competidoras

sport fitness- 180 personal fitness

Mundo olímpico (sport fitness)

Cuenta con la materia prima necesaria para satisfacer los objetivos de cada cliente, dicha alianza permitirá un patrocinio directo con sport fitness.

Dirección: Cl. 17 #6-12, Bogotá

Teléfono: 2810343

- 20 % de descuento en cada producto deportivo.
- Capacitación al personal y clientes de 180PF para el uso ergonómico de los productos.

Olimpo Proteínas ¿Qué gana 180PF?

En el mercado maneja la mejor suplementación deportiva a excelentes precios.

Dirección: Carrera 75 b # 22-53

Teléfono: 3192250063

- Descuentos en la compra de productos de suplementación deportiva.

• ESTRUCTURA DE COSTOS

COSTOS DIRECTOS

Grupo	DETALLES	CANTID AD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
elementos directos de trabajo	trx	4	150.000	600.000
	thera band	5	30.000	150.000
	fitball	5	45.000	225.000
	step	5	35.000	175.000
	colchonetas	5	30.000	150.000
	polar (pulsometro)	2	300.000	600.000
	balon medicinal 2kg	2	28.800	57.600
	balon medicinal 4kg	2	35.800	71.600
	balon medicinal 8 kg	2	48.800	97.600
	mancuernas 2 kg	2	22.700	45.400
	mancuernas 4kg	2	26.700	53.400
	mancuernas 15 kg	2	35.000	70.000
	mancueras de 20 kg	2	37.800	75.600
	lazos	4	10.000	40.000
	guantes de box	2	75.700	151.400
	paos para box	2	55.000	110.000
	total		966.300	2.672.600
equipo de oficina	computador portatil	1	925.800	925.800
	impresora multifuncional	1	420.800	420.800
	camara digital			
	telefono	1	525.000	525.000
	memoria usb	1	16.800	16.800
	calculadora	1	17.700	17.700
	total		1.906.100	1.906.100
uniformacion	maletas	4	98.800	395.200
	sudaderas	4	75.000	300.000
	pantalonetas	4	22.800	91.200
	camisetas	4	15.500	62.000
	gorras	4	7.500	30.000
	total		219.600	878.400

talento humano	profesionales en			
	c.f.d.r	2	33.333	1.000.000
	nutricionista	1	200.000	200.000
	total		233.333	1.200.000

COSTO MANO DE OBRA DIRECTA				
grupo	detalles	cantidad	valor unitario	mes valor total
talento humano	gerente	1	33.333	1.000.000
	entrenador	1	33.333	1.000.000
	total		66.666	2.000.000
	total mano de obra		66.666	2.000.000
costos indirectos				
grupo	detalles	cantidad	valor unitario	valor total mes
	hojas oficio	1000	0,077	17.800
	tarjetas	1000	0,0553	55.300
	volantes	1000	85,3	85.300
	esperos	12	1.016	12.200
	lapices	12	733	8.800
	marcadores	12	1.232	15.400
	grapap	100	0,07	7.000
	carpetas	24	0,07	7.000
	ganchos	24	0,07	6.500
	transporte entrenadores		6.600	200.000
	mantenimiento		1.666	50.000
	otros gastos		5.000	150.000
	total		16332,6423	615.300

PUNTO DE EQUILIBRIO

PRECIO DE VENTA	
MENSUAL	6.000.000
COSTO FIJO	
Mano de obra directa	2.200.000
Mano de obra indirecta	1.000.000
Costos Indirectos	615.300
Depreciacion	0
Total Costo Fijo	3.815.300

COSTOS VARIABLES

Mantenimiento	300.000,00
taxis y buses	200.000,00
Nutricionista	300.000,00
Total Costo Variable	800.000,00

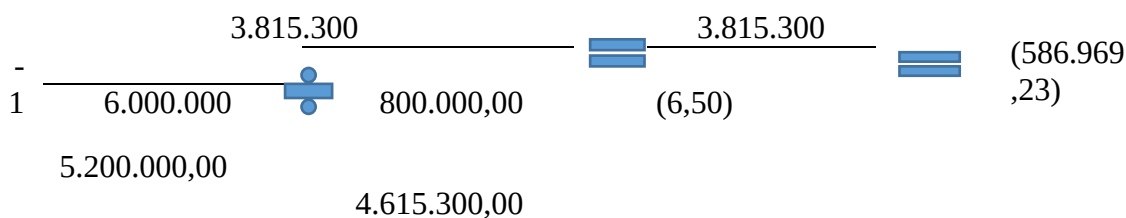
$$\frac{\text{COSTO FIJO}}{\text{PRECIO DE VENTA} - \text{COSTOS VARIABLES}}$$

P.E % 0%

Punto Equilibrio (586.969,23)

El porcentaje que resulta con los datos manejados, indica que de las ventas totales, el 73% es empleado para el pago de los costos fijos y variables y el 27% restante, es la utilidad neta que obtiene la empresa.

PUNTO DE EQUILIBRIO



ESTADO DE RESULTADOS

ESTADO DE RESULTADOS								
180 PERSONAL FITNESS								
A diciembre 31 de 2018								
Expresado en miles de pesos Col \$.000								
ESTADO DE RESULTADO PROYECTADO A 6 MESES								
	Descripción	1 MES	2 MES	3 MES	4 MES	5 MES	6 MES	% Part 6 MES
	Ingresos de actividades ordinarias	6.000.000	7.500.000	8.200.000	9.600.000	10.800.000	12.000.000	200,0%
Me nos	Costo de ventas	4.615.300	5.155.000	5.300.000	5.600.000	6.100.000	6.520.000	108,7%
Igu al	Ganancia bruta	1.384.700	2.345.000	2.900.000	4.000.000	4.700.000	5.480.000	91,3%
Má s	Otros ingresos	500.000	650.000	740.000	800.000	1.000.000	1.200.000	20,0%
Me nos	Gastos de Operacionales	100.000	150.000	220.000	315.000	430.000	500.000	8,3%
Me nos	Otros gastos	50.000	80.000	90.000	110.000	135.000	150.000	2,5%
Me nos	Costos financieros	-	-	-	-	-	-	0,0%
Igu al	Ganancia antes de impuestos	1.734.700	2.765.000	3.330.000	4.375.000	5.135.000	6.030.000	100,5%
Me nos	Impuesto de renta y complementarios	572.451	912.450	1.098.900	1.443.750	1.694.550	1.989.900	33,2%
Igu al	Ganancia del año	1.162.249	1.852.550	2.231.100	2.931.250	3.440.450	4.040.100	67,3%



	249	550	100	250	450	100	
Más Ganancias acumuladas al comienzo del año	-	-	-	-	-	-	0,0%
Menos Dividendos	-	-	-	-	-	-	0,0%
Igual Utilidad del ejercicio	1.162.249	1.852.550	2.231.100	2.931.250	3.440.450	4.040.100	67,3%

BALANCE GENERAL

ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA - BALANCE			
180 PERSONAL FITNESS			
A diciembre 31 de 2018			
Expresado en miles de pesos Col \$.000			
Descripción	Notas	AÑO 2018	% Part
ACTIVOS			
Activos corrientes			
Efectivo		2.400.000	30,5%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar		-	0,0%
Inventarios			0,0%
Total activo corriente		2.400.000	30,5%
Activos no corrientes			
Propiedades, planta y equipo		5.457.100	69,5%
Activos intangibles		-	0,0%
Total activo no corriente		5.457.100	69,5%
Total activo		7.857.100	100,0%
PASIVOS			
Pasivos corrientes			
Acreedores comerciales		-	0%
Impuestos corrientes por pagar		-	0%
Beneficios a empleados		-	0%
Total pasivo corriente		-	0,0%

Pasivos no corrientes		
Préstamos bancarios	-	0,0%
Total pasivo no corriente	-	0,0%
Total pasivo	-	0,0%
PATRIMONIO		
Capital en acciones	7.857.100	100,0%
Utilidades acumuladas	-	0,0%
Total patrimonio	7.857.100	100,0%
Total pasivo y patrimonio	7.857.100	100,0%

FLUJO DE CAJA

FLUJO DE CAJA		
180 PERSONAL FITNESS		
A diciembre 31 de 2018		
Expresado en miles de pesos Col \$.000		
Descripción	AÑO 2018	
<u>ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</u>		
Entradas		\$ 2.400.000
Efectivo recibido	\$ 2.400.000	
Salidas		\$ 0
Efectivo pagado a proveedores y gastos	\$ 0	
<u>Efectivo neto de las actividades de Operación</u>	-	<u>\$ 2.400.000</u>
<u>ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</u>		
Entradas		
Salidas		\$ 0
Compra maquienaria e implementos de dotación	\$ 0	
<u>Efectivo neto de las actividades de Financiación</u>	-	<u>\$ 0</u>

Flujo neto de efectivo		\$ 2.400.000
Saldo inicial de efectivo (01/01/16)		\$ 0
Saldo final de efectivo (30/09/16)		\$ 2.400.000

TASA INTERNA DE RETORNO DE (EMPRESA O PROYECTO QUE ADELANTA) PERSONALIZADO

Datos

Costo inicial -7857100

1 mes	783.000
2 mes	1.420.000
3 mes	2.600.000
4 mes	3.900.000
5 mes	5.300.000
6 mes	6.833.000

TIR 25,5%

VALOR PRESENTE NETO DE (EMPRESA O PROYECTO QUE ADELANTA) PERSONALIZADO

VPN

20,0%

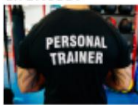
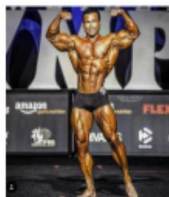
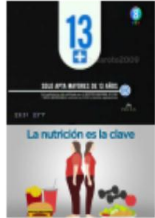
Enero	\$ 783.000
Febrero	\$ 1.420.000
Marzo	\$ 2.600.000

Abril	\$ 3.900.000
Mayo	\$ 5.300.000
Junio	\$ 6.833.000

MAS
MENOS

VALOR PRESENTE	9.442.336,78
COSTO INICIAL	7.857.100,00
VALOR PRESENTE NETO	1.585.236,78

LIENZO CANVAS

Aliados Clave  Sporfitness  Olimpo proteínas  Descuentos en suplementación e implementos	Actividades Clave Entrenamiento 100% individualización.  Logrando cumplir los objetivos de nuestros clientes. 	Propuesta de Valor Mejorar la calidad de vida y el aspecto físico de las personas encaminándolos al ámbito fitness   	Relación con el Cliente Calidad: Búsqueda de la excelencia.  el objetivo principal de esta relación es captar nuevos clientes 	Segmentos de Clientes  
	Recursos Clave 		Canales Instagram, Facebook y WhatsApp 	

Estructura de Costos 	Estructura de Ingresos Pagos en efectivo y Consignaciones a nuestras cuentas de ahorro N 24082275554 Y N 2405630719. <table> <tr> <th>servicio</th><th>Horas semanales</th><th>Valor de la hora</th><th>Valor semanal</th><th>Valor del mes</th></tr> <tr> <td>Programa Online</td><td>4</td><td>\$ 12.500</td><td>\$50.000</td><td>\$200.000</td></tr> <tr> <td>Entrenamiento personalizado</td><td>2</td><td>\$ 37.500</td><td>\$75.000</td><td>\$300.000</td></tr> <tr> <td>Entrenamiento personalizado</td><td>2,50</td><td>\$ 40.000</td><td>\$107.500</td><td>\$350.000</td></tr> <tr> <td>Entrenamiento personalizado</td><td>3</td><td>\$ 33.333</td><td>\$100.000</td><td>\$400.000</td></tr> <tr> <td>Dieta y suplementación</td><td>1</td><td>\$25.000</td><td>\$25.000</td><td>\$100.000</td></tr> </table>	servicio	Horas semanales	Valor de la hora	Valor semanal	Valor del mes	Programa Online	4	\$ 12.500	\$50.000	\$200.000	Entrenamiento personalizado	2	\$ 37.500	\$75.000	\$300.000	Entrenamiento personalizado	2,50	\$ 40.000	\$107.500	\$350.000	Entrenamiento personalizado	3	\$ 33.333	\$100.000	\$400.000	Dieta y suplementación	1	\$25.000	\$25.000	\$100.000
servicio	Horas semanales	Valor de la hora	Valor semanal	Valor del mes																											
Programa Online	4	\$ 12.500	\$50.000	\$200.000																											
Entrenamiento personalizado	2	\$ 37.500	\$75.000	\$300.000																											
Entrenamiento personalizado	2,50	\$ 40.000	\$107.500	\$350.000																											
Entrenamiento personalizado	3	\$ 33.333	\$100.000	\$400.000																											
Dieta y suplementación	1	\$25.000	\$25.000	\$100.000																											

COORDINE CON SUS COMPAÑEROS PARA EMPEZAR A ESCRIBIR EL TRABAJO FINAL CON LOS APORTES DE CADA UNO



2)180 PERSONAL FITNESS

3)Presentado por:

Mario Andrés Hernández

Rubén Darío Gómez castro

4)Asesor

Luis Alejandro Díaz Zabaleta

4. Video de 3 minutos (tipo comercial ofreciendo los productos o servicios de la empresa)

5. Una actividad corta de máximo 5 minutos (Escrita en pdf)

6)tarjeta



PERSONALFIT180 



ENTRENAMIENTO 100% PERSONALIZADO

Entrenamiento funcional, TRX, entrenamiento de alta intensidad, métodos de HIIT, insanity, incluye sugerencias en la ingesta alimenticia (dieta mensual) y asesoría en suplementación, entre otros.

¡PREGUNTA POR NUESTROS PLANES Y PROMOCIONES !

 3102363513-3208679170

 +57 310 2363513

 @personalfit180

 Personalfit180