



ELECTROFIT EN CASA S.A.S

Trabajo de grado creación de empresas

Responsables:

Juan Camilo Moreno Huertas (2150960)

Andrés Felipe Oviedo García (2147790)

Jesús Juan Pablo Poveda Matiz (2150124)

9A

Asesor:

Gonzalo Florián Velásquez

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C. 04 de Mayo del 2017

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO	4
LOGO	4
SLOGAN	5
MISIÓN	5
VISIÓN	5
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	6
MARCO REFERENCIAL	7
CAPÍTULO I: SEGMENTOS DE MERCADO	10
CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR	11
CAPITULO III: CANALES	12
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES	12
CAPÍTULO V: INGRESOS.....	13
CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES	16
CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES.....	18
CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES	19
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS	21
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA.....	24
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO.....	33
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	36

INTRODUCCIÓN

Con el auge que hasta estos años ha tenido la actividad física y todos los métodos de entrenamiento en la ciudad de Bogotá, el negocio del ejercicio físico constantemente en crecimiento, es un eje fundamental para el planteamiento de las iniciativas innovadoras para la creación de una empresa.

En la actualidad, las personas no dedican el tiempo suficiente a su salud con la ayuda de la actividad física. El trabajo, el estudio, las responsabilidades en el hogar, la movilidad caótica de la ciudad, los altos precios en lugares de entrenamiento, la falta de apoyo y motivación por parte de los entrenadores, entre muchas otras, son las razones por las que la gente no se anima a iniciar un plan o rutina de entrenamiento.

Al identificar lo anterior, ELECTROFIT EN CASA S.A.S pretende facilitar la manera en que las personas entrenan y mejoran su salud, ya que el servicio se ejecuta desde sus hogares.

Sin salir de tu casa, conseguirás rutinas innovadoras enfocadas hacia el objetivo que desees, apoyo y motivación de entrenadores profesionales capacitados en diseño y fomento de hábitos de vida saludable, uso de lo último en tecnología aplicada a la reducción de medidas, entre muchos otros servicios, con los que obtendrás resultados rápidos y efectivos, dentro de un ambiente ameno caracterizado por el trato amable y respetuoso que caracteriza a la empresa.

Esta propuesta empresarial está dedicada a cualquier sujeto mayor de edad que desee disminuir su grasa corporal y mejorar su tono o definición muscular por medio de la electroestimulación aplicada al ejercicio, con el uso de implementos deportivos o sin ellos, brindando entrenamientos personalizados puerta a puerta, con sesiones de una (1) hora como máximo.

MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

Para ELECTROFIT EN CASA S.A.S es importante difundir y dar a conocer su imagen a la sociedad y futuros clientes, así mismo presentar consigo la misión y visión que caracteriza a la empresa.

LOGO



El logotipo anterior cuenta con tres secciones diferentes, cada una con su respectivo color y tamaño. La primera sección se compone por un rayo de color amarillo que representa el poder, la energía y la esencia de la electroestimulación. Este está rodeado por cinco (5) figuras geométricas, las tres (3) centrales en color azul oscuro simbolizan un cuerpo inactivo o en reposo, que al ser impactado por el rayo cambia su estado natural, activándolo y dándole vida, convirtiéndolo en dos figuras geométricas más grandes y de color más vivo (azul celeste).

En la segunda sección se impuso el tipo de letra “Caesar Dressing”, derivada del alfabeto y la cultura griega, en la que se representó el culto al cuerpo que se le daba en la antigüedad. Adicional, ELECTROFIT EN CASA S.A.S comparte esta idea y por esto usa su nombre en el logo, diseñado en color rojo representando pasión, poder y vitalidad.

Y en la última sección, se completa el nombre de la empresa “en casa”, en medio de dos signos de exclamación que resaltan la idea, dándole uso al tipo de letra “PlayBall” por la sensación hogareña que transmite, y un color negro que simboliza el culto al ejercicio en el propio hogar.

SLOGAN

“Transforma tu cuerpo sin salir de casa” El significado es sencillo, se refiere a todos los resultados que las personas puedan alcanzar con nuestro servicio y con la ventaja de que estos sean desde el hogar, desarrollando cuerpos atléticos, esbeltos y deportivos que vayan acorde con los objetivos de los usuarios.

Evolucionando la mayor cantidad de capacidades físicas desde un estado base o inicial hacia un estado superior.

MISIÓN

ELECTROFIT EN CASA S.A.S tendiente a cambiar el clásico modelo de entrenamiento por un modelo personalizado, con lo último en tecnología de reducción de medidas sin salir de casa, buscando mejorar la calidad de vida y bienestar general de las personas. Para lograr esto, contamos con altos estándares de calidad y excelente servicio, en búsqueda de la mejoría de tú salud; ayudando en el aumento de la resistencia muscular, tonificación e hipertrofia, y en la reducción de grasa corporal general y localizada, para cumplir los objetivos de nuestros clientes.

VISIÓN

ELECTROFIT EN CASA S.A.S busca posicionarse en el mercado como una de las primeras empresas en ofrecer este tipo de servicio, buscando el crecimiento local y regional sin dejar de lado los valores propios de la empresa. En el año dos mil veinticinco (2025) se mantendrá el servicio inicial de entrenamientos en casa, llegando con los servicios a un ámbito

nacional, contando con una mayor cantidad de personas que trabajen con ELECTROFIT EN CASA S.A.S directamente desde las principales ciudades de Colombia, con puntos de venta e información de promociones y servicios.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Siendo estudiantes con un perfil integral dado por los principios humanísticos de Santo Tomás de Aquino se considera que estas enseñanzas se aplican directamente a la propuesta empresarial, en primera medida se apoya por las cuatro dimensiones que componen las acciones humanas, estas son: comprender, hacer, obrar y comunicar.

La primera de estas hace referencia al trato que los entrenadores dan a los usuarios y asimismo en la comprensión de las posibilidades que tienen ellos para la realización de los ejercicios, es entender entonces hasta qué punto las personas pueden llegar a exigirse. La segunda es el hacer que se asocia con toda la aplicación de los conocimientos que los entrenadores tienen y que transfieren a las personas que entrenen con la empresa, la tercera tendría que ver con el obrar que es el actuar de manera ética y correcta hacia los usuarios y la última de ellas que hace referencia a dar a conocer todos los planes y servicios ofrecidos de la empresa hacia toda la población.

En la búsqueda de la praxis hacia la búsqueda del bien común, la empresa se ubica en el modelo pedagógico que fomenta la institución. Los cuales serían los siguientes:

- Sociedad: ELECTROFIT EN CASA S.A.S respetaría los derechos humanos, valores democráticos y el cuidado al medio ambiente.
- Cultura: ELECTROFIT EN CASA S.A.S respeta la diversidad en etnias, incluyendo a todo tipo de personas sin exclusión alguna, puesto que todos podrían entrenar en igualdad de condición.
- Conocimiento: ELECTROFIT EN CASA S.A.S tiene personal capacitado para que estos apliquen todos sus conocimientos e intelectos hacia el servicio de todos.
- Ética y valores: ELECTROFIT EN CASA S.A.S velará por la integralidad de cada uno de los usuarios.

MARCO REFERENCIAL

La Organización Mundial de la Salud (OMS), en su documento Recomendaciones Mundiales sobre la Actividad Física para la Salud (2010), sostiene que la actividad física se considera la acción más importante que puede realizar el ser humano para mejorar la salud, sin embargo, hoy en día, según la OMS, uno (1) de cada tres (3) adultos no cumplen con los requerimientos necesarios de actividad física (150 minutos semanales de actividad física moderada); Al no cumplir con los requerimientos de actividad física recomendados por la OMS, según los últimos estudios epidemiológicos, en el año dos mil veinte (2020) las enfermedades no transmisibles, principalmente cardiovasculares y cánceres, serán la causa de más del 70% de la tasa mundial de morbilidad y, de esta cifra, un 85% se producirá en los países en desarrollo.

A nivel nacional, el tema del sobrepeso y el sedentarismo es preocupante, La Encuesta Nacional de Salud hecha por el Ministerio de Protección Social (Rodríguez et al. 2007), reveló que menos del 16 por ciento de las personas entre los dieciocho (18) y los sesenta y nueve (69) años hace alguna actividad física ligera con frecuencia (mínimo tres veces a la semana) y que apenas el 23% hace alguna actividad vigorosa.

En la capital del país según la información del observatorio de Culturas publicada en el año dos mil diez (2010), en Bogotá, más del 60% de la población mayor de trece (13) años tiende al sedentarismo, esto se debe en primera instancia al uso progresivo de automóviles y motocicletas para la rápida movilidad por la ciudad y en segundo lugar por la falta de tiempo para realizar la cantidad de minutos recomendada por la OMS.

Teniendo en cuenta los datos presentados anteriormente, la actividad física es primordial para tratar estos inconvenientes, por esto, ELECTROFIT EN CASA S.A.S plantea un método de entrenamiento totalmente innovador apoyado en la electroestimulación definida como la forma artificial de crear un estímulo electromagnético para activar la musculatura, imitando las condiciones fisiológicas de la contracción voluntaria, lo que ayudaría que el músculo se contraiga con mayor intensidad y fuerza según Rivera (como se citó en Basas, A. et al, 2003).

Además, genera beneficios según (Serrano & Sevilla, 2015) como:

- Aumento de la resistencia muscular.
- Aumento de la tonificación e hipertrofia muscular.
- Reduce la grasa corporal general y localizada.
- Mayor reclutamiento muscular y profundidad de activación.

Todas estas ventajas que aporta el entrenamiento estarán apoyadas con electroestimulación e irán acompañados de entrenamiento personalizado realizado por los profesionales en Cultura Física y Deporte fundadores de ELECTROFIT EN CASA S.A.S

A nivel legal ELECTROFIT EN CASA S.A.S se apoya en las siguientes Leyes.

La Ley 1258 del 2008 por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificadas en su Capítulo I, Artículo No.1 señala que: “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”. Ya que ELECTROFIT EN CASA S.A.S está constituida y creada por tres (3) socios. Ahora, en su Artículo No 3. Establece la naturaleza de la empresa: “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 regirá por las reglas aplicables a las sociedades anónimas”.

Además en su Capítulo III, Artículo No. 9 argumenta que: “Las sociedades por acciones simplificadas podrán establecerse porcentajes o montos mínimos o máximos del capital social que podrán ser controlados por uno o más accionistas, en forma directa o indirecta”. Puesto que, la empresa inicia con un monto pequeño y este puede ser administrado por los socios fundadores.

La Ley de Emprendimiento 1014 del 2006, en su Artículo No.1 señala lo siguiente: “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” siendo y respaldando esta Ley la esencia de este proyecto.

Según la Ley 181 de 1995, en su Título I, Capítulo I - Artículo 3, Punto 5. Nombra: “Fomentar la creación de espacios que faciliten la actividad física, el deporte y la recreación como hábito de salud y mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar social, especialmente en los sectores sociales más necesitados”. En este caso la empresa ira dirigida a cualquier estrato, respaldando los hábitos de salud y mejoramiento de la calidad de vida que son nombrados en la Ley.

Y además, Título IV, Capítulo I – Artículo 15: “El deporte en general, es la específica conducta humana caracterizada por una actitud lúdica y de afán competitivo de comprobación o desafío, expresada mediante el ejercicio corporal y mental, dentro de disciplinas y normas preestablecidas orientadas a generar valores morales, cívicos y sociales”. Resaltando la parte final de este apartado, ELECTROFIT EN CASA S.A.S apoya a cabalidad la práctica del ejercicio corporal y mental que buscan crear valores morales y sociales.

Ahora, a partir del aspecto social, es importante resaltar que la empresa busca en primera medida ofrecer un servicio hacia las personas y hacia el bienestar de las mismas, ya que no se vende nada tangible sino actividad y ejercicio físico para la salud (intangible); las personas obtendrían un buen estado físico y psicológico, mejorando el rendimiento laboral, estudiantil entre otros, aportándole a las estadísticas nacionales de sedentarismo una reducción considerable.

Todos los parámetros nombrados anteriormente son los ejes fundamentales de ELECTROFIT EN CASA S.A.S.

CAPÍTULO I: SEGMENTOS DE MERCADO

ELECTROFIT EN CASA S.A.S busca crear valor para los clientes principales; es decir, es un programa que va dirigido a cualquier persona mayor de edad que desee mejorar su calidad de vida por medio de nuestro servicio. Por tanto la empresa se desarrollará en el siguiente segmento de mercado:

Nicho de Mercado: La empresa tiene un enfoque hacia una población particular, ya que nuestros principales clientes tendrán características similares y ELECTROFIT EN CASA S.A.S destinará todos sus recursos y servicios directamente a ellos.

Se dirige a usuarios mayores de edad hombres y mujeres entre dieciocho (18) a cincuenta (50) años que estén interesados en contar con el servicio ofrecido, y se tendrá énfasis en los adultos aparentemente sanos que residan en sus hogares al menos con una hora de disponibilidad.

Según cifras del DANE en el año 2010 Bogotá tenía una población de 7'363.782, para el año actual se estima un aproximado de 8'080.734 habitantes. No se encontró con exactitud el total de personas para el rango de edad de dieciocho (18) a cincuenta (50) años, pero se estima un porcentaje de 47,8% para hombres y de 52,2% para mujeres en la actualidad.

La necesidad principal de los clientes es la de la mejoría de su bienestar general, pero estos cuentan con poco tiempo y falta de motivación para la realización de ejercicio físico, por esto, ELECTROFIT EN CASA S.A.S identificó esta necesidad y vende su servicio puerta a puerta brindando un entrenamiento innovador para nuestro nicho de mercado.

CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR

Una propuesta de valor es una promesa clara para acoger futuros clientes, aquí ellos deciden si desean obtener mayor información sobre el servicio y pagar por él, o si por el contrario deciden no tomarlo. La propuesta de valor se encarga entonces de cómo se suplen necesidades, de los beneficios hacia los clientes, entre otros, y le dice al cliente por qué obtener el servicio con ELECTROFIT EN CASA S.A.S y no con la competencia. Por lo anterior, se tendría el siguiente tipo de propuesta de valor.

Tipo de propuesta de valor, Novedad: El dispositivo o aparato tecnológico con el que se realiza la electroestimulación pre-entrenamiento es el Stimulus Physio que es clave con la electroestimulación, este maneja nueve (9) tipos de corrientes excitomotoras y cuatro (4) canales de salida que cuentan con controles independientes y con protocolos de tratamientos predeterminados. Esto generará corrientes excitomotoras al segmento corporal deseado y será la clave para los resultados del entrenamiento ofrecido por ELECTROFIT EN CASA S.A.S, ya que se utilizará el medio tecnológico y además se realizarán diferentes tipos de ejercicios con implementos (mancuernas, colchonetas, balones medicinales, steps, escaleras coordinativas, lazos, pesa rusa, bandas elásticas) o sin implementos (sólo el peso corporal).

La necesidad que se va a satisfacer para los usuarios es la de mejorar su salud, por ejemplo, se reduciría la posibilidad de padecer algún tipo de enfermedad cardiovascular, reducción de medidas y mejora en su apariencia corporal trabajando en su hogar. Estas características se ligan a la propuesta de valor según novedad para el cliente, puesto que, la empresa es la primera en integrar el uso de la electroestimulación y el ejercicio puerta a puerta.

CAPITULO III: CANALES

Es importante incluir los canales de distribución puesto que son los que definen y marcan las diferentes etapas que el servicio atraviesa, es decir, desde el primer contacto con el cliente (ya sea por página web, redes sociales, vía telefónica o vía e-mail), hasta la suscripción (diaria o semanal) con la empresa.

ELECTRO FIT EN CASA S.A.S usará canales propios directos y de socios comerciales indirectos. El primero hace referencia a las plataformas virtuales que se manejarán, y el segundo hace referencia a los lugares de residencia de los usuarios. A continuación se especifican los canales:

En primera instancia es necesario crear una página web y una página en Facebook, Instagram y Twitter puesto que el internet es considerado actualmente como el canal más importante de distribución de información, se tendría también la ventaja de que no existiría costo alguno en la creación de estas cuatro plataformas virtuales.

Añadiendo también, se utilizaría la alternativa de obtener los correos electrónicos y los números celulares o fijos de los clientes. Por ende habría una gran posibilidad de integrar todas estas alternativas tecnológicas a la rutina o al día a día de los clientes para poder mantener contacto con quienes sean parte de los servicios de ELECTROFIT EN CASA S.A.S.

CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

Comúnmente la principal fuente de ingresos de cualquier empresa son sus clientes, pero ya que el mundo del mercado y los negocios avanzan exponencialmente, es necesario el uso de nuevas estrategias que acojan a dichas personas.

Según las categorías establecidas para la relación con los clientes la que le compete a la empresa es Asistencia Personal Exclusiva, puesto que el servicio ofrecido en primera instancia tiene como objetivo brindar entrenamiento personalizado dirigido por los entrenadores capacitados; en

segunda instancia, es de asistencia personal exclusiva porque los entrenamientos se realizan en los hogares.

La relación que se quiere establecer y mantener con los clientes o usuarios a nivel social es una donde esté por encima el trato integral hacia las personas, teniendo en cuenta que el servicio a ofrecer repercute en la salud de las mismas, por ende, los valores y las buenas relaciones de ELECTROFIT EN CASA S.A.S hacia los usuarios son algo esencial y primordial.

CAPÍTULO V: INGRESOS

Toda empresa, en este caso, ELECTROFIT EN CASA S.A.S no es ajena a esta, se requieren de ingresos que ayuden al mantenimiento y al crecimiento de la empresa, por ende este capítulo es el pilar más importante para que la empresa surja. Teniendo en cuenta que los ingresos también son necesarios para todos los gastos que demanden la empresa (equipos, transporte entre otros) y los ingresos restantes serán el pago al personal.

La empresa en el ejercicio de prestación de servicios hacia los clientes, recibe dinero u obtiene ingresos, siendo estos las bases para el sustento del negocio, es decir, un dinero invertido en el pago de los transportes, compra y mantenimiento de implementos, pagos a los trabajadores, entre otros. Cabe aclarar que el servicio ofrecido (Entrenamiento personalizado con electroestimulación) por la empresa se realiza en los hogares de los clientes.

Para la empresa, los ingresos a generar se apoyan en dos fuentes, la primera es la de cuota por uso, y la segunda es la de cuota por suscripción. En la de cuota por uso, para la empresa, según lo mencionado en el capítulo IV se ofrece el servicio que será pagado por sesión a un valor de cincuenta mil pesos (\$50.000), el cual no varía y en el cual se obtendrá el uso del Stimulus Physio más la clase de entrenamiento personalizado con y sin elemento.

En la cuota de suscripción, para la empresa, según lo mencionado en el capítulo IV se ofrece el servicio que será pagado por semana, teniendo en cuenta que esta se compone por cuatro (4) días a libertad de opción del

cliente, es decir, este tendrá la posibilidad de programar sus clases en cualquier día de lunes a viernes y en cualquier horario, el cual tiene un costo de ciento cincuenta mil pesos (\$150.000). El plan contará con lo dicho para el servicio por sesión, más, historia clínica, medidas antropométricas, control del progreso y consejos nutricionales.

Adicional a lo ya mencionado acerca del plan por sesión y plan semanal, se añaden los siguientes servicios:

PLAN SESION	PLAN SEMANAL
• Entrenamiento en casa del usuario. • Uso del Stimulus Physio en el sujeto. • Movilidad articular y activación cardiovascular. • Ejecución de la sesión (Planificada) con implementos (uso de mancuernas, colchonetas, balones medicinales, steps, escaleras coordinativas, lazos, pesa rusa, bandas elásticas) o sin estos. • Vuelta a la calma, estiramientos.	• Entrenamiento en casa del usuario. • Historia clínica, medidas antropométricas, Consejos nutricionales, control del progreso. • Uso del Stimulus Physio en el sujeto. • Movilidad articular y activación cardiovascular. • Ejecución de la sesión (Planificada) con implementos (uso de mancuernas, colchonetas, balones medicinales, steps, escaleras coordinativas, lazos, pesa rusa, bandas elásticas) o sin estos. • Vuelta a la calma, estiramientos

El mecanismo de fijación de precios para el flujo de caja utilizado será precios predefinidos fijos, es decir, en ningún momento la tarifa de la sesión o del plan semanal variará. Es necesario aclarar que el pago será siempre con efectivo.

Finalmente, para justificar los precios manejados para los planes de ELECTROFIT EN CASA S.A.S se realizó la comparación con tres empresas a nivel local que brinda un servicio similar de entrenamiento con electroestimulación las cuales se llaman: Be Smart Fitness Lab, Fitao y AVA Impact Fitness. La siguiente tabla ilustra la comparación de precios para cada empresa.

EMPRESA	ELECTROFIT EN CASA S.A.S	BE SMART FITNESS LAB	FITAO	AVA IMPACT FITNESS
PLAN SESION	\$ 50.000	\$ 46.875	\$ 65.000	\$ 42.300
PLAN SEMANAL	\$ 150.000 (4 Días x Semana)	\$ 93.750 (2 Días x Semana)	\$ 214.000 (4 Días x Semana)	\$ 84.600 (2 Días x Semana)
<i>Nota: Las empresas Be Smart Fitness Lab y Ava Impact Fitness, no manejan específicamente un plan semanal o de sesión, pero sí el mensual, por ende se realizó una regla de tres teniendo en cuenta los días totales que son ofrecidos en las semanas del mes. Mientras que Fitao si cuenta con precios establecidos en sesión y en semana.</i>				

La media para el plan por sesión teniendo en cuenta las tres empresas competidoras es de: \$ 51.391, y para la media en el plan semanal es de \$ 130.783. Comparando los precios de ELECTROFIT EN CASA S.A.S y los valores de las medias obtenidos anteriormente, se afirma y se confirma que la empresa maneja tarifas (semanales) más asequibles por las personas, puesto que se ofrecen más días a la semana por un precio menor que el de la competencia. Así mismo, como Fitao es la única empresa competidora que ofrece un plan por sesión, se afirma que ELECTROFIT EN CASA S.A.S maneja un plan más económico.

A partir del plan sesión de la empresa y comparándolo con la media de las tres competencias en estas categorías se determina el margen de utilidad con regla de tres simple.

- Plan sesión ElectroFit: \$ 50.000
- Plan sesión media 3 empresas: \$ 51.391

Si, \$ 51.391 equivale a un 100%, \$ 50.000 equivaldría a 97.29% lo que quiere decir que un 2,71% por debajo del precio obtenido con la media en sesiones.

A partir del plan semanal de la empresa y comparándolo con la media de las tres competencias en estas categorías se determina el margen de utilidad con regla de tres simple.

- Plan semanal ElectroFit: \$ 150.000
- Plan semanal media 3 empresas: \$ 130.783

Si, \$ 150.000 equivale a un 100%, \$ 130.783 equivaldría a 87.18% lo que quiere decir que un 12,82% por encima del precio obtenido con la media en semana. Cabe aclarar que el valor es mayor porque ELECTROFIT EN CASA S.A.S ofrece mayor número de días por semana.

CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES

Los recursos claves son esenciales para el correcto funcionamiento y éxito de una empresa, sin ellos no habría bases sólidas para el negocio. Representan los recursos más importantes y necesarios para el funcionamiento del negocio, así como tipo, cantidad y precio.

Los recursos claves que utilizará ELECTROFIT EN CASA S.A.S son los recursos humanos, físicos y económicos. Los recursos humanos hacen referencia a los entrenadores que ofrecen el servicio, los recursos físicos hacen alusión al uso de implementos para realizar los entrenamientos, y los recursos económicos, son la fuente de ingresos para la empresa (pago por sesión o pago por plan en efectivo).

Los activos (recursos físicos/tangibles) utilizados para el funcionamiento adecuado de la empresa son los siguientes:

INSUMOS	CANTIDAD	PRECIO
Stimulus Physio.	3	\$ 1.550.000 (c/u) \$ 4.650.000 (total)
Mancuernas (Set De Pesas De 82lb Evo).	1	\$ 539.900 (c/u)
Colchonetas (Colchonetas Yoga Ejercicios Fisioterapias Abdomen Fitness).	3	\$ 35.000 (c/u) \$ 105.000 (total)
Balones medicinales.		
3 Kg	1	\$ 30.000 (c/u)
7 Kg	1	\$ 41.000 (c/u)
10 Kg	1	\$ 56.000 (c/u)
Steps (Banco Steps Escalador Aeróbicos 2 Niveles – Sport Fitness).	1	\$ 78.900 (c/u)
Escalera coordinativa (Escalera De Agilidad, Coordinación, Entrenamiento, Futbol).	1	\$ 25.000 (c/u)
Lazos (Lazo de salto).	3	\$ 8.500 (c/u) \$ 25.500 (total)
Pesa rusa.		
4 Kg	1	\$ 24.990 (c/u)

6 Kg	1	\$ 49.900 (c/u)
8 Kg	1	\$ 63.000 (c/u)
Bandas elásticas (Kit Set X 3 Bandas Elásticas Resistencia Miyagi Fitness).	1	\$ 75.000 (c/u)
TOTAL	\$ 5.764.190	

CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES

El servicio de ELECTROFIT EN CASA S.A.S. ofrecido a los usuarios debe ser sustentado por un conjunto de actividades fundamentales que son la guía para que el negocio tenga un desarrollo óptimo. Por lo cual, con el cumplimiento de cada una de estas se garantizará el éxito de la empresa.

La categoría que utiliza ELECTROFIT EN CASA S.A.S en este apartado, es la de resolución de problemas puesto que, el servicio se dirige al cliente en específico en la búsqueda del cumplimiento a las demandas.

Para lograr el éxito empresarial se deben tener en cuenta las siguientes actividades claves que se relacionan con los canales de distribución, las relaciones con los clientes y las fuentes de ingreso.

ACTIVIDAD	RESPONSABLE
Monitoreo diario de las plataformas virtuales.	Administrador
Propagación de servicios y promociones, dándole uso a las plataformas virtuales.	Administrador
Agendar los días y horas de entrenamiento para cada persona.	Secretaria
Elaboración de la anamnesis y test funcionales para la elaboración de	Entrenadores

los objetivos.	
Diseño de rutinas enfocadas a cada usuario.	Entrenadores
Ejecución de rutinas.	Entrenadores
Cobro oportuno del servicio.	Entrenadores
Manejo financiero	Administrador

CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES

Las asociaciones claves son altamente relevantes para la empresa y para el modelo del negocio, gracias a estas se crean alianzas ya sean con socios, proveedores o con los dos conjuntamente, que ayudan a la adquisición de recursos, entre otros.

ELECTROFIT EN CASA S.A.S, requiere de un tipo de asociación cliente - proveedor, con el fin de que se garanticen la calidad y fiabilidad de los productos y recursos utilizados por la empresa para su funcionamiento y surgimiento a nivel local.

A partir de la tabla expuesta en los recursos claves se relacionará cada activo con el proveedor de tal producto.

PRODUCTO	CANTIDAD	PROVEEDOR
Stimulus Physio.	3	Cycling Sport
Mancuernas (Set De Pesas De 82lb Evo).	1	Athletic Colombia
Colchonetas (Colchonetas Yoga Ejercicios Fisioterapias Abdomen Fitness).	3	Colchones y Camas
Balones medicinales.		

3 Kg	1	William Castro Sánchez
7 Kg	1	Equipos de Gimnasia
10 Kg	1	Equipos de Gimnasia
Steps (Banco Steps Escalador Aeróbicos 2 Niveles – Sport Fitness).	1	Cmarket solution
Escalera coordinativa (Escalera De Agilidad, Coordinación, Entrenamiento, Futbol).	1	William Castro Sánchez
Lazos (Lazo de salto).	3	JM Distribuidores
Pesa rusa.		
4 Kg	1	V body
6 Kg	1	Cmarket solution
8 Kg	1	Senior tienda virtual
Bandas elásticas (Kit Set X 3 Bandas Elásticas Resistencia Miyagi Fitness).	1	Proveedor Integral

Observando los anteriores proveedores las asociaciones clave que se establecerán son con Cycling Sport y Athletic Colombia. El gana-gana que se tendría entre estas dos empresas y ELECTROFIT EN CASA S.A.S recae en publicidad para ambas partes; es decir, Cycling Sport y Athletic Colombia en sus instalaciones tendrán tarjetas y volantes promocionando el servicio de ELECTROFIT EN CASA S.A.S a su vez, esta última empresa hará las mismas acciones fomentando el servicio de los dos proveedores (publicidad) y la calidad de sus productos. Finalmente el gana-gana va a ser de orden publicitario no monetario.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Para garantizar que la empresa cumpla con todos los parámetros de la idea de negocio y de la propuesta de valor, es importante tener en cuenta todos los costos fijos y variables que incurren en este proceso; es decir, todos los gastos que ELECTROFIT EN CASA S.A.S tiene y así mismo los ingresos que se reciben.

A continuación se representa lo mencionado:

Activo	Costos variables	Costos fijos	Cantidad	Precio total del activo	% del activo por 30 días	% del activo por 7 días	% del activo por día
Stimulus Physio.		X	3	\$ 4.650.000	\$ 77.500 (1.6%)	\$ 18.083 (0.3%)	\$ 2.583 (0.05%)
Mancuernas		X	1	\$ 539.900	\$ 22.495 (4.1%)	\$ 5.248 (0.97%)	\$ 749 (0.13%)
Colchonetas		X	3	\$ 105.000	\$ 4.375 (4.1%)	\$ 1.020 (0.97%)	\$ 145 (0.13%)
Balones medicinales		X	3	\$ 127.000	\$ 5.291 (4.1%)	\$ 1.234 (0.97%)	\$ 176 (0.13%)
Steps		X	1	\$ 78.900	\$ 3.283 (4.1%)	\$ 767 (0.97%)	\$ 109 (0.13%)
Escalera coordinativa		X	1	\$ 25.000	\$ 1.041 (4.1%)	\$ 243 (0.97%)	\$ 34 (0.13%)
Lazos		X	3	\$ 25.500	\$ 1.062 (4.1%)	\$ 247 (0.97%)	\$ 35 (0.13%)
Pesas rusas		X	3	\$ 137.890	\$ 5.745 (4.1%)	\$ 1.340 (0.97%)	\$ 191 (0.13%)

Bandas elásticas		X	1	\$ 75.000	\$ 3.125 (4.1%)	\$ 729 (0.97%)	\$ 104 (0.13%)
TOTAL				\$ 5.764.190	\$ 124.417	\$ 28.911	\$ 4.126

Nota: El precio del 100% para cada insumo, es referenciado a partir de la tabla del capítulo VI – Recursos clave. Además, al único activo que tiene vida útil de 5 años (60 meses) es el Stimulus Physio, los demás implementos se proyectan con vida útil de 2 años (24 meses)

Ya teniendo todos los costos fijos que necesita ELECTROFIT EN CASA S.A.S, se puede establecer los costos variables.

ACTIVIDAD	COSTOS VARIABLES	COSTOS FIJOS	PRECIO
Sueldos a entrenadores	X		Al mes de enero un costo de: \$ 500.000 y al mes de diciembre un costo de: \$ 1'600.000
Planes	X		Al mes de enero un costo de: \$ 1'000.000 y al mes de diciembre un costo de: \$ 3'200.000
Transporte	X		Al mes de enero un costo de: \$ 200.000 y al mes de diciembre un costo de: \$ 640.000

El recurso físico con el coste más importante para la empresa es el dispositivo tecnológico Stimulus Physio, el cual es la base fundamental de la idea de negocio, es el artefacto que le dará el valor agregado a los futuros clientes que adquieran el servicio de ELECTROFIT EN CASA S.A.S.; Otra

razón de su importancia, es que aún sin implementos (mancuernas, colchonetas, balones medicinales, steps, escaleras coordinativas, lazos, pesa rusa, bandas elásticas), las sesiones se pueden llevar a cabo con el uso del dispositivo en compañía de ejercicios de autocarga.

Los tres recursos claves más costosos son:

- Stimulus Physio \$ 1.550.000
- Set de Pesas \$ 539.900
- Pesas rusas \$ 137.890

Otro de los beneficios de la empresa, es que ninguna de las actividades claves mencionadas requiere costo o inversión adicional de los dueños de la empresa. Por otra parte, en relación a este apartado, la siguiente tabla ilustra los planes que la empresa maneja:

PLANES	DIAS / HORAS	PRECIO
Pago por Sesión	1 (1 Hora)	\$ 50.000
Pago Semanal	4 (1 Hora por día)	\$ 150.000

El servicio será costado por cada cliente de acuerdo a las clases que tome, es decir se paga por sesión o en el caso contrario se pagará el plan semanal. Cada sesión valdrá cincuenta mil (\$50.000), y la semana que se compone por cuatro (4) días valdrá ciento cincuenta mil (\$150.000). Es necesario aclarar que el pago será siempre con efectivo.

CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

Los estados financieros son la forma principal para proveer información de la empresa, los cuales se construyen a partir de los saldos de los registros contables a una fecha determinada. A continuación se presentan los datos contables con su orden y clasificación determinada de ELECTROFIT EN CASA S.A.S, estos son:

Proyección de ventas

ELECTROFIT EN CASA SAS			
PROYECCIÓN DE VENTAS			
De Enero 01 al 31 de Diciembre de 2.018			
Mes	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Enero	20	50.000	1.000.000
Febrero	24	50.000	1.200.000
Marzo	28	50.000	1.400.000
Abril	32	50.000	1.600.000
Mayo	36	50.000	1.800.000
Junio	40	50.000	2.000.000
Julio	44	50.000	2.200.000
Agosto	48	50.000	2.400.000
Septiembre	52	50.000	2.600.000
Octubre	56	50.000	2.800.000
Noviembre	60	50.000	3.000.000
Diciembre	64	50.000	3.200.000
		Total	25.200.000

Desde el primero de enero hasta el mes de diciembre del año 2018 se obtiene un total de \$25'200.000

Flujo de caja proyectado

						ELECTROFIT EN CASA SAS										
						FLUJO DE CAJA PROYECTADO										
						De Enero 01 al 31 de Diciembre de 2.018										
					Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo año anterior			\$		-	6.535.810	6.895.810	7.315.810	7.795.810	8.335.810	8.935.810	9.595.810	10.315.810	11.095.810	11.935.810	12.835.810
Aporte de Capital					12.000.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ingresos por sesiones					1.000.000	1.200.000	1.400.000	1.600.000	1.800.000	2.000.000	2.200.000	2.400.000	2.600.000	2.800.000	3.000.000	3.200.000
Préstamos					-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Efectivo Disponible					13.000.000	7.735.810	8.295.810	8.915.810	9.595.810	10.335.810	11.135.810	11.995.810	12.915.810	13.895.810	14.935.810	16.035.810
Egresos																
Inversión en Equipos					5.764.190	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Servicios personales					500.000	600.000	700.000	800.000	900.000	1.000.000	1.100.000	1.200.000	1.300.000	1.400.000	1.500.000	1.600.000
Transporte urbano					200.000	240.000	280.000	320.000	360.000	400.000	440.000	480.000	520.000	560.000	600.000	640.000
Total Egresos					6.464.190	840.000	980.000	1.120.000	1.260.000	1.400.000	1.540.000	1.680.000	1.820.000	1.960.000	2.100.000	2.240.000
Nuevo saldo			\$		6.535.810	6.895.810	7.315.810	7.795.810	8.335.810	8.935.810	9.595.810	10.315.810	11.095.810	11.935.810	12.835.810	13.795.810

En este flujo de caja se pueden evidenciar los movimientos financieros de la empresa a lo largo del año 2018.

Estados de resultados proyectado

			ELECTROFIT EN CASA SAS			
			ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO			
			De Enero 01 A Diciembre 31 de 2.018			
INGRESOS OPERACIONALES						
SERVICIOS DE ENTRENAMIENTO			25.200.000			
TOTAL INGRESOS OPERACIONALES			25.200.000			
COSTO DE VENTAS			-			
UTILIDAD BRUTA OPERACIONAL			25.200.000			
GASTOS DE ADMINISTRACION			17.640.000			
UTILIDAD NETA OPERACIONAL			7.560.000			
OTROS INGRESOS			-			
OTROS EGRESOS			-			
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS			7.560.000			
IMPO-RENTA			-			
UTILIDAD DESPUES DE IMPUESTOS			7.560.000			

En esta tabla de estado de resultados proyectado se resalta como valor importante: utilidad neta al año de \$ 7'560.000

Balance general proyectado

			ELECTROFIT EN CASA SAS		
			BALANCE GENERAL PROYECTADO		
			A Diciembre 31 de 2.018		
ACTIVO					
Activo Corriente					
Caja		\$	13.795.810		
Bancos			-		
Total Activo Corriente			13.795.810		
Activo Fijo					
Equipos Gimnasia			5.764.190		
Total Activo Fijo			5.764.190		
			-		
TOTAL ACTIVO		\$	19.560.000		
PASIVO					
Pasivo Corriente		\$			
Cuentas por Pagar					
Impo-renta por Pagar			-		
TOTAL PASIVO		\$	-		
PATRIMONIO					
CAPITAL		\$	12.000.000		
UTILIDADES DEL EJERCICIO			7.560.000		
TOTAL PATRIMONIO		\$	19.560.000		
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$	19.560.000		

Este balance proyectado hace referencia a todo el resumen de la evaluación financiera de ELECTROFIT EN CASA EN S.A.S

Tasa Interna de Retorno (TIR) y Valor Presente Neto (VPN)

ELECTROFIT EN CASA SAS				
TIR Y VPN				
Año	Flujos de Efectivo	Valor Presente	Tasa de Interés	7,00000%
0	- 5.764.190	- 5.764.190		
1	25.200.000	23.551.402		
2	28.980.000	25.312.254		
3	34.776.000	28.387.575		
4	41.731.000	31.836.380		
5	50.100.000	35.720.608		
Valor Presente Neto (VPN)			139.044.029	
			139.044.029	
Tasa Interna de Retorno (TIR)			453%	

ELECTROFIT EN CASA SAS tuvo una inversión de \$ 12'000.000 que a 5 años le retorno la inversión en un 453%, en un año el 90,6%, es decir, que esa inversión volverá en poco más de un año en cuanto a la TIR. Ahora, con un VPN positivo de \$ 139'044.029 a 5 años, donde al año se obtiene un promedio de \$ 27'808.805. Por esta razón el proyecto es viable de realizar.

Punto de equilibrio en ventas mes de enero

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Dónde: CF = Costos fijos; CVT = Costo Variable Total; VT = Ventas Totales

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{700.000}{1 - \frac{17.640.000}{25.200.000}}$$

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{700.000}{1 - 0.7}$$

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{700.000}{0.3}$$

$$PE_{\text{ventas}} = 2.333.333.333333333$$

Punto de equilibrio en ventas en el año

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{CF}{1 - \frac{CVT}{VT}}$$

Dónde: CF = Costos fijos; CVT = Costo Variable Total; VT = Ventas Totales

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{17.640.000}{1 - \frac{17.640.000}{25.200.000}}$$

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{17.640.000}{1 - 0.7}$$

$$PE_{\text{ventas}} = \frac{17.640.000}{0.3}$$

$$PE_{ventas} = 58.800.000$$

El punto de equilibrio en ventas hace referencia a las ventas que se deben realizar en cierta cantidad para tener un equilibrio; para este caso se operó con los valores al mes y al año, para el primero de estos se obtuvo \$ 2'333.000 y para el segundo \$ 58'800.000 (es pertinente hacer la aclaración que en el flujo de caja, mes a mes se aumentaba el valor del dinero, es decir en enero en cuanto a pago a entrenadores y transporte se tiene \$ 700.000, a cada mes aumenta este valor inicial y en el año se tiene \$ 17'640.000). Los valores mencionados inicialmente entonces son los mínimos que se debería obtener en ventas para la empresa, si se vende por debajo del valor habrían pérdidas pero, si se vende por encima habrían ganancias.

Punto de equilibrio en unidades mes de enero

$$PE_{unidades} = \frac{CF}{PVq - CVq}$$

Dónde: CF = Costos fijos; PVq = Precio de Venta Unitario; CVq = Costo Variable

$$PE_{unidades} = \frac{700.000}{50.000 - 35.000}$$

$$PE_{unidades} = \frac{700.000}{15.000}$$

$$PE_{unidades} = 46.66$$

Punto de equilibrio en unidades en el año

$$PE_{unidades} = \frac{CF}{PVq}$$

Dónde: CF = Costos fijos; PVq = Precio de Venta Unitario

$$PE_{unidades} = \frac{17.640.000}{50.000}$$

$$PE_{unidades} = \frac{17.640.000}{50.000}$$

$$PE_{unidades} = 352.8$$

El punto de equilibrio en unidades se refiere a la cantidad de servicios dados para lograr un equilibrio y recuperar los costos fijos (mes \$ 700.000 ó año \$ 17.640.000), más específicamente a cuántas sesiones de entrenamiento o servicios prestados se deben brindar en mes y en un año.

Por lo cual, se tiene que al mes se requieren 46 sesiones y al año 352 para lograr el equilibrio y recuperar el dinero.

Punto de equilibrio en tiempo

$$PE_{\text{tiempo}} = \frac{PE_{ua}}{TSM}$$

Dónde: PE_{ua} = Punto de equilibrio en unidades en el año; TSM = Total de sesiones por mes

**Nota: 4 sesiones por semana ofrecidas se convierten en 16 al mes*

$$PE_{\text{tiempo}} = \frac{352}{16}$$

$$PE_{\text{tiempo}} = 22$$

Ahora es necesario saber a cuanto equivale el resultado anterior relacionado a un año

$$PE_{\text{tiempo año}} = \frac{PE_{tm}}{TMA}$$

Dónde: PE_t = Punto de equilibrio en tiempo por mes; TMA = Total de meses en el año

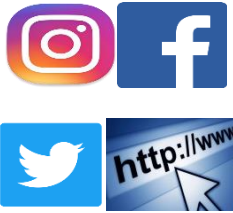
$$PE_{\text{tiempo año}} = \frac{22}{12}$$

$$PE_{\text{tiempo año}} = 1.83$$

Finalmente el valor de 1.83 corresponde a 1.83 año que se necesita para recuperar o se tarda en obtener los costos fijos de \$17'640.000

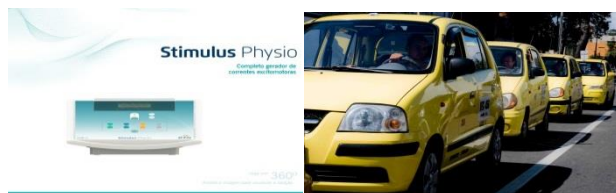
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

8. Asociaciones Claves Relaciones Cliente – Proveedor Calidad y fiabilidad de los productos obtenidos para funcionamiento de la empresa. Algunos de los principales proveedores: CICLYNG SPORT Athletic DE COLOMBIA SAS	7. Actividades clave Resolución de problemas  Las actividades clave hacen que la empresa se mantenga y crezca, que el servicio se preste con éxito, y también que se cumplan las demandas de los clientes (cumplir objetivos), algunas de la empresa: Monitoreo plataformas virtuales, Agendar días y horas de entrenamiento, Diseño y ejecución de rutinas, Manejo financiero	2. Propuesta de Valor Novedad Suplen necesidades físicas de las personas con uso de la electroestimulación (dispositivo tecnológico) junto al ejercicio programado para la mejora de salud y cumplimiento de objetivos 	4. Relaciones con los Clientes Asistencia Personal Exclusiva Entrenamiento personalizado en hogares con entrenadores capacitados que ofrecen su conocimiento acompañado de un trato integral hacia los clientes 	1. Segmentos de Mercado Nicho de Mercado Población particular (sujetos 18 a 50 años) que tengan disponibilidad del uso de sus hogares para la sesión 
--	---	--	--	--

El gana-gana que se tendría entre los proveedores y la empresa es publicitario (para ambas partes) En las instalaciones de Cycling Sport y Athletic Colombia tendrán tarjetas y volantes promocionando el servicio de ELECTROFIT EN CASA S.A.S a su vez, esta última empresa hará las mismas acciones fomentando el servicio de los dos proveedores y resaltando la calidad de sus productos	6. Recursos Clave Humanos, Físicos y Económicos  Recursos humanos = Entrenadores Recursos físicos = Implementos usados durante la sesión Recursos económicos = Ingresos (Compra del plan sesión o semana) 	Ejercicio programado + Stimulus Physio + Ejecución de la rutina con uso de implementos (Mancuernas, Colchonetas, Balones medicinales, Steps, Escaleras coordinativas, Lazos, Pesa rusa, Bandas elásticas) o sin ellos (Propio peso) genera: AUMENTO DE LA RESISTENCIA MUSCULAR AUMENTO DE LA TONIFICACIÓN E HIPERTROFIA MUSCULAR REDUCE LA GRASA CORPORAL GENERAL Y LOCALIZADA MAYOR RECLUTAMIENTO MUSCULAR Y PROFUNDIDAD DE ACTIVACIÓN	3. Canales Propios directos (plataformas virtuales) y Socios comerciales indirectos (hogares de usuarios)  Las plataformas virtuales mantendrán al tanto la relación empresa - usuarios (Monitoreo diario) Además se tendrán en cuenta los correos electrónicos y números celulares de las personas para cualquier información	 Población que recibirán recursos humanos y físicos brindados por la empresa en tan sólo 1 hora de trabajo 
---	---	--	--	--

9. Estructura de Costes

Costos fijos (Stimulus Physio y demás implementos o recursos físicos), **Costos variables** (Transporte, sueldo a entrenadores y compra de planes), Plan sesión mes e Implementos con costos



**Nota. Los costos variables, dependen de cuántas personas adquieran el plan, por ende esto determina el sueldo a ganar por los entrenadores y el plan comprado dependerá de los transportes para llegar a los hogares donde se realicen los entrenamientos*

El servicio será costado por cada cliente de acuerdo a las clases que tome, es decir se paga por sesión o en el caso contrario se pagará el plan semanal. Cada sesión valdrá cincuenta mil (\$50.000), y la semana que se compone por cuatro (4) días valdrá ciento cincuenta mil (\$150.000).

Cada plan incluye el uso del Stimulus Physio y la ejecución de la rutina (plan de ejercicios) con sus fases (calentamiento – ejercicios – vuelta a la calma) en los hogares. Es necesario aclarar que el pago será siempre con efectivo

5. Fuentes de Ingresos

Cuota por uso y Cuota por suscripción – Pago sesión y pago semanal – Comparar empresas

Plan sesión \$ 50.000 y Plan semanal \$ 150.000 (4 días por semana a programar según día y hora deseado, no incluye sábados y domingos) además, al pagar este plan tendrán: Historia clínica, medidas antropométricas, consejos nutricionales y control del progreso

Plan costo sesión y semana en comparación a Be Smart Fitness Lab, Fitao y AVA Impact Fitness

Plan sesión ElectroFit: \$ 50.000 // Plan sesión media 3 empresas: \$ 51.391 → Si, \$ 51.391 equivale a un 100%, \$ 50.000 equivaldría a 97.29% lo que quiere decir que un 2,71% por debajo del precio obtenido con la media en sesiones (más económico y asequible el plan de \$ 50.000)

Plan semanal ElectroFit: \$ 150.000 // Plan semanal media 3 empresas: \$ 130.783 → Si, \$ 150.000 equivale a un 100%, \$ 130.783 equivaldría a 87.18% lo que quiere decir que un 12,82% por encima del precio obtenido con la media en semana. Se aclara que el valor es mayor porque la empresa ofrece mayor número de días (4). Fitao (única empresa con plan semanal - 4 días), es de \$ 214.000. Por lo que es mayor, y sería más económico y asequible el plan semanal de \$ 150.000 de ELECTROFIT EN CASA S.A.S.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

DANE. (2017). *Estadísticas por tema: Demografía y Población*. Recuperado a partir de: <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/demografia-y-poblacion>

Ley 181 (Enero 18). (1995). *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*. Constitución Política de Colombia. Congreso de Colombia. Recuperado a partir de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=3424>

Ley 1014 (Enero 26). (2006). *De fomento a la cultura del emprendimiento*. Constitución Política de Colombia. Congreso de Colombia. Recuperado a partir de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=18924>

Ley 1258 (Diciembre 05). (2008). *Por medio de la cual se crea la sociedad por acciones simplificada*. Constitución Política de Colombia. Congreso de Colombia. Recuperado a partir de: <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=34130>

OMS. (2010). *Recomendaciones Mundiales sobre la Actividad Física para la Salud*. Recuperado a partir de: http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/44441/1/9789243599977_spa.pdf

Rivera, Dufary. (2011). *La electroestimulación neuromuscular y su aplicación en el desarrollo de la fuerza en el deporte*. Colombia, Cali. Instituto de Educación y Pedagogía. Área de Educación Física y Deporte. Artículo. Recuperado a partir de: <http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/3874/4/0450258.pdf>

Rodríguez, J. Ruiz, F. Peñaloza, E. Eslava, J. Gómez, L. Sánchez, H. Amaya, J. Arenas, R., y Botiva, Y. (2007). *Ministerio de Protección Social. Encuesta Nacional de Salud*. Colciencias. Recuperado a partir de: <https://www.minsalud.gov.co/Documentos%20y%20Publicaciones/ENCUESTA%20NACIONAL.pdf>

Secretaria de Cultura, Recreación y Deporte. (2010). *Observaciones de Ciudad: Actividad física y sedentarismo en Bogotá*. Bogotá. Colombia.

Alcaldía Mayor de Bogotá. Bogotá Bicentenario. Recuperado a partir de:
http://www.culturarecreacionydeporte.gov.co/observatorio/documentos/analisis/Actividad+fisica-N8_web.pdf

Serrano, M., y Sevilla, A. (2015). *Revisión de los beneficios de la electroestimulación integral*. Madrid, España. Actividad Física y Salud. Educación Física y Deportes. Artículo. Recuperado a partir de:
<http://www.raco.cat/index.php/ApuntsEFD/article/view/306848/396832>