



Opción de grado- Creación de empresa

QUILATE

Responsables:

Juan Esteban Hernández Villamizar – 2203032

David Leonardo Roa Velásquez – 2193069

Cristian David Parra Guzmán - 2202887

Asesor:

Luis Alejandro Díaz Zabaleta

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Ciencias de la Salud

Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Mayo 2020

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
IDEA DE NEGOCIO	5
LOGO.....	7
SLOGAN	8
MISIÓN	8
VISIÓN.....	9
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA.....	9
MARCO REFERENCIAL	10
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD	12
CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO	19
CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR	21
CAPITULO III: CANALES.....	25
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES	28
Estrategias comerciales.....	35
Plan de marketing QUILATE.....	36
CAPITULO V: INGRESOS.....	41
Supuestos Macroeconómicos.....	48
Proyección de ventas	49
CAPITULO VI: RECURSOS CLAVE	50
CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES	52
CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES.....	53

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS.....	55
Costos variables	56
Costos fijos	56
Punto de equilibrio	57
Estado de resultados	59
Flujo de caja	60
Tasa interna de retorno	61
CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO	63
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO	67
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	67

INTRODUCCIÓN

Quilate nace de la idea de ofrecer un servicio de entrenamiento personalizado, que pueda abarcar diferentes dimensiones que usualmente no son tenidas en cuenta en el campo del acondicionamiento físico, como lo es la dimensión mental y la búsqueda de su bienestar. Nuestro objetivo es ofrecer un servicio exclusivo, pensado para personas a las que su cuidado realmente interese y que deseen generar un estilo de vida saludable.

La garantía que brindará Quilate es mostrarse como un servicio único e innovador, digno de competencia con cualquier otro servicio de entrenamiento personalizado. De ahí, queremos enganchar a los clientes, para que se sientan parte de un servicio que no solo se preocupa por mejorar su condición física y todo lo que lo envuelve, sino que vela por su bienestar integral.

La experiencia de los entrenadores en variedad de población, nos ha permitido evidenciar que la adherencia a los programas de actividad física son uno de los mayores obstáculos que existen hoy en día, y más, si se piensa en la llegada de medios tecnológicos, enfocados a simplificar la vida de nuestros usuarios, y es por esto, que QUILATE ve en el medio tecnológico una oportunidad, teniendo como uno de sus valores agregados más llamativos, una **aplicación móvil** con gran variedad de características.

Como personas profesionales en el área de la salud, estaríamos buscando la mayor cantidad de estrategias que generen interés en el público y que suplan las necesidades de estos de la manera más completa. Para esto, nos enfocaremos en abarcar 2 grandes aspectos del entrenamiento personalizado, que garantizan un entrenamiento **íntegro y de calidad**, y son: El cuerpo y la mente.

QUILATE, quiere hacer que su cliente sienta en su proceso de entrenamiento cambios reales y significativos, para esto, no solo es importante generar un adecuado acondicionamiento físico, o una buena nutrición, sino también poder generar diferentes hábitos saludables en la persona.

Nuestro valor agregado, es hacer ver en nuestros clientes una oportunidad de impactar su vida, creando una experiencia de desarrollo y crecimiento recíproco (también sabemos que la interacción con personas de por sí, puede brindar un sin número de aprendizajes y conocimientos), que incluya la utilización de herramientas atractivas y poco convencionales (como el uso de una aplicación y de actividades relajantes entrenamientos).

Teniendo a profesionales de Cultura Física a la cabeza, Quilate reconoce las necesidades del mundo moderno, y se ve como una obligación generar espacios de auto cuidado, bienestar y búsqueda de hábitos saludables. Así mismo, se ve una oportunidad de tomar las herramientas tecnológicas actuales, como las aplicaciones móviles, en la que el cliente pueda interactuar con su proceso de entrenamiento de la forma más personalizada posible, y envolviendo una visión mucho más grande, de poder impactar en muchas personas, por medio del uso de sus celulares.

Para la consolidación de este proyecto consideramos importantes, conocimientos en:

Introducción a la Administración; Diseño y Gestión de Proyectos; Marketing Deportivo y Administración de los Organismo deportivos, para poder entender los procesos que se desarrollan tras la generación de una idea y como desde ahí, puede nacer una organización, teniendo siempre en cuenta un proceso de plan de negocio y una estructuración adecuada, que permita conocer en primera instancia cual es la viabilidad del negocio.

Complementando estas materias, aparecen: Fisiología; Morfología; Entrenamiento Deportivo y personalizado; Programación del ejercicio, y las materias de deportes, para evidenciar la estructura y funcionamiento del cuerpo, y como en la actividad física se deben tener en cuenta gran complejidad de situaciones para desarrollar un proceso de entrenamiento adecuado y seguro para la persona. Estas materias, sirven para generar los planes de entrenamiento que se van a ofrecer y tener una gran cantidad de opciones para ofrecer en los usuarios (se pueden enfocar en un deporte específico, o en la actividad de preferencia del usuario)

Por último, en psicología deportiva, ya que entendemos que la motivación intrínseca en la persona son los que generarán adherencia, y estas actividades que pueden generar paz mental y relajación, pueden ser una gran vía para lograrlo.

IDEA DE NEGOCIO

Nosotros visualizamos la gran problemática de las personas al momento de entrenar que hoy en día se presenta, la movilidad en los desplazamientos, el transporte y el tiempo que gastan para ir a entrenar, además de no tener la posibilidad de variar de modalidad o de ambiente continuamente. Por eso llegamos nosotros con nuestra APP que dentro de esta se podrá ver como se combinan el deporte, la actividad física y la relajación, evitando todos los inconvenientes posibles que se puedan presentar, con un profesional en la puerta de su casa a la hora indicada, con variedad de modalidades y enfoques para lograr así alcanzar las metas de la

manera más adecuada, y no solo eso, también se podrá seguir paso a paso su entrenamiento mediante la aplicación, generando de manera específica y detallada estadísticas, rendimiento, progresión y algunas sugerencias de su interés, entre otras cosas. Además, el costo del servicio será moderado-elevado ya que presenta muchos valores que valen la pena, y se diferenciara de la competencia.

Para cada segmento poblacional dependiendo de los gustos se planificará y estructurará una rutina de manera individualizada, según las características que la persona ingrese en la plataforma y nos comente. Buscando mayor acogida en la población joven de 18 a 30 años ya que están en la etapa de mayor cuidado físico, estético y de salud para un futuro mejor. Sin embargo, la elección del tipo de entrenamiento será libre para cada persona, lo cual permitirá en algunas personas tomar actividades con un mayor enfoque mental; para otros induciremos el mantenimiento y desarrollo de capacidades físicas, y la mejora en la composición corporal (salud y estética); o bien, la combinación de todas las anteriores. Es necesario especificar, que la elección de cada foco dependerá en un alto porcentaje del objetivo del usuario.

COMPONENTES DEL FITNNES PERSONALIZADO:

Nuestra idea de negocio se central en las cuatro principales áreas en un negocio:

- ✓ Clientes: Con disposición de entrar en un proceso de entrenamiento, en pro de la mejora de algún aspecto físico y/o mental. Con poder adquisitivo, interesado en invertir en su bienestar. Debe gustar servicios que estén a la vanguardia y a la moda, por lo que deben ser adultos jóvenes.
- ✓ Oferta que producto brinda: Quilate es un servicio de entrenamiento personalizado de lujo, que centra sus esfuerzos en cubrir aspectos del cuerpo y la mente, ofreciendo diversos medios y métodos de entrenamiento. Contando con una aplicación móvil, donde el usuario podrá tener un seguimiento continuo y constante, así como tener una interacción directa con su proceso de entrenamiento, haciendo que la persona se sienta total participe de este.
- ✓ Infraestructura instalaciones: En principio los procesos de entrenamientos físicos se manejarán a domicilio, para facilitar a las personas el encuentro. No obstante, la aplicación móvil será el principal medio de interacción con el usuario, por lo

que existirán encuentros virtuales cuando sea necesario (En principio se manejarán aplicaciones gratuitas como zoom o Hangouts).

- ✓ Viabilidad financiera: Los costos y demás factores financieros se encuentran detallados en el Capítulo VI.

LOGO



SLOGAN



“Tu esfuerzo vale oro”

MISIÓN

Quilate es una empresa especializada en brindar salud y bienestar a sus usuarios, por medio de un servicio de alta calidad, que aproveche y adapte nuevas tecnologías, y en donde se busca abarcar el desarrollo integral de la persona, tomando como foco de acción el **cuerpo** y la **mente**, por medio de una experiencia de entrenamiento personalizado diferente y exclusivo, que en últimas, mejore la calidad de vida en sus entrenados y el fomento de hábitos de vida saludables que perduren en el tiempo.

VISIÓN

Poder ser un gran exponente dentro de 5 años en el mercado fitness diferenciándonos en el servicio de entrenamiento personalizado con altos estándares de calidad, para cualquier persona con actitud y alcance a un dispositivo móvil, y así generar acceso a programas de actividad física y autocuidado en todo tipo de población.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Por medio del impacto en la población de manera útil y positiva, al ofrecer un servicio se busca que a futuro mejore la calidad de vida en la población a la que llegue. Además se tiene en cuenta la existencia de otros servicios que promueven los mismos ideales de alcance de una vida más saludable, y por tanto, se desea para estos la mejor de la suerte y el mejor de los ánimos, sin dejar de lado la competitividad limpia y profesional por parte de QUILATE.

Así mismo, debemos resaltar que este servicio tiene como objetivo fomentar y preservar el bienestar máximo en sus clientes, de manera humanista, tocando no solo el aspecto físico, sino reconociendo la importancia del cuidado de la mente, y por tanto, ofreciendo un servicio tan integral como sea posible. Es así, que el cliente resulta como lo principal y en coherencia con esto, todo lo que oferta la empresa tiene que resaltar alta profesionalidad y la búsqueda de la excelencia al prestar el servicio para abordar los individuos de la mejor manera.

Por último, no debemos olvidar los ideales Tomasinos y humanistas, que serán los cimientos de los valores y la proyección social que guiarán a QUILATE. Por lo mismo, se buscará actuar guiados siempre bajo la honestidad, el respeto, el profesionalismo y la empatía, y, el deseo de contribuir, como lo contempla la visión, con la contribución a la sociedad y la búsqueda de brindar este gran servicio, y así, que más personas puedan disfrutar de los beneficios de llevar una vida sana a nivel de cuerpo y mente, siendo ellos capaces de discernir en que opciones escoger para su bien y además recibiendo la adecuada ayuda de profesionales en el área.

Se debe resaltar de este servicio, que su naturaleza tiene base en el desarrollo del bienestar físico y mental de nuestros clientes.

MARCO REFERENCIAL

Existen algunas leyes y decretos, que facilitan y promueven al emprendimiento en Colombia, por lo que su conocimiento es esencial. Por un lado, aparece el art. 22 de ley 1014 de 2006, del fomento a la **cultura del emprendimiento**, la cual se basa en un respaldo por parte del gobierno a la creación de microempresas y acceder a información y educación para la creación de estas.

Retomando tiempos mas cercanos, la ley 1780 del 2016 de **emprendimiento juvenil**, que brinda incentivos y beneficios a empresas pequeñas.

Así mismo, es de importancia conocer los mecanismos para la creación de esta empresa, se deben seguir las leyes rigentes actualmente en el territorio colombiano. Por lo tanto, el organismo que regula la creación de empresas es la **Cámara de Comercio de Bogotá (CCB)**. En la página web de la CCB (2017) se pueden encontrar todos los trámites necesarios para la creación de una empresa, no sin antes tener totalmente claro el modelo de negocios.

Concretamente, estos se necesitan para crear y consolidar la empresa QUILATE.

1. Registrarse como persona natural o jurídica: Al tener gran confianza, y ser el proyecto que conducirá a la consolidación de la carrera profesional, se creará una **sociedad colectiva**.
2. ¿Qué nombre ponerle a la empresa?: Revisar disponibilidad del nombre
3. Clasificar actividad económica: Prestación de servicio enfocado a la mejora de salud
4. Consulta de la marca: Verificar que no exista un registro previo de la marca
5. Diligenciar la documentación exigida: Como el formulario RUES; Modelos y estatutos necesarios; fotocopias de las cédulas de los representantes.
6. En Cámara de comercio: Solicitar Pre **RUT** y Pre **Matricula Mercantil**
7. Elija el banco: Abrir una cuenta a nombre de la empresa.
8. Radicar los respectivos documentos: En Cámara de comercio

9. Verificar en línea aprobación: 3 días después de radicados los documentos, se debe verificar si fue aprobado y si es así, pedir una cita con la **DIAN**.

10. Cumpla su cita con la **DIAN**: Solicitar **RUT** y Firma Digital.

Lo anterior hace referencia a las leyes y normas que favorecen el desarrollo y la creación de empresas en Colombia. Por otro lado, reconocemos en las últimas décadas un incremento de patologías crónicas no transmisibles, y cada vez en edades más tempranas. Esto resulta sumamente preocupante, y requiere de la aparición de programas efectivos que combatan estas enfermedades, y sin duda alguna, la actividad física, es uno de las mejores alternativas para su combate.

Hay que tener en cuenta, que al practicar de actividad física y deporte, contribuyen en la salud física y/o mental, por lo que su práctica influirá en muchos aspectos como el estado de ánimo, energía, creatividad y mejoras en la concentración. Así mismo, el equipo de Quilate hemos sido físicamente activos la mayor parte de nuestras vidas, por lo que reconocemos los beneficios y la necesidad que tiene la realización de este tipo de prácticas. Adicionalmente, todos los conocimientos académicos y experiencias laborales adquiridos en los últimos años, son para nosotros la base para la presente propuesta de empresa, reconociendo que es nuestra responsabilidad generar hábitos saludables (al menos en torno a la actividad física), a la mayor cantidad de personas.

Teniendo en cuenta la necesidad de la población, sus gustos y el desarrollo propio, se debe conocer la normatividad vigente.

En primer lugar, según la constitución de (1991), encontramos la ley 181 de 1995 (artículo 81), 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.

Artículo 81. Las academias, gimnasios y demás organizaciones comerciales en áreas y actividades deportivas de educación física y de artes marciales, serán autorizados y controlados por los entes deportivos municipales conforme al reglamento que se dicte al respecto. Corresponderá al ente **deportivo municipal o distrital**, velar porque los servicios prestados en estas organizaciones se adecuen a las condiciones de salud, higiene y aptitud deportiva.

Así mismo, en constitución política de Colombia. Capítulo 3. De los derechos colectivos y del ambiente. artículo 78. vigilancia a producción, bienes y servicios.

La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público según comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

Se deben tener en cuenta varios aspectos para la consolidación de una empresa, que permitirá reconocer cuales son las necesidades que tiene el mercado y si nuestras ideas aparecerán como solución a estas. Por otro lado, se debe hacer un análisis de la competencia, para la cual se realizó un *benchmarking* (aparece en el capítulo V: Ingresos), donde se buscaron servicios que resulten como nuestra competencia directa y se hizo un análisis de su servicio y el valor de estos.

Para este estudio, se utilizó una **encuesta**, la cual fue desarrollada por la plataforma *Google formularios*, para poder hacer una rápida y efectiva recolección de datos. El cuerpo de esta se puede apreciar en las siguientes imágenes:

En este enlace se encuentra la encuesta y cada día se encuentra abierta a más participantes

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSd-AhI-dTmLMclOiAkg1y34TBMwot27C5s7s4SZ4gdIGDxNHg/viewform?usp=sf_link



QUILATE
TU ESFUERZO VALE ORO



Encuesta de Interés

La siguiente encuesta se desarrolla con el fin de crear un servicio de entrenamiento personalizado de lujo

Edad

Tu respuesta

Genero

- ☐ Mujer
- ☐ Hombre

Estrato

- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

Si usted recibiera un plan de entrenamiento personalizado de lujo. ¿Que actividades que fomenten su desarrollo y bienestar mental le gustaria practicar?

- ☐ Yoga
- ☐ Meditación
- ☐ Masajes relajantes
- ☐ Hidroterapia
- ☐ Sauna
- ☐ Turco
- ☐ Actividades de socialización y descanso como acampar

Si usted recibiera un plan de entrenamiento de lujo ¿Qué actividades a nivel físico le gustaría practicar?

- ☐ Senderismo
- ☐ Preparación para una carrera
- ☐ Kick Boxing
- ☐ Zumba
- ☐ Auto-carga (Funcional)
- ☐ Aerobicos
- ☐ Spinning
- ☐ Recorridos en bicicleta
- ☐ TRX - Bandas

Si usted recibiera un plan de entrenamiento de lujo ¿Qué servicios de seguimiento le gustaría tener?

- ☐ Progreso con fotos
- ☐ Estadísticas (Gráficas)
- ☐ Evaluación con medidas antropométricas
- ☐ Nutrición
- ☐ Estado emocional
- ☐ Evaluación funcional (aptitud física)

Si usted recibiera un plan de entrenamiento personalizado DE LUJO como se le presento anteriormente ¿Qué precio pagaría mensualmente por el servicio brindado?

- ☐ \$150.000 - \$300.000
- ☐ \$300.000 - \$450.000
- ☐ \$450.000 - \$600.000
- ☐ Mas de \$600.000

Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

[Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.](#) [Notificar uso inadecuado](#) - [Términos del Servicio](#) - [Política de Privacidad](#)

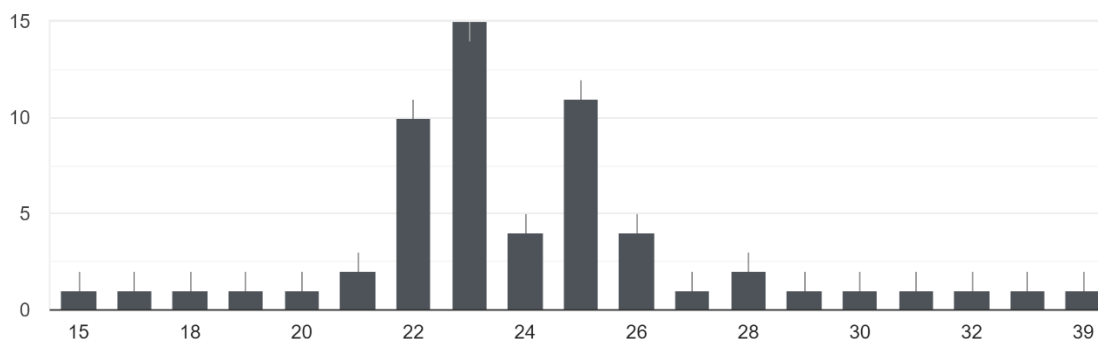
Google Formularios

Lo ideal, es llegar al menos a 200 personas, y hacer un análisis del mercado mucho más significativo. No obstante, a partir de los resultados obtenidos se pueden tomar

interpretaciones que se ajusten a la empresa. En primera medida, se observa que las edades de participación más altas estuvieron entre los 21 y los 28 años, lo cual representa al 75% (aprox.) de la población encuestada.

Edad

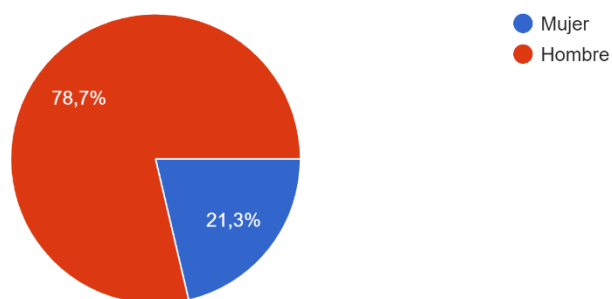
60 respuestas



Por otra parte, hubo una mayor participación de la población masculina en gran medida. Esta cantidad, puede no ser significativo a estándares reales, por el bajo número de encuestados.

Genero

61 respuestas

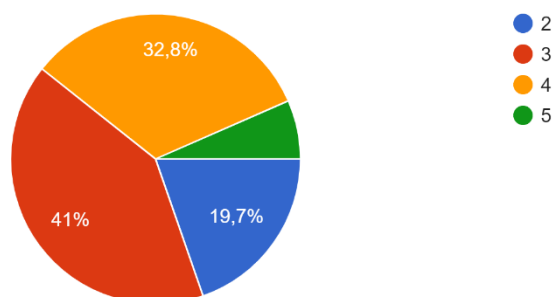


De las personas encuestadas, solo el 40% indicaron estar en un estrato socio-económico de 4 y 5, habiendo la necesidad de redireccionar la encuesta a una

población con mayores facilidades económicas, teniendo en cuenta que son estas personas las que podrían optar por el servicio.

Estrato

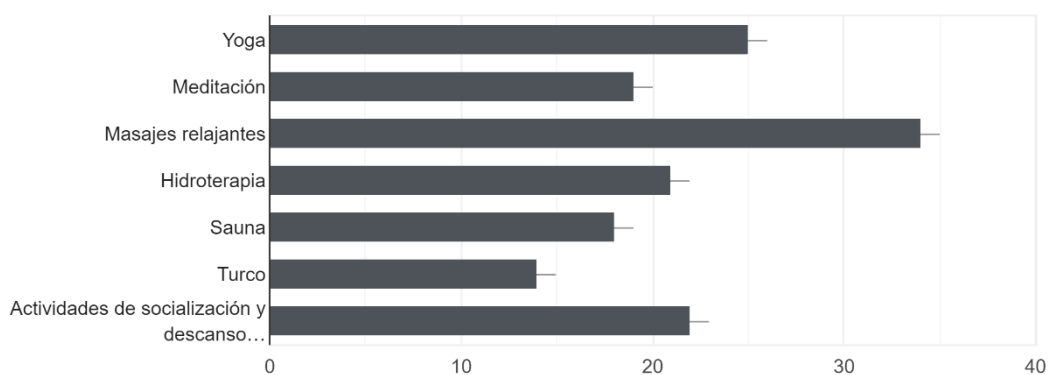
61 respuestas



En las actividades que fomenten un desarrollo y bienestar mental, las personas registran interés en actividades principalmente de descanso y de relajación, mostrando gran apoyo a: **Masajes relajantes**, actividades de **socialización y descanso**, y la práctica de **yoga**, como se ve en la siguiente gráfica:

Si usted recibiera un plan de entrenamiento personalizado de lujo. ¿Que actividades que fomenten su desarrollo y bienestar mental le gustaría practicar?

63 respuestas

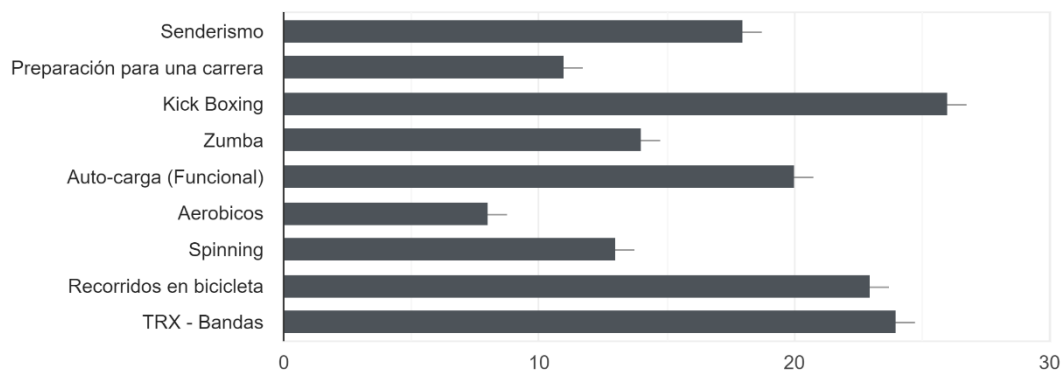


Las actividades físicas, que a las personas encuestadas les gustaría tener en su entrenamiento, son muy variadas, y dependerán en gran nivel de los gustos particulares de cada persona, por lo que se entiende que las actividades de entrenamiento, deben una alta gama de opciones de entrenamiento, que den la sensación de personalización de las sesiones para cada persona.

Sin embargo, poder adaptar un deporte específico al plan de entrenamiento resulta llamativo para muchas personas, y el “Kick-boxing” surgió como la actividad más aceptada. Por otro lado, uso de medios de entrenamiento diferentes como el TRX (entrenamiento en suspensión) son muy atractivos, pero el entrenamiento convencional de auto-carga (funcional) no deja de atraer usuarios. El uso de la bicicleta, es un componente muy llamativo, y es necesario tenerlo en cuenta, tal como se muestra en el siguiente gráfico:

Si usted recibiera un plan de entrenamiento de lujo ¿Que actividades a nivel físico le gustaría practicar?

63 respuestas

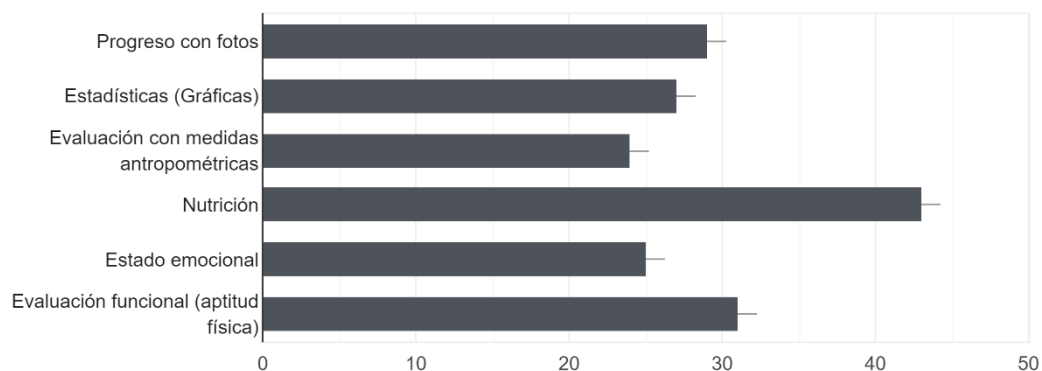


Por otro lado, reconocemos que el seguimiento del proceso debe ser una característica de un servicio de entrenamiento de lujo. Por lo que en la encuesta, encontramos que las personas reconocen la importancia de unas evaluaciones y de tener en cuenta factores externos a la actividad física (y mental, según nuestro

servicio), como es la nutrición. Es así que la evaluación morfológica y funcional, resultan fundamentales para las personas encuestadas, y se ve interés en el registro fotográfica. La siguiente gráfica expone los resultados:

Si usted recibiera un plan de entrenamiento de lujo ¿Qué servicios de seguimiento le gustaría tener?

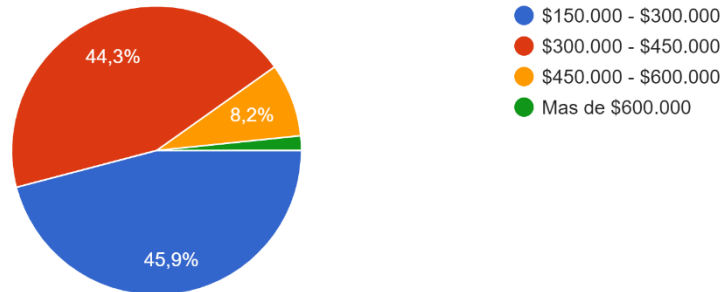
63 respuestas



Por otro lado, de los (61) encuestados, todos a excepción de una persona, les gustaría tener una aplicación móvil que les permitiera ver su progreso, pero en contraposición, las personas están inclinadas a la adquisición de este servicio, por un precio “bajo” y parecido a los propuestos por la competencia (sin tener en cuenta que la competencia no ofrecen tantos servicios, dentro de la experiencia de entrenamiento), y solo personas le darían un valor alto al servicio (\$450.000 o más), reflejando que encuentran como valioso este. Esto se puede observar en la siguiente gráfica:

Si usted recibiera un plan de entrenamiento personalizado DE LUJO como se le presento anteriormente ¿Qué precio pagaría mensualmente por el servicio brindado?

61 respuestas



MEDIOS Y TENDENCIAS A USAR (DE LA ACTIVIDAD FISICA)

A partir de la encuesta, notamos inclinaciones fuertes hacia ciertas tendencias y actividades en un gran porcentaje de la población. Por una parte, existe gran interés en el entrenamiento de kick-boxing, el entrenamiento de suspensión (TRX) y los recorridos en bicicleta. Esto nos da una guía, del modo en que debemos pensar proceso de entrenamiento, enfocando esfuerzos hacia las actividades de mayor interés en el usuario. Por otro lado, el grueso de la población mostro interés, por actividades relajantes y de socialización, dejando atrás elementos que podrían considerarse “Deluxe”, como la sauna y el turco.

En este sentido, vemos la buena aceptación que tendrían muchas de las actividades, pero vemos una dificultad en el precio que están dispuestos a pagar, debido a que más del 90% de la población NO pagaría más de \$450.000 por un servicio de lujo, y casi la mitad NO pagaría más de \$300.000. Interpretamos estos valores, como una consecuencia de la cantidad total de estratos altos encuestadas. Pensamos, que dirigir el servicio únicamente hacia personas de estratos 4, 5 y 6 (o incluir solo el 5 y el 6), con el fin de tener un mercado objetivo, que en realidad pueda acceder a un entrenamiento con las condiciones y calidad que proponemos.

CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO

En los últimos años el cuidado del cuerpo ha vuelto a tener un papel muy importante,

más aún con la aparición de redes sociales y el boom del mundo fitness. Por lo tanto, cada día hay más personas sumadas a esta tendencia, que desean mejorar su imagen y su salud, **SIN** importar cuál sea su edad, su cultura ni condición socio económicas.

No obstante, QUILATE es una empresa dirigida en primera medida, a personas de estratos 4,5 y 6, que deseen tomar un servicio de entrenamiento personalizado “de lujo”, en el que vean resultados verdaderos, y en el cual se adapte a las necesidades de la persona, lo más cercano posible.

Es por esto, que la empresa busca impactar tanto en hombres como en mujeres, de 18 años en adelante, que tengan un estrato 4 o superior, que vivan al norte de la ciudad. Así mismo, se incluirá la posibilidad de tomar un plan de entrenamiento simple, que deje de lado la rama mental, para aquellas personas que solo estén interesadas en el programa de entrenamiento. También, se manejará un plan parecido, en el que solo se tomen actividades de relajación y de conexión mente y cuerpo (como yoga, meditación y masajes relajantes), para aquellas personas que solo quieran tener un espacio de esparcimiento y relajación.

En este orden de ideas, y siguiendo a Ascanio (2011), nuestro mercado será **segmentado** al tener 2 tipos de servicio y necesidades que quiere suplir, de manera ligeramente diferente:

1. **QUILATE “gold”**- Para aquellas personas interesadas en tomar solamente una de las dimensiones que ofrece Quilate: Cuerpo o mente.
2. **QUILATE “diamond”**- Esta experiencia va dirigida a cualquier persona que este dispuesta a vivir el entrenamiento personalizado, desde una perspectiva no tocada antes, y tener una combinación perfecta y equilibrada entre actividades de: *Cuerpo y mente*.

Teniendo esto en cuenta, a continuación se dará una descripción del mercado objetivo, teniendo en cuenta que lo único que diversificara a cada grupo será los montos invertidos de dinero para si mismos.

UBICACIÓN Geográfica – Se tomará en cuenta la población que viva en el nor-oriental de la ciudad de Bogotá, tomando en sentido norte sur desde la calle 80 con autopista norte, hasta la calle 210 con autopista norte, y en sentido oriente-occidente desde la autopista norte, hasta la cra 1.

Demográfica- Se tendrán como foco, personas de estratos 4, 5 y 6, al ser las que probablemente podrán acceder al servicio por su costo, y por la zona geográfica objetiva.

Psicográfica- Se buscarán personas responsables, que se preocupen por su estilo de vida, o al menos por generar un cambio en este. Así mismo se pretenderá alcanzar a personas, que puedan plantearse objetivos a mediano y largo plazo. No importará que no tengan experiencia previa con la actividad física o el entrenamiento, sino que tengan toda la actitud y la motivación.

CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR

En QUILATE se quiere mostrar un servicio **novedoso** que nadie más dispone en el mercado, ofreciendo un programa que logre juntar la mayor cantidad de aspectos relevantes en el entrenamiento, y lograr envolverlo dentro de 2 grandes pilares, que son cuerpo y mente. Para esto, se traen prácticas y actividades que usualmente no son incluidas en un mismo espacio, ni ofrecidas en conjunto a lo que también se responde con un **diseño** de gran **adaptabilidad** que puede tomar el servicio.

Un ejemplo de esto sería un programa adaptado para una persona adulta, con alto estrés en su trabajo, además con poca disponibilidad de tiempo. En este caso, aparecería el servicio interdisciplinario en Quilate, donde se acudiría a un profesional en psicología (o certificado en la práctica que realiza) y ofrecer prácticas adaptadas a las necesidades de del usuario y al pilar de **mente**. Donde se incluirían sesiones cortas, en las que el foco sean actividades de relajación. Por lo tanto, será tenido en cuenta actividades como: Masajes relajantes, meditación y yoga.

Como se ve, lo que buscamos es ajustarnos a las necesidades y gustos precisos del cliente, y desde ahí desarrollar todo un programa, que tenga como principal

objetivo el aumento en la calidad de vida de este. Para esto, la **aplicación móvil**, va a tener mucha influencia, al permitir a las personas ver aspectos concretos de su proceso de entrenamiento como lo son: Seguimiento fotográfico, nutricional y del proceso, recordatorios de hábitos o tareas específicas para la persona, establecimiento de objetivos a corto, mediano, largo plazo, etc.

La aplicación va a necesitar profesionales del área de programación (ingenieros de sistemas o informáticos), que puedan hacer un sistema fácil de usar, comprensible por el usuario, llamativo, a la vanguardia, etc. Además, es necesario contar con el soporte 24/7, por si algún usuario llega a tener problemas con su aplicación (entendemos que las primeras fases de cualquier aplicación resultan complicadas).

En este orden de ideas, más que un servicio de entrenamiento personalizado, se ofrece una experiencia en la que se tocan varios aspectos de la vida diaria y se quiere lograr entender en las personas, que a pesar de las ocupaciones y del alto ritmo de la vida laboral, se pueden generar espacios, para adquirir hábitos, prácticas y momentos, para el autocuidado y la búsqueda del bienestar personal

La garantía de que el esfuerzo invertido, y la duración y constancia en el proceso “valdrá oro”, a nivel de los resultados obtenidos, dejando muy claro siempre que requiere de un compromiso y un esfuerzo en todo momento por parte del usuario, de la forma más cómoda posible para él/ella y así pueda sentirse cómodo y perdurar en el tiempo.

De por sí, la exclusividad es uno de los valores agregados que ofrecemos desde el principio en el servicio, por lo que, la idea de pertenecer a QUILATE, debe representar para ellos es la satisfacción de recibir un servicio que rompe con los esquemas, enfocándose en la excelencia y la alta calidad. Así mismo, el **precio** se verá por ser la más justo y accesible posible (teniendo en cuenta todos los servicios prestados y sus características únicas y particulares).

Otro valor agregado, es la opción de dar al cliente a elegir, y proponer un servicio de entrenamiento que no incluyan actividades dirigidas a la **mente** (meditación, yoga masajes, etc.), para aquellas personas que solo les interese el

acondicionamiento y mejora de su salud física, o por otro lado, personas que no puedan acceder al servicio completo *diamond*, pero que desean no estar por fuera de la experiencia QUILATE.

En un principio, no se quiere impactar a mucha población, sino generar resultados positivos en los usuarios a los que lleguemos, para tener así una de las mejores publicidades posibles: Los resultados. Es por esto, que el voz a voz será nuestra primer y principal vía de Marketing, donde las personas que tomen el servicio, nos referirán a conocidos y familiares, ampliando así el alcance de QUILATE.

Por lo que, se buscara entregar un servicio de calidad a pocas personas y progresivamente, aumentar el mercado objetivo de la organización. No debemos olvidar, que uno de los factores agregados que busca QUILATE, es integrar herramientas tecnológicas, y no solo contará con la aplicación móvil, sino con presencia en redes sociales (no solo páginas de redes principales, sino publicidad), teniendo en cuenta que a futuro (según la visión de la empresa) se quiere impactar a bastante población. Una aplicación sería el medio ideal para llegar a muchas personas.

• **Factor diferenciador del servicio**

Los factores diferenciadores de nuestro servicio en comparación a los demás son bastantes, teniendo en cuenta los diferentes aspectos que busca incluir QUILATE, dentro de la prestación del servicio de entrenamiento personal de lujo.

Como primer factor diferenciador, esta el aspecto de **la evaluación y muestra de progreso**. Se quieren adaptar estrategias que permitan al usuario ver su desarrollo y progreso, con tablas y datos tangibles, así como un seguimiento fotográfico, y la aplicación será la clave para este registro, permitiendo ver a la persona y mostrar su proceso, en cualquier parte y a cualquier hora.

Así mismo, la evaluación morfológica y funcional, será llevada mensualmente y servirá como punto de referencia al usuario de evaluar su progreso, viendo en la

encuesta realizada, un gran interés en las personas de tener un registro y evaluación constantes.

Por otro lado, y el factor más grande, es la inclusión de servicios alternos dentro del plan de entrenamiento, que salga de las convencionales clases de actividad física, y que se vean dirigidas a crear espacios de encuentro de la persona consigo misma, en actividades en las que el cuerpo sea el instrumento que permita este momento de conexión, llegando a generar espacios de relajación, trabando el pilar **mental** de la persona, y dejando de lado la creencia de que el campo del entrenador termina en la programación y realización de sesiones de actividad física, sino que además incluye varios aspectos que formarán a una persona saludable. Ofreciendo así atención y preocupación por el cliente durante todo el tiempo.

También se busca lograr generar en los clientes el conocimiento necesario, para crear hábitos de vida saludables. Y más que eso, un sentido de pertenencia con su esfuerzo y con el proceso de entrenamiento, dejando en claro que no es un servicio barato, pero tampoco es caro para lo que ofrece, y que cada esfuerzo que hagan por mejorar su calidad de vida y ser más saludables, a la larga se verá retribuidos en beneficios positivos para cada uno.

- **Mercado**

Nuestro mercado se divide en dos: Segmentado y Diversificado Segmentado ya que buscamos enfocarnos en las personas mayores de 18 años por su desarrollo a nivel físico-mental, porque comienzan una nueva etapa de desarrollo a nivel educativo y con nuevos intereses, y porque aún dependen económicamente de una persona responsable. El otro mercado son personas mayores de 30 años que ya culminaron sus etapas de estudio, tienen ingresos propios y nuevas metas, además de la carga de trabajo, buscan nuevos hobbies y una buena calidad de vida.

Diversificado porque buscamos captar las personas por medios de entrenamiento de manera física y presencial, para generar empatía y mayor confianza. Por otro lado, se encuentra el mercado digital de las personas a las cuales no podemos llegar por los horarios, la ubicación, la disponibilidad, entre otros factores, a los cuales

llegaremos por medio de la aplicación “Quilate” y esta tendrá todas las características necesarias para un buen desarrollo de la persona además de un servicio de comunicación en ambos por redes y directamente a un celular y correo.

CAPITULO III: CANALES

Debemos entender a los canales de comunicación, como los medios y modos que conecta la empresa mediante la comunicación y dándole la entrada y validez a la propuesta de valor (Martinez, 2008).

QUILATE como empresa innovadora con su servicio de lujo y calidad, resalta un canal novedoso y de interacción cercana con el usuario, ya que no se puede quedar atrás en las tecnologías actuales, utilizando las propuestas de fácil alcance y acceso a sus clientes como lo son las **redes sociales** tales como Instagram y Facebook en donde los usuarios y futuros clientes pueden estar en sintonía con nosotros respecto a actividades, promociones, descuentos, o incluso dudas, inquietudes o sugerencias que tengan y así mismo poder interactuar con otros usuarios y sentirse parte de nosotros, en estas redes se publicaran fotos y videos que den evidencia de nuestro servicio y ayuda a las inquietudes de nuestros usuarios, también se publicaran spots publicitarios para nuestros futuros clientes.

No obstante, es necesario desarrollar enlaces de contacto directos y ágiles entre la empresa y los clientes. Para esto, y siguiendo el hilo de servicio personalizado, que la empresa ofrece, se creará comunicación vía WhatsApp y correo electrónico (de la empresa), entre la empresa y el usuario. Así mismo, se realizarán enlaces directos por medio de WhatsApp, entre los diferentes entrenadores y los clientes. En esta vía, los entrenadores podrán comunicar recomendaciones, consejos, información y aspectos relacionados con el entrenamiento. Así mismo, los usuarios podrán resolver dudas relacionadas con el proceso.

Por otro lado, como canal autónomo y directo, se contará con una **página web** con un diseño no convencional y moderno en donde el cliente puede conocer todo acerca del servicio como nuestros planes y la descripción de ellos, precios y la manera de pagos, información del personal con el que contamos como su

experiencia y estudios, los beneficios de adquirir nuestro servicio, experiencias de clientes que han podido disfrutar de nuestro servicio. Concretamente, se creará un canal de comunicación directo con un chat desarrollado en la plataforma, que asegure que desde el primer momento el usuario tendrá atención completa.

De igual manera, se manejarán una vía de contacto directo por medio de un **número** y un **correo electrónico**, así como las redes sociales de la empresa.

Es importante reconocer, que hoy en día el marketing digital ha tomado gran fuerza, por la facilidad de llegar a muchas personas, mostrando contenidos específicos. Por lo tanto, es necesario crear perfiles en redes sociales donde se encuentre la información principal del servicio, vías de contacto directos y factores relacionados. Así mismo, por estos medios podemos crear un tipo de fidelización en los usuarios al seguir nuestra página, por lo que una buena gestión de seguidores puede ser una buena manera de hacernos conocer y masificarnos (todo esto aprovechando la era digital actual). Las redes sociales que se manejarán, serán: **Instagram, Facebook y Twitter.**

De manera adicional, al igual que en nuestras redes sociales se realizarán spots publicitarios dentro de nuestra página y así mismo por diferentes medios audiovisuales con ayuda de sponsor, el cual nos permitirá atraer más clientes.

Y nuestro plus, es la **aplicación móvil** que se dará para uso de nuestros usuarios donde podrán interactuar con todas las funcionalidades que esta ofrece para un mayor servicio de calidad. La primera función ofrecida por nuestra aplicación se llama **Programación**, la cual tiene como objetivo facilitarle al usuario el acceso y comodidad a las sesiones de entrenamiento, en donde podrá escoger, la hora y el lugar para realizar las sesiones de su entrenamiento, así mismo si por diferentes circunstancias desea cancelar la sesión, la aplicación le permitirá esta opción.

La segunda función se llama **Progreso**, tiene como objetivo evidenciar los resultados de los entrenamientos en datos tangibles para el usuario en cuales se podrá observar su progreso desde los datos iniciales hasta el punto actual del plan

de entrenamiento explicado mediante gráficas y fotos, los datos constan de las medidas antropométricas, test y evaluaciones físicas.

La tercera función se llama **Retos**, la cual tiene como objetivo generar hábitos saludables, en donde al cliente se le expone unos retos diarios, semanales y mensuales, informándole de qué manera se deben realizar, el usuario debe colocar si cumplió o no con los retos propuestos.

Y la última función se llama **Sesiones y ejercicios**, la cual tiene como objetivo enviarle al usuario una sesión de entrenamiento, así como una guía de los ejercicios, dado el caso que no se pueda realizar de manera presencial por algún tipo de inconveniente, con el fin de que el usuario no pierda la constancia y la adherencia al ejercicio.

En Quilate, se busca generar un proceso de entrenamiento significativo en nuestros entrenados de manera significativa, ofreciendo medios y métodos de entrenamiento enfocados en el desarrollo físico y mental. Nuestra población “target” son personas entre los 18 a 35 años, por varias razones:

- Fácil acceso y manejo de aplicaciones móviles por su parte.
- Capacidad financiera e intelectual, para iniciar un proceso de entrenamiento serio.
- Alto grado de estrés manejado en estas edades, debido a obligaciones familiares, académicas, laborales, etc.

Cabe resaltar, que el servicio prestado se manejará de manera virtual y por domicilios, por lo que no se manejará un establecimiento físico. No obstante, se manejará una zona de impacto principalmente, y será en la localidad de Usaquén, en Bogotá.

Para la atención al cliente, se manejarán unos horarios establecidos entre semana y los fines de semana (serán especificados en las redes sociales y página web), pero la atención de los clientes con los entrenadores se hará mediante horario consensuado por ambas personas (la idea es que sea durante todo el día).

Por otro lado, en la aplicación móvil habrá un espacio de retroalimentación, en la que mensualmente se preguntará a cada usuario por situaciones particulares desarrolladas con su proceso específico (gusto por actividades diseñadas, evaluación entrenador, recomendaciones y sugerencias, etc.). Así mismo, en la página web habrá un buzón de sugerencias y recomendaciones, en donde las personas externas, podrán escribir lo que les gustaría encontrar en el servicio ofrecido, lo que hace que se pueda tener retroalimentaciones continuas.

CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

Al ser un servicio de ***Entrenamiento Personalizado***, el servicio será individualizado para cada persona.

para una asistencia individual se resolverán por medio de un servicio a domicilio exclusivo al sitio acordado entre el cliente y la empresa, en el horario planteado, con condiciones ya establecidas, como de que la sesión debe de estar ya paga en el plan y el tema del entrenamiento que se realizará ya estará establecido. Los horarios de la empresa se respetan ya que trabajamos con material humano y nuestros trabajadores son muy importantes para la empresa, no se trabaja a domicilio antes de las 6 am y después de las 10 pm.

Entre los medios *virtuales* tenemos soporte de llamadas a celular y fijo, correo, videollamada con un instructor determinado en horario hábil y mensajes por redes sociales, así mismo como el servicio de entrenamiento personal por medio del programa realizado por la plataforma dependiendo de las especificaciones de la persona.

El control total del entrenamiento se hará por medio de notificaciones personales directo al celular generando un vínculo de confianza, se realizara una evaluación con mediciones de kg, estatura, fotos, de carácter obligatorio, y otras opcionales de poderse como %graso, %muscular, tejido óseo, gasto metabólico, edad metabólica entre otros. Además, se realizarían videos que al reproducirse registraran la actividad y al finalizar generaran una afirmación de la sesión completa, de ser posible también se realizaran videos de entrenamiento en vivo, recomendaciones

nutricionales (sobre como comer mejor, que comer más, la hidratación, etc..), de sueño (registrando cuanto durmió con una alarma apenas se duerma que programe, y cuanto es recomendable para la recuperación) y de ejercicio (como generar una programación dependiendo del ciclo menstrual de la mujer y su dosificación, lista de chequeo de los ejercicios realizados y de como esta de actitud la persona para entrenar, teniendo un entrenamiento plan b si es necesario) que serán parte del entrenamiento y de acuerdo a las medidas registradas para lograr un mejor avance y cercanía.

Por otro lado, la programación de estos entrenamientos se manejará a partir de evaluación inicial ya sea de manera virtual o física, también tendrán que ingresar datos a la plataforma digital que realizara un plan de entrenamiento basado en las capacidades físicas, psicológicas y objetivos que posea, de igual manera se le dará prioridad a los horarios del individuo y a sus gustos, también a como se sienta en el momento.

Para el seguimiento diario, las plataformas virtuales como la aplicación, la página web, Instagram, Facebook y Twitter, serán manejadas personalmente por nosotros 3 y la persona encargada de marketing y comunicaciones para una buena y rápida relación con el cliente, además en estas tendrán contenido diverso y necesario dependiendo las necesidades del individuo, se le notificara a diario de los avances y entrenamientos pendientes. También los programas por el medio virtual de comenzar a realizarlos automáticamente se registran con éxito en el sistema y de no ser así y faltar a los entrenamientos se le recordara de manera empática porque inicio y cuáles son los beneficios de las actividades. El software controlara los programas de entrenamiento de manera dividida en secciones, de acuerdo con los gustos y al plan recomendado por el según la valoración, en recomendaciones de la semana, errores comunes y que hábitos y costumbres evitar o modificar, entrenamientos físicos y entrenamientos mentales, para que así sea fácil de usar y de controlar para alcanzar una mejoría.

Por medio de la valoración física y psicológica realizada en un principio, de manera (física y virtual), se realizará un plan de entrenamiento con la plataforma y guiado

por un grupo interdisciplinar de profesionales, este estará estructurado semanalmente y mensual con unos objetivos que se deberán cumplir para poder avanzar y progresar, también existe la opción de modificar manualmente los ejercicios y entrenamientos hasta un límite recomendado y saludable, la plataforma tendrá un registro automático de las actividades realizadas y también manual. Para una correcta ejecución de los ejercicios y su corrección debida, si es una sesión en físico se realizará por medio del entrenador, sino es así y es un entrenamiento virtual se realizará por medio de videos sencillos pre-grabados para la correcta comprensión, mencionando la correcta postura, algunos apuntes que serán de ayuda durante la ejecución para no cometer errores y que músculos o cual es el objetivo de este ejercicio. Por último, cada mes si es virtual se realizará una nueva valoración de la persona y cada dos semanas una valoración para los entrenamientos presenciales, con el fin de ver el progreso y la mejora de las capacidades físicas y psicológicas.

Como se ha descrito anteriormente existe una gran variedad de modalidades prácticas que se pueden ofrecer a los usuarios, con el fin de que estos tengan una gran gama de opciones, para el desarrollo de los entrenamientos. Habiendo dicho esto, nuestros entrenamientos se dividirán en un componente físico y otro mental, haciendo que la elección de actividades sea totalmente diferente.

En el componente físico, se procurará el desarrollo de capacidades condicionales y coordinativas en las personas, centrando el componente de entrenamiento en 3: De fuerza, de resistencia y concurrente.

Para el entrenamiento de **fuerza**, se conocen muchos métodos y medios para su entrenamiento, pero comencemos por los beneficios que trae a nivel de la salud en las personas. Ortiz (1996), define que el entrenamiento de fuerza, centrándose en ejercicios multiarticulares, que usen grandes grupos musculares, pueden tener ventajas para la salud, tal como lo son: Prevención de ECNT; mejora la fuerza muscular y la densidad ósea; prevención de osteoporosis en la tercera edad, así como creación en la resistencia cardiovascular en este grupo y en enfermos

cardíacos; previene el cáncer de colon; libera hormonas de “bienestar”, asociadas con el estado de ánimo en el sujeto, entre muchas otras.

Esto nos da una pauta, al entender que el entrenamiento de fuerza debe incluirse en la programación de entrenamiento, sobre todo, en los casos donde las personas quieran ganar masa muscular, desarrollando hipertrofia. No obstante, se ha demostrado en personas con sobrepeso y obesidad, que el entrenamiento de fuerza representa un elevado gasto energético, ideal para crear procesos de déficit calórico en estas personas, sin necesidad de tomar sesiones muy prolongadas de entrenamiento.

Existen diferentes métodos de entrenamiento de la fuerza, principalmente según Boeckh-Behrens y Buskies (2004), donde describen que existe: Fuerza máxima, fuerza resistencia y elasticidad. Hay que aclarar que en cada método, se busca estimular al músculo de manera específica, pero su combinación es totalmente posible, y desencadena variables de la fuerza, como la fuerza elástico explosivo reactiva (combinación entre fuerza máxima y elasticidad).

Por otro lado, teniendo en cuenta que nuestra población foco no son deportistas, sino personas sedentarias, el entrenamiento de **resistencia** será fundamental y obligatorio en todos los casos. Existe favorabilidad para la realización de este tipo de entrenamiento, por las diferentes opciones que ofrece para su realización, y los múltiples beneficios que ofrecen.

La resistencia puede clasificarse en varios modos (Según duración del esfuerzo cantidad de distancia total, según la intensidad (vía energética utilizada),etc.), y hay 3 tipos de resistencia: Resistencia pura, resistencia de la fuerza y resistencia de velocidad. Con la población correspondiente, la resistencia pura y la resistencia a la fuerza serán los más utilizados.

A nivel fisiológico, hay varias respuestas que nos sirven para evaluar la resistencia, según Vinuesa y Vinuesa, en el 2016, estas respuestas principalmente son: El déficit de oxígeno, la variabilidad de la FC, el consumo o volumen máximo de oxígeno, la tasa de ácido láctico y la dinámica de abastecimiento y consumo de energía. A pesar

de ser indicadores, el entrenamiento de resistencia favorecerá a la mejora de estos factores, lo cual va a representar mejoras en la función muscular, será un factor de protección para enfermedades cardiovasculares, mejora el tiempo de llegada de fatiga, incrementando los niveles de energía normales de la persona, etc.

Hay que ser conscientes, que existen múltiples tipos de entrenamiento de resistencia, y no todos tienen el mismo enfoque, por lo que este debe ser elegido dependiendo la finalidad para que se requiera. En esencia, los métodos principales de resistencia son: Continuo, interválico, fraccionado y por series y repeticiones.

Dependerá de las necesidades de cada individuo el tipo y modo de entrenamiento de la resistencia que se utilice. Por ejemplo, a una persona con sobrepeso, los ejercicios continuos y con intensidades medias, serán la mejor vía, por su acción que hace en los depósitos energéticos y la utilización de la lipólisis para la producción de energía. Por otro lado, si es una persona con las mismas condiciones, que no presenta mucho tiempo para su actividad, podría asignarse entrenamientos interválicos, que a pesar de no usar los lípidos como principal fuente energética, producirá un déficit de oxígeno prolongado, haciendo que la persona siga utilizando energía varios minutos o hasta horas, hasta que se produzca la regulación de los volúmenes de espiración e inspiración.

El entrenamiento concurrente, basa su acción en combinar entrenamientos de fuerza y resistencia (puede ser durante el mismo día, sesión o microciclo). Este tipo de entrenamiento es usado en deportistas y personas con un nivel de entrenamiento considerable (por las demandas energéticas que tiene). A nivel fisiológico, el proceso de entrenamiento mejora factores neuromusculares (propiocepción muscular) y de economía del ejercicio. No obstante, este tipo de entrenamientos, parecen tener mejoras a nivel cardiovascular y no afecta las capacidades enfocadas a la resistencia. No obstante, si se tiene un objetivo de fuerza, no es el mejor entrenamiento para usar, debido a que la persona genera más adaptaciones de tipo aeróbico (consumo de oxígeno, índice de recuperación, etc). (Flores, Rodríguez B., Rodríguez, C., 2017)

El tipo de entrenamiento que representa de mejor manera este tipo de entrenamiento en circuito, debido a que obliga la ejecución de múltiples ejercicios uno después de otro. Solo podrá ser denominado de este tipo, si se incluyen ejercicios de fuerza (como push ups y sentadillas), debido a que la carga de cardiovascular (resistencia) aparece por lo consecutivo de los ejercicios.

A nivel de prácticas que tengan como foco principal en el desarrollo mental de la persona, encontramos principalmente dos tipos de práctica: Yoga y meditación. Lo positivo de estas prácticas, es la utilización del cuerpo como herramienta principal, haciendo necesario una conexión cuerpo-mente. Es necesario, resaltar que estas prácticas no surgieron hace poco, sino que son adaptaciones de prácticas ancestrales desarrolladas por algunas culturas (ej: los monjes budistas). Este tipo de prácticas tienen un sentido y una forma de desarrollo completamente diferentes, al entrenamiento físico descrito anteriormente.

El yoga por su parte es una práctica que combina tener una conciencia del cuerpo (no solo de los segmentos, sino de procesos mecánicos como la respiración), con un encuentro introspectivo, que envuelve diferentes aspectos de la persona. Tanto así, que Pulido (2009), lo describe “como una vivencia plena de experiencias con un fuerte referente de sentido, abarcando aspectos físicos, emocionales, filosóficos y espirituales, todo esto partiendo de una práctica, de una técnica eminentemente corpórea.” (p.35)

Esta práctica se ajusta perfectamente, en las personas que no tienen adherencia con los programas físicos convencionales, así como los que buscan tener un espacio de esparcimiento y no tienen un objetivo determinado, o simplemente para aquellos que sientan la afinidad por la práctica.

Por otro lado, la meditación será el otro aspecto principal a nivel mental que se va a trabajar. Esta práctica resulta mucho más antigua que el yoga, a pesar de haberse introducido a mitades del siglo pasado, ya que hasta en la biblia, existen fragmentos que hacen alusión a esta práctica.

Existen muchos tipos de meditación, Ursa-Herguedas, en el 2018, clasifica la meditación según criterios religiosos (ya que la oración es vista como un tipo de meditación), y 9 técnicas diferentes para su realización, cada una con un fin distinto. Su fundamento neurobiológico, reside en que es una actividad que fomenta la actividad intelectual, al lograr niveles de atención y concentración elevadas, con el fin de liberar a la mente de sensaciones, pensamientos y actitudes nocivos.

Hasta este momento hemos definido las generalidades que se deben tener en cuenta, para la prescripción del ejercicio. De ahí, podemos pasar a los medios y métodos de entrenamiento (ya se mencionaron algunos como el entrenamiento en circuito). Al existir infinidad de modalidades de entrenamiento, y brindando la libertad a nuestros clientes de que puedan escoger la/s prácticas que más le agraden, y nosotros direccionamos los medios y métodos desde ese punto.

Por lo tanto, existen MUCHOS métodos y medios, que podemos usar para la programación del ejercicio, y parece un despropósito mencionar todas las posibilidades. Sin embargo, se abordarán un método de resistencia y de fuerza para dar mayor claridad.

Sin duda alguna, uno de los entrenamientos que ha adquirido mayor popularidad es el HIIT (High Intense Interval Training) o entrenamiento interválico de alta intensidad. Su fundamento, se basa en el método de entrenamiento de resistencia interválico mencionado anteriormente, pero el esfuerzo resulta ser realmente intenso y nunca permite una recuperación total y parcial de la persona, lo que genera una fatiga rápida.

A niveles clínicos, se han encontrado varios beneficios en el desarrollo de este entrenamiento, como la mejora de la capacidad anaeróbica, incremento de consumo de oxígeno máximo, mejoras significativas en la composición corporal, disminuye la resistencia a la insulina (benéfico para personas con enfermedades como diabetes mellitus, tipo 2), etc. (Cofré, et al., 2016)

Por el lado de la fuerza, un método muy apetecido según la encuesta realizada es el entrenamiento en suspensión (TRX es el medio), siendo el segundo que más

gusta en las personas que respondieron. Como base, este entrenamiento tiene su fundamento, en generar alteraciones en el equilibrio de las personas mientras realiza el ejercicio haciendo una mayor activación en músculos sinergistas, y una mayor propiocepción del músculo específico a trabajar, para realizar el movimiento correctamente.

Según Fernández, en el 2017, los principales beneficios de este tipo de entrenamiento son 4: Mejoras a nivel propioceptivo; aumento de fibras reclutadas durante el ejercicio; mejoras a nivel cardiovascular por lo intenso; y un trabajo altamente localizado en el Core (compuesto por los músculos abdominales, oblicuos, serratos y el cuadro lumbar), generando una contracción continua de estos músculos para mantener la postura.

Estrategias comerciales

En Quilate, tenemos claro que de nada sirve tener un buen servicio si no podemos darlo a conocer al mercado objetivo. Es por esto, que a nivel exterior se pueden dar pequeños pines con nuestro logo antes de sacar el servicio al público, en lugares estratégicos de la ciudad, como los centros comerciales de la localidad de Usaquén como el centro comercial Unicentro, o parques grandes, como el parque de Alcalá.

Por otro lado, el marketing digital será la principal oportunidad que vemos para hacernos conocer. Por lo tanto, una buena gestión en las redes sociales será fundamental ya que en estas se permite pagar por publicidad, haciendo un filtro específico de características ideal para seleccionar nuestro mercado específico, y además permite elegir la cantidad de masividad que se quiere (claramente dependerá de la inversión que se quiera hacer). Esto es ideal, al poder crear contenido digital que sea llamativo y valga la pena, para así generar un aumento de seguidores e interacción en redes sociales.

Además, se pueden ofrecer los servicios de entrenamiento con un muy buen descuento a personas con muchos seguidores en las redes, a cambio de que compartan en sus redes, nuestros perfiles si tienen resultados y si les parece que

vale la pena compartirlo (lo harán). De hecho, esta es una de las opciones que podemos usar para llegar a más personas en la actualidad.

A futuro, no se descarta la posibilidad de manejar productos como ropa o suplementos deportivos. Para esto, los patrocinios jugarán un papel fundamental. En este sentido, primero debemos hacer un crecimiento de la marca, crear contenido lo suficientemente llamativo y pertinente, para poder proponer a diferentes marcas una alianza.

Por lo mismo, vemos viable el desarrollo y seguimiento de un plan de marketing estructurado, con el fin de poder dar el alcance deseado.

Plan de marketing QUILATE

Se realizará un plan de marketing digital, pautando en diferentes plataformas y de diferentes formas. Se ejecutará el 65% de las implementaciones en redes sociales. Estas plataformas serán, Facebook, Instagram, Twitter, y próximamente Tik Tok. Se implementará principalmente en esta parte social, debido a que son plataformas que contienen millones y millones de datos acerca de millones de personas que las utilizan. Dichos datos nos ayudaran a llegar a las personas adecuadas en el momento adecuado. Esto quiere decir que con una inversión sólida para cada una de las plataformas, esta publicidad llegara a determinada cantidad de personas, que podrán no solo ver el anuncio, sino dependiendo del objetivo de la publicidad, podrán llenar un formulario para poder obtener los datos acerca de las personas interesadas, podrán ver un video acerca de los servicios que quilate ofrece, podrán dirigirse a la página web, podrán descargar la aplicación en el momento que este a la oferta, mediante botones de llamadas a la acción (CTA).



Esto funciona en forma de subasta, en donde cada plataforma mediante diferentes métodos define el anuncio que mejor estará posicionado o se verá pagado a las mejores audiencias para obtener los mejores resultados. Cada una de las plataformas tiene diferentes y reservadas formulas para sacar este posicionamiento entre los anuncios. Por lo tanto, ¿de qué depende obtener un buen posicionamiento? De tener un anuncio de calidad, manejar palabras clave importantes (es decir, las palabras que las personas buscan para que salga mi anuncio), botones de acción, mayor cantidad de dinero.

Al tener un buen posicionamiento, cuando las personas busquen cosas relacionadas al deporte en casa en buscadores como Google, nuestro anuncio aparecerá en la parte superior de la pantalla, teniendo mucha más probabilidad de que la persona entre al anuncio y descubra esta experiencia. Mediante botones de llamadas a la acción y frases motivadoras, llevaremos a la persona a inclinarse a la compra, esto quiere decir a que la persona se anime a unirse a la familia QUILATE.

Cada plataforma es bastante amigable con el usuario, por lo tanto, nos vincularemos a cada una de ellas registrando la empresa y creando una cuenta, desde este punto Quilate ya formará parte de la era digital. Por ejemplo, en Facebook, se creará un perfil para Quilate, muy similar a un perfil personal, a diferencia que este perfil será empresarial. Se subirá la foto del logo para que las personas puedan relacionarse mucho más fácil con la marca y la puedan recordar. Una vez instalada la cuenta en la plataforma, se configuran los elementos de facturación, es decir, como se va a pagar a la plataforma para que este lleve mis anuncios a ciertas personas determinadas como se mencionó anteriormente. Generalmente se paga por CPC, es decir, costo por click, cada vez que una persona haga click se va a pagar cierto monto, porque esta persona al pulsar sobre el anuncio, recibirá información valiosa sobre Quilate. La cantidad de personas que logren ver mi anuncio dependerá directamente de mi presupuesto. En las demás plataformas ocurrirá de la misma forma, se crearán cuentas publicitarias para la empresa y se empezarán a ejecutar

los anuncios para que la mayor cantidad posible de personas los vean de forma efectiva.

Se implementará en Google search, aplicando un 15% del presupuesto a este fin. En este punto, se realizará publicidad en la búsqueda de Google, esto quiere decir, cuando una persona busque algo relacionado con ejercicio en casa, le aparecerá la publicidad de primeras, como contenido patrocinado, dándole la oportunidad a la persona de abrir directamente la página web y enterarse de los servicios ofrecidos. Por medio de la plataforma de Google, se puede pautar en la plataforma Youtube, por lo tanto, podemos correr campañas en dicha plataforma de video. Esto da la oportunidad de obtener data de personas que posiblemente sean compradores potenciales para Quilate.



- ¿Cómo funciona esto?

Las plataformas mencionadas anteriormente albergan una inmensa cantidad de datos, entre los cuales están los gustos, intereses, costumbres de cada persona. En ese orden de ideas, cuando una persona sigue perfiles de Running en Instagram, sigue a corredores profesionales en Facebook, y probablemente vea videos de running en YouTube, las plataformas se alinean para darle un perfil de gustos a esta persona. Todos esos datos llegan automáticamente a nuestro perfil de Bussines manager de Facebook (por ejemplo), y a las demás plataformas, para que en el momento en el que pautemos, esa publicidad llegue a las personas adecuadas. Todo esto, para que la publicidad sea lo más eficiente posible, y la consuman las

personas que tengan una mayor probabilidad de comprar o adquirir productos de la publicidad que están viendo.

El 20% restante del presupuesto de publicidad será destinado a compra programática por PBU (Programmatic Business Unit), para descarga de aplicaciones. Esta compra programática significa que se compran directamente audiencias que ofrecen ciertas empresas, las cuales garantizan cierta cantidad de clics a los anuncios que se pauten. Esto quiere decir que quilate compraría audiencias con gustos hacia los deportes, el ejercicio, y sus derivados en las tiendas de los Smartphones, como lo son: App Store, Play Store, Windows Store, etc. Cuando las personas están buscando algún tipo de aplicación relacionada con el ejercicio en una de estas tiendas, el anuncio sobre quilate aparecerá para que la persona pueda animarse a descargarla y empezar a vivir la experiencia única que ofrece la empresa. Esto también se puede presentar cuando la persona busque diferentes tipos de aplicaciones o incluso en el inicio de las tiendas virtuales.



Todos los anuncios serán divididos en dos BU (Business unit), los cuales son:

1. Pre-Active: Aquí se encontrarán las personas que no registren gustos por el ejercicio, pero que recientemente se hayan visto expuestas a empezar un cambio de hábitos en su vida. Será una fase muy importante, debido a que serán las personas más difíciles de convencer para que entren a la experiencia quilate. Probablemente estas personas no se dejen impresionar fácil por videos de ejercicio, así que, los anuncios irán más allá, irán en la medida de mostrarle a la persona el beneficio que obtendría a cambio de confiar en quilate, mostrándoselo en una forma divertida y no “dolorosa”. Mas adelante, se podrían empezar a utilizar influenciadores realizando videos entretenidos con el fin de que las personas se dirijan a la pagina web o

descarguen la aplicación. Esto, por el hecho de que, si son personas sedentarias, es muy probable que utilicen mucho las redes sociales y el celular. Teniendo en cuenta que es una persona sedentaria, puede trabajar únicamente la fortaleza mental que ofrece quilate y mas adelante su parte física.

2. Non-Stop: Aquí se encontrarán las personas que tengan gustos e intereses relacionados al ejercicio y a los deportes. Todos ellos probablemente y con mucha seguridad hayan tenido muchas experiencias con el deporte previamente, por lo tanto, hay que mostrarle en los anuncios al deporte de una forma que nunca han vivido, al ser ese el diferencial de quilate, sirve perfectamente, para que estas personas se unan al reto quilate. Estas personas a las que les gusta el ejercicio querrán llegar a otros objetivos en su deporte que practiquen o en su condición física, practicar otro deporte, o simplemente enfocarse en la parte mental que ofrece quilate.

En conclusión, se pautara publicidad en redes sociales, en Google Search, en youtube y en las tiendas virtuales de Smartphone, esta publicidad ira con el objetivo de redirigir a la persona a la pagina web de quilate, de descargar la aplicación y de llenar formularios con el fin de obtener data e información de las personas que estén interesadas en comprar el producto ofrecido. Mas adelante, se podrá establecer una compra programática en diferentes oferentes de contenido. Por ejemplo, la publicidad que aparece en artículos de el tiempo, en este caso un articulo deportivo. Cuando la persona este leyendo ese texto, le aparecerá automáticamente el anuncio de quilate, que puede ser de interés para esa persona. El anuncio aparecerá en paginas web, donde aparezcan artículos relacionados al deporte, como ESPN, Fox Sports, Publimetro, etc.

A continuación, se presenta el presupuesto para la publicidad:

PRESUPUESTO PARA PUBLICIDAD QUILATE						
SOCIAL	\$	RESULTADOS	PBU	RESULTADOS	SEARCH	RESULTADOS
FACEBOOK	\$	1.300.000	+10.000 PERS.	\$	750.000	3.000 PERS.
INSTAGRAM	\$	1.200.000	+10.000 PERS.			
TWITTER	\$	750.000	+5.000 PERS.			
					\$	1.000.000
						2000 PERS.



IMPRESIONES	25.000	IMPRESIONES	3000	IMPRESIONES	2000
CLICS	1000	CLICS	700	CLICS	500
CONVERSIONES (COMPR	300	CONVERSIONES (COMPR	50	CONVERSIONES (COMPR	150

APROX	SEGURAS	APROX
-------	---------	-------

SOCIAL	65%	\$ 5.000.000
PBU	15%	
SEARCH	20%	

CAPITULO V: INGRESOS.

Para establecer un precio acorde, que además se encuentre en un rango óptimo comparando a la competencia, el servicio que ofrece, la calidad, el valor, localización y cómo se puede pagar.

Benchmarking

A continuación, se muestran la descripción del servicio, así como el valor de este en nuestros competidores directos. Esto nos permite tener en cuenta contra que competimos, qué ofrecen los demás y que podemos ofrecer nosotros, en respuesta a un servicio competitivo.

EMPRESA	DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	DESCRIPCIÓN DEL PAGO	VALOR
CLUB UNLIMITED TRAINING	Incluye valoración física y plan de nutrición, servicio personalizado a domicilio	4 sesiones semanales - 12 mensuales	\$600.000

<i>BIFIT</i>	Confiabilidad en profesionales calificados, practicidad ya que tu escoges el lugar para entrenar, flexibilidad de horarios, variedad e integralidad en las sesiones y pago fácil y seguro	clase de prueba	\$27.000
<i>CLICFIT</i>	Potenciar las capacidades físicas condicionales (velocidad, fuerza, resistencia), mejora tu salud, aspecto físico y autoestima, recuperarte de lesiones o mejor evitarlas.	2 sesiones semanales - 8 sesiones mensuales	\$360.000
<i>BODY TECH</i>	Entrenadores expertos que transforman a los individuos mediante sesiones que retan tu mente y cuerpo.	4 sesiones mensuales	\$129.000
<i>STARK SMART GYM</i>	Entrenadores certificados profesionalmente que acompañan tus rutinas de entrenamiento NO ESPECIFICA EL SERVICIO	6 meses	\$92.900
<i>HARD BODY</i>	Ayudar a cumplir los objetivos por medio de planes personalizados con objetivos como: adelgazar, fortalecer o	1 mes + 4 sesiones de clases personalizadas	\$169.000

	definir. Además de recibir consejos nutricionales.		
--	--	--	--

Tras la revisión del servicio de la competencia, podemos observar que ninguno de los servicios cuenta con el foco de personalización con el que QUILATE cuenta. Así mismo, se observa que las 3 empresas de entrenamiento personalizado (resaltadas en letras rojas), muestran como uno de sus “plus” ofrecer un servicio a domicilio, y solo 2 de ellas ofrecen la valoración dentro de sus planes. Se nota, por tanto, que se da énfasis a las sesiones de entrenamiento, pero no al progreso de la persona y la realización de actividades ajustadas a sus gustos.

Por otra parte, en los gimnasios de cadena se ofrecen planes dirigidos al cumplimiento de metas, con un seguimiento personalizado, pero son muy pocas las sesiones y beneficios adicionales a la valoración y acceso a las instalaciones. Así mismo, cabe destacar que los servicios de entrenamiento personalizado tienen un valor adicional a los planes de pago que tenga la persona, haciendo difícil el acceso por su alto costo.

En sus formas de venta, cabe destacar en los gimnasios de cadena, la aparición de promociones y planes de pago (a cuotas con tarjeta de crédito), que faciliten el acceso al servicio.

Es así que QUILATE ve una oportunidad de ofrecer un entrenamiento a domicilio, sumamente personalizado y coordinado con una aplicación móvil, y en donde el pilar de bienestar mental sea totalmente tenido en cuenta.

- **Precio del producto**

A continuación, se mostrará el precio adecuado para cada uno de los segmentos del mercado, así como la descripción del servicio que ofrece. Tengamos en cuenta, que se manejan 2 planes diferentes en esencia: QUILATE “*gold*” y QUILATE “*diamond*”

PLAN	DESCRIPCIÓN SERVICIO	DURACIÓN	PRECIO (Planes aplicables a 1 mes)
QUILATE “GOLD”	Experiencia de entrenamiento personalizado, enfocado en la dimensión de cuerpo . Se incluye valoración morfológica y funcional mensual, asesoramiento nutricional por un profesional acorde y acceso a la aplicación móvil, con todos sus beneficios. (Cabe destacar que la creación del plan de entrenamiento, se hará con base a gustos concretos de la persona)	8 sesiones mensuales + sesión de evaluación	\$350.000
QUILATE “DIAMOND”	Experiencia completa de entrenamiento personalizado, enfocado en la dimensión de: Cuerpo y mente. Por lo tanto, adicional a los servicios brindados en QUILATE “GOLD”, la persona tendrá acceso a sesiones guiadas por profesionales, enfocados a la generación de espacios de encuentro personal y	12 sesiones mensuales (2 sesiones de masajes, 2 de prácticas de relajación y una sesión psicológica) +	\$500.000

	relajación.	sesión de evaluación	
--	-------------	-------------------------	--

A pesar de que puede verse “alto”, el costo del servicio, se deben encontrar y hacer la relación con todos los servicios incluidos en cada plan, la cantidad de sesiones propuestas y la calidad impresa en cada una de nuestras actividades, que es uno de los aspectos claves por los que apuesta este proyecto.

Por otro lado, este valor refleja la exclusividad del servicio y concuerda con la filosofía de la empresa de que “el esfuerzo vale oro”, y este valor, ayudará a la valoración del esfuerzo que están imprimiendo al ingresar a un servicio de este tipo y que refleje una verdadera inversión en su mismo, para un servicio que dé resultados (Dependerá de los objetivos de cada persona).

Es así, que en la primera fase de la empresa QUILATE, se arriesgará por una **estrategia de selección**, en la que se da un valor superior a la media en el mercado. Pero con el valor, de ofrecer un servicio muy superior a los ofrecidos en la media del mercado del entrenamiento.

- **Costos directos**

Corresponde a gastos mensuales, que se deben pagar sin importar el volumen de ventas, para asegurar el funcionamiento de la empresa, estos costos son:

OBLIGACIÓN	
Pago a programador de aplicación	1´000´000
Dominio Web (mensual)	50´000

- **Costos indirectos**

Son gastos que pueden variar, dependiendo las necesidades de la empresa, y que por tanto no son totalmente imprescindibles, estos costos serían:

OBLIGACIÓN	
Publicidad	3´000´000
Pago a masajista (depende cantidad de sesiones realizadas)	30´000 – 60´000 la sesión
Pago a profesionales en yoga y meditación (depende cantidad de sesiones realizadas)	30´000 – 40´000 la sesión
TOTAL 3´500´000 aprox	

INGRESOS 2021								
MES	COD USUARIO	CONCEPTO		VALOR UNITARIO		VALOR PRODUCTO		TOTAL MES
		Plan GOLD	Plan DIAMOND	Plan GOLD	Plan DIAMOND	Plan GOLD	Plan DIAMOND	
1	874	x	X	5	10	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 6.750.000
2	171		X	0	8	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 4.000.000
3	197	X	X	2	7	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 4.200.000
4	173	X	X	3	5	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 3.550.000
5	60		X	0	8	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 4.000.000
6	658		X	0	12	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 6.000.000
7	157	X	X	4	10	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 6.400.000
8	119	X	X	4	12	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 7.400.000
9	944	X	X	10	13	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 10.000.000
10	662	X	X	16	11	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 11.100.000
11	949	X	X	20	15	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 14.500.000
12	830	X	X	25	20	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 18.750.000
								\$ 96.650.000

INGRESOS 2020								
MES	COD USUARIO	CONCEPTO		VALOR UNITARIO		VALOR PRODUCTO		TOTAL MES
		Plan GOLD	Plan DIAMOND	Plan GOLD	Plan DIAMOND	Plan GOLD	Plan DIAMOND	
1	20	x	X	2	1	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000
2	275		X	2	2	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 1.700.000
3	519	X	X	1	2	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 1.350.000
4	289			2	1	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000
5	793			1	1	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 850.000
6	128			0	1	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 500.000
7	799			1	0	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 350.000
8	733			2	3	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 2.200.000
9	593			2	1	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000
10	658			1	3	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 1.850.000
11	691			2	3	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 2.200.000
12	985			1	4	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 2.350.000
								\$ 16.950.000

INGRESOS 2020								
MES	COD USUARIO	CONCEPTO		VALOR UNITARIO		VALOR PRODUCTO		TOTAL MES
		Plan GOLD	Plan DIAMOND	Plan GOLD	Plan DIAMOND	Plan GOLD	Plan DIAMOND	
1	46	x	X	5	10	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 6.750.000
2	592		X	0	8	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 4.000.000
3	681	X	X	2	7	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 4.200.000
4	36	X	X	3	5	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 3.550.000
5	309		X	0	8	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 4.000.000
6	955		X	0	12	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 6.000.000
7	727	X	X	4	10	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 6.400.000
8	322	X	X	4	12	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 7.400.000
9	455	X	X	10	13	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 10.000.000
10	114	X	X	16	11	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 11.100.000
11	576	X	X	20	15	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 14.500.000
12	821	X	X	25	20	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 18.750.000
								\$ 96.650.000
INGRESOS 2021								
MES	COD USUARIO	CONCEPTO		VALOR UNITARIO		VALOR PRODUCTO		TOTAL MES
		Plan GOLD	Plan DIAMOND	Plan GOLD	Plan DIAMOND	Plan GOLD	Plan DIAMOND	
1	105	x	X	2	1	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000
2	374		X	2	2	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 1.700.000
3	120	X	X	1	2	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 1.350.000
4	353			2	1	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000
5	948			1	1	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 850.000
6	395			0	1	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 500.000
7	406			1	0	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 350.000
8	720			2	3	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 2.200.000
9	822			2	1	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 1.200.000
10	624			1	3	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 1.850.000
11	509			2	3	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 2.200.000
12	421			1	4	\$ 350.000	\$ 500.000	\$ 2.350.000
								\$ 16.950.000

Una vez definido la proveniencia de los ingresos, es necesario hacer una proyección de ventas. Más adelante, esto será una de las claves para conocer si el proyecto es rentable. Tal como se puede observar en la tabla anterior, se hizo una proyección de ventas del año 2020, y del primer trimestre del próximo año.

Supuestos Macroeconómicos

Se debe tener en cuenta que para la proyección en ventas, no solo es necesario saber qué tantos servicios vamos a vender, sino qué tanto crece el PIB, el IPC, entre otros más. Esto nos dará una guía, de cuanto puede ir variando el costo del servicio, incluyendo la proyección de progreso de la economía nacional.

SUPUESTOS MACROECONOMICOS	2020	2021	2022	2023
Precios al consumidor (IPC)	3,69%	3,04%	3,04%	3,04%
Precios al productor (IPP)	1,43%	1,44%	1,45%	1,46%
PIB (Variacion anual)	3,20%	3,30%	3,40%	3,50%
Estimado crecimiento en ventas	2,50%	3,50%	4,50%	5,50%
Estimado crecimiento en costos	3,20%	3,40%	3,60%	3,80%
Devaluacion (fin de año)	7,90%	7,90%	7,90%	7,90%
Devaluacion (promedio anual)	8,00%	8,00%	8,00%	8,00%
Precio del dólar (\$. Fin de año)	\$ 3.900	\$ 3.500	\$ 3.354	\$ 3.354
Precio del dólar (\$. Promedio anual)	\$ 3.200	\$ 3.200	\$ 3.200	\$ 3.200
Tasa de interes (DTF E.A fin de año)	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
Tasa de interes (DTF promedio anual)	5,00%	5,00%	5,00%	5,00%
Fed Funds Rate (fin de año)	2,50%	2,25%	2,25%	2,25%
Euro (US\$/€)	\$ 3.763	\$ 3.763	\$ 3.763	\$ 3.763
Precios al consumidor (IPC) (EE.UU)	2,73%	2,27%	2,23%	2,23%
SUPUESTOS DE PROYECCION EMPRESA				
Crecimiento en ventas	6,19%	6,54%	7,54%	8,54%
Crecimiento en costos	4,63%	4,84%	5,05%	5,26%

Proyección de ventas

Es importante saber en qué dirección vamos a dirigir a Quilate, por lo que hacer una previsión de las ventas que se esperan realizar dentro de un periodo de tiempo a futuro, puede ayudar a saber la salud de la compañía. Se deben tener en cuenta, los supuestos macroeconómicos, debido a que estos factores condicionan directamente el crecimiento de la empresa.

COP \$	2019	2020	2021	2022	2023
Ingresos de actividades ordinarias	\$ 96.650.000	\$ 102.632.635	\$ 109.344.809	\$ 117.589.408	\$ 127.631.543
Costo de ventas	\$ 35.000.000	\$ 36.620.500	\$ 38.392.932	\$ 40.331.775	\$ 42.453.227
Ganancia Bruta	\$ 61.650.000	\$ 66.012.135	\$ 70.951.877	\$ 77.257.633	\$ 85.178.317
Gastos de administración y venta	\$ 2.500.000	\$ 2.592.250	\$ 2.671.054	\$ 2.752.254	\$ 2.835.923
Gastos de distribución	\$ 1.000.000	\$ 1.036.900	\$ 1.068.422	\$ 1.100.902	\$ 1.134.369
Gastos por beneficios a los empleados	\$ 1.000.000	\$ 1.036.900	\$ 1.068.422	\$ 1.100.902	\$ 1.134.369
Otros Gastos	\$ 200.000	\$ 207.380	\$ 213.684	\$ 220.180	\$ 226.874
Otros Ingresos	\$ 1.500.000	\$ 1.555.350	\$ 1.602.633	\$ 1.651.353	\$ 1.701.554
Resultados de actividades de la operación	\$ 58.450.000	\$ 62.694.055	\$ 67.532.927	\$ 73.734.747	\$ 81.548.335
Impuesto a las ganancias (25%)	\$ 14.612.500	\$ 15.673.514	\$ 16.883.232	\$ 18.433.687	\$ 20.387.084
Utilidad antes de impuesto a las ganancias	\$ 58.450.000	\$ 62.694.055	\$ 67.532.927	\$ 73.734.747	\$ 81.548.335
Gasto por impuesto a las ganancias	\$ 14.612.500	\$ 15.673.514	\$ 16.883.232	\$ 18.433.687	\$ 20.387.084
Resultado neto del periodo	\$ 43.837.500	\$ 47.020.541	\$ 50.649.696	\$ 55.301.060	\$ 61.161.251

CAPITULO VI: RECURSOS CLAVE

Los recursos claves dentro de nuestra empresa tienen que ser proporcionales y fundamentales y eficientes para que sea pueda cumplir todos nuestros ideales propuestos por la empresa.

- **Humanos**

En los recursos humanos nuestra meta más puntual es poder proporcionar un grupo de profesionales capacitados en todas las áreas especiales que tiene que ofrecer **QUILATE** cuales son estas áreas en especial (entrenamiento, masajes, yoga e introspección del ser) y además de profesionales especializados también queremos gente con valores altamente eficientes como confianza, desarrollo del ser, empatía y respeto por la gente con la cual se trabaja y se interviene, además muy importante las relaciones intrapersonales e interpersonales, para desempeñarse de la mejor manera, nuestro ideal es poder siempre ser una empresa que trate a sus empleados como una familia y que en todo momento este nuestro apoyo incondicional por ver reflejados sus resultados y metas durante el proceso que lleven dentro de la empresa, nuestros clientes son lo más importante y por eso nosotros también tenemos que velar por sus resultados y nuestro grupo de trabajo lo cumplirá atentamente.

“LA UNIDAD ES LA FUERZA...LA EMPATIA ES PODER Y LOS VALORES CREAN AMISTAD Y TODO EN CONJUNTO SE PUEDE LOGRAR LO INIMAGINABLE”

– ANÓNIMO

- **Físicos**

En los recursos físicos nuestra meta más importante es poder ofrecer un servicio de calidad por medio de materiales de acondicionamiento físico proporcionados por nuestros distribuidores y aliados, (**TRENDINGFIT Y ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO BILBAO**) pero siendo más específicos nuestros materiales son bandas, TRX (Total-body Resistance), pesas, colchonetas y demás elementos para suplir la necesidad y en segundo lugar crear espacios propicios para las personas que van a estar dentro de nuestra empresa así creando un ambiente propicio se puede otorgar la mejor calidad para nuestros entrenados y entrenadas, por ahora, a mediano plazo nuestro deseo es poder tener un terreno para que la gente pueda movilizarse a un solo lugar para mayor satisfacción del cliente.

Por otro lado, para comenzar con el servicio se requieren de unos elementos esenciales, sin los que sería difícil ofrecer un servicio y unas sesiones de calidad, que permitan una fácil consecución de objetivos, los cuales se en la siguiente tabla (se tomarón en cuenta, elementos de la página web: www.mercadolibre.com, y los precios expuestos):

- **Intelectuales**

En los recursos intelectuales lo primero es que observen nuestra marca como una patente y pueda ser visualizada y muestre nuestra fuerza y poder como empresa y el segundo es poder ofrecer un plus interactivo y creativo el cual será el uso de un APP personalizada para cada usuario y puedan seguir su proceso, avances y puedan recibir notificaciones según el programa personalizado haya tomado nuestro usuario el objetivo primordial es poder estar con ellos en todo momento así

sea a la distancia pero que ellos vean que son nuestra prioridad y para cada uno va ver un progreso diferente y totalmente personalizado.

Lo tercero son aparatos de medidas tecnológicas antropométricas para ver cómo se encuentran nuestros clientes y poder observar el avance de ellos en todo momento. Por último es poder tener control y registro de los datos de nuestros clientes por medio de una base y estos puedan verse beneficiados en promociones y descuentos ya que se encuentran dentro de nuestro sistema.

- **Económicos**

Los recursos económicos hay que ser conscientes que tenemos un proyecto con características demasiado grandes y ambiciosas por eso nuestra meta es poder empezar a crear relaciones con marcas de entrenamiento y socios poder juntarnos para que nos puedan ayudar en el ámbito económico y lo más sensato en estos casos es poder crear un patrocinio para que nuestra empresa tenga un plus y así se empiece a codear con grandes empresas.

CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES

Es importante reconocer que Quilate es una empresa que integra esfuerzos y conocimientos de diversas áreas y campos. Por lo tanto, es necesario tener claridad en las tareas clave que cada integrante debe realizar, en pro de llevar el mejor servicio posible. En la siguiente tabla, se muestran dichas tareas:

CARGO	ACTIVIDADES CLAVE
Gerentes	Deben manejar los recursos de la empresa, así como un continuo establecimiento de metas, evaluación de estas y reestructuración de estas, con el fin de una mejora en la prestación del servicio.
Relaciones públicas y mercadeo	Diseñar y llevar a cabo el plan de Marketing, enfocado en la masificación de la aplicación móvil. Así mismo,

	manejarán las redes sociales y página Web, de tal manera que funcionen de manera sincrónica y con la misma finalidad.
Programador	Hacer mantenimiento, actualizaciones y soporte continuo a la aplicación Quilate.
Entrenadores	Diseñar, prescribir, planear, programar y aplicar planes de entrenamiento individualizado para cada usuario. Por otro lado, mantendrán una vía de comunicación activa con cada entrenado para dar la función de seguimiento en cada persona.
Nutricionista	Hacer una asesoría mensual online con cada entrenado. Diseño de planes alimenticios, consejos, recomendaciones (según se necesite).
Psicólogo	Brindar una sesión mensual a cada cliente, donde pueda vivir una experiencia de introspección.
Masajistas	Aplicar técnicas y maniobras de masaje relajante y deportivo a cada cliente, según sus necesidades específicas del momento.
Especialistas Yoga y meditación	Planificar y aplicar sesiones de entrenamiento, enfocados a un encuentro reflexivo y de paz interior, donde el cuerpo surge como la herramienta de vivencia.

CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES

En Quilate reconocemos la necesidad de formar alianzas, que permitan mayor facilidad en el proceso de prestación del servicio (desde los costos con los proveedores, hasta alianzas con gimnasios y centros deportivos). A continuación, nombramos algunas de las alianzas mas importantes:

- **Nombre de la empresa:** Yoga Nova - Bionova

Tipo de alianza: Alianza de empresas no competidoras

Razón: Realizar una alianza con la empresa de yoga, una empresa enfocada hacia la tranquilidad, bienestar físico, mental y psicológico, para personas con miras a un progreso en diferentes ámbitos, con el fin de obtener los mejores instructores y clases para nuestros clientes, además capacitar a nuestros instructores en este campo así aprender estas técnicas para luego desarrollarlas. Y las clases que ellos realicen en un principio se les depositara su porcentaje adecuado por la alianza.

Beneficio: Reducción de Riesgos e Incertidumbres

- **Nombre de la empresa:** Bodytech

Tipo de alianza: Cooperación

Razón: Iniciar una colaboración con dicha empresa para promover un medio diferente de entrenamiento a domicilio a sus clientes distinguidos, con muy poco tiempo, demasiado lejos, con alguna discapacidad, que tengan pereza o simplemente timidez, y así evitar la pérdida de los clientes implementando un nuevo campo que puede ser de agrado a muchos, por supuesto se negociaran los porcentajes adecuados ya que es una gran empresa.

Beneficio: Centro médico deportivo que ya es reconocido tanto a nivel nacional como internacional, lograremos captar un mayor número de población y asegurar un ingreso constante en los primeros meses de funcionamiento.

- **Nombre de la empresa:** Casa Olímpica

Tipo de Alianza: cliente-proveedor

Beneficio: Compra con descuento de determinados recursos para la realización de las actividades.

Razón: Al concretar esta alianza con casa olímpica una empresa especializada en la venta de implementos para el entrenamiento deportivo, se garantiza un suministro adecuado para la prestación de los servicios, y no solo eso, al tenerlos de aliados es posible obtener un mejor precio al momento de obtener los materiales.

- **Nombre de la empresa:** Proscience supps

Tipo de alianza: Alianza entre empresas no competidoras

Beneficio: Compra de determinados suplementos nutricionales

Razón: Se realizara una alianza con le empresa de suplementación deportiva, empresa enfocada en el mercado de la nutrición y el deporte, para personas con miras a un progreso, con el fin de obtener las mejores ayudas ergogénicas para nuestros clientes, así cuando ellos compran nuestros servicios también están adquiriendo un producto pensado para su bienestar al momento de realizar su práctica. Además de que con la alianza se genere un descuento y al venderlos y promoverlos nosotros también ganemos algún porcentaje sobre la venta.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Dentro de la empresa se puede observar con detenimiento todos aquellos **costos fijos** y **costos variables**. Es necesario tener en cuenta, que para brindar el servicio propuesto, existen costos para su ejecución.

Costos variables

COSTOS VARIABLES				
CONCEPTO	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
COSTOS INDIRECTOS	Tarjetas	300	\$250	\$75.000
	Volantes	1000	\$150	\$150.000
	Carpetas	20	\$300	\$6.000
	Publicidad	1	\$2.000.000	\$2.000.000
	Transporte de entrenadores	3	\$400.000	\$1.200.000
	Impuestos	1	\$90.000	\$90.000
	Seguro	1	\$150.000	\$150.000
	Servicios Públicos (Telefonía e internet)	1	\$300.000	\$300.000
	Ganchos	50	\$100	\$5.000
	Clips	500	\$10	\$5.000
	Perforadora	2	\$6.500	\$13.000
	Engrapadora	2	\$6.500	\$13.000
	Marcadores	5	\$2.000	\$10.000
	Lápices	20	\$1.000	\$20.000
	Esfero	20	\$1.000	\$20.000
	USB 16 GB	4	\$15.000	\$60.000
	TOTAL			
MEDIOS TECNOLÓGICOS	Computador portátil	2	\$2.300.000	\$4.600.000
	Celulares	2	\$500.000	\$1.000.000
	Impresora multiusos	2	\$870.000	\$1.740.000
	Cámara digital	2	\$1.300.000	\$2.600.000
	Dominio WEB	1	\$20.000	\$20.000
	TOTAL			
MEDIOS DE ENTRENAMIENTO (ELEMENTOS)	Báscula digital	2	\$ 45.000	\$90.000
	Adipometro	2	\$ 70.000	\$140.000
	TRX	3	\$ 106.000	\$318.000
	Bandas de resistencia (juego)	3	\$ 43.000	\$129.000
	Kit bandas de poder (5	3	\$ 160.000	\$480.000
	Rueda abdominal	3	\$ 30.000	\$90.000
	Laros	3	\$ 30.000	\$90.000
	Guantes kick boxing	3	\$ 150.000	\$450.000
	"Pocus" gloves	3	\$ 120.000	\$360.000
	Chaleco de peso x 10 Kg	3	\$ 120.000	\$360.000
	Chaleco de peso x 20 Kg	3	\$ 160.000	\$480.000
	Pesas tobilleras x 5 Kg	3	\$ 48.000	\$144.000
	Pesas tobilleras x 8kg	3	\$ 65.000	\$195.000
	Colchoneta (Estrella)	3	\$ 38.000	\$114.000
	Plastiles	50	\$ 2.000	\$100.000
	Pistola masajeadora portátil	2	\$ 650.000	\$1.300.000
	TOTAL			
TOTAL COSTOS VARIABLES				\$18.917.000

Costos fijos

COSTOS DIRECTOS				
CONCEPTO	DETALLE	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	TOTAL
TALENTO HUMANO (MANO DE OBRA DIRECTA)	Profesionales en C.F.D.R	4	\$600.000	\$2.400.000
	Psicologo (dependerá número de asesorías)	1	\$1.000.000	\$1.000.000
	Masajista	2	\$400.000	\$800.000
	Expertos en yoga y meditación	2	\$300.000	\$600.000
	TOTAL			\$4.800.000
TALENTO HUMANO	Gerente	1	\$1.500.000	\$1.500.000
	Sub-gerente	1	\$1.500.000	\$1.500.000
	Administrador	1	\$1.500.000	\$1.500.000
	Relaciones publicas y mercadeo	1	\$1.000.000	\$1.000.000
	TOTAL			\$5.500.000
INDUMENTARIA	KIT HOODIE Y JOGGER	5	\$200.000	\$1.000.000
	TENIS	5	\$150.000	\$750.000
	TOTAL			\$1.750.000
	TOTAL COSTOS FIJOS			\$12.050.000
	TOTAL COSTOS VARIABLES			\$18.917.000
	TOTAL			\$30.967.000

Punto de equilibrio

Con el punto de equilibrio se busca encontrar qué tantos servicios tenemos que vender, para poder no generar una perdida, y de esta manera continuar con los gastos fijos, variables y los imprevistos generados por nuestros servicios, llevando un adecuado control de la empresa e igualmente una ganancia mensual y anual. Al ver el proyecto a largo plazo, se hace un punto de equilibrio mensual y anual, en el cual se encuentra que la cantidad de servicios que se deben vender son 2 o 3 planes, en cada uno de los paquetes ofertados (GOLD y DIAMOND).

31A1:M30A1:M31A1:M32A1:M33A1:M34A1:M35A		
Precio unitario	\$	500.000
Costo Unitario	\$	330.000
Unidades prod y vendida		23
Gastos Operacionales	\$	2.500.000
Impuestos		25%

Ventas	\$	11.617.647
Costo	\$	7.667.647
Utilidad Bruta	\$	3.950.000

Gastos operacionales	\$	1.700.000
Gastos administrativos y	\$	2.250.000
Utilidad operacional	\$	-

Impuestos	\$	-
Utilidad neta	\$	-

DIAMOND		
Precio unitario	\$	500.000
Costo Unitario	\$	330.000
Unidades prod y vendida		131
Gastos Operacionales	\$	2.500.000
Impuestos		25%

Ventas	\$	65.500.000
Costo	\$	43.230.000
Utilidad Bruta	\$	22.270.000

Gastos operacionales	\$	1.700.000
Gastos administrativos y	\$	2.250.000
Utilidad operacional	\$	18.320.000

Impuestos	\$	4.580.000
Utilidad neta	\$	13.740.000

GOLD		
Precio unitario	\$	350.000
Costo Unitario	\$	210.000
Unidades prod y vendida		28
Gastos Operacionales	\$	2.500.000
Impuestos		25%

Ventas	\$	9.875.000
Costo	\$	5.925.000
Utilidad Bruta	\$	3.950.000

Gastos operacionales	\$	1.700.000
Gastos administrativos y	\$	2.250.000
Utilidad operacional	-\$	0

Impuestos	-\$	0
Utilidad neta	-\$	0

Quilate debe vender en el año en curso **23 unidades del paquete Diamond y 28 unidades del paquete Gold** para llegar a un punto de equilibrio, consiguiendo **\$21.492.700** para poder cubrir con sus obligaciones.



		Precio Unitario gold										
	\$	13.740.000	\$	430.000	\$	470.000	\$	500.000	\$	550.000	\$	600.000
Impuestos	24%	\$	6.954.000	\$	10.936.400	\$	13.923.200	\$	18.901.200	\$	23.879.200	
	25%	\$	6.862.500	\$	10.792.500	\$	13.740.000	\$	18.652.500	\$	23.565.000	
	26%	\$	6.771.000	\$	10.648.600	\$	13.556.800	\$	18.403.800	\$	23.250.800	
	27%	\$	6.679.500	\$	10.504.700	\$	13.373.600	\$	18.155.100	\$	22.936.600	

En este sentido, encontramos que los impuestos, gastos administrativos y operarios, son los principales gastos que tiene la empresa. Por lo tanto, es necesario tener un mínimo de ventas en ambos paquetes para suplir todos estos gastos. Es así, que según nuestros cálculos, Quilate debería vender 23 unidades anuales del paquete Diamond (2 mensuales) y 28 unidades del paquete Gold (2-3 mensuales), para así poder alcanzar el respectivo punto de equilibrio.

Estado de resultados

El objetivo de Quilate y de cualquier otra empresa, es mejorar sus utilidades con el paso del tiempo. No obstante, es necesario contar con herramientas claras para comparar el desempeño de la empresa entre un periodo y otro, y así poder determinar si la empresa está generando beneficios.

ESTADO DE RESULTADOS QUILATE						
COP \$	2021	Analisis Vertical 2021	2020	Analisis Vertical 2020	Analisis Horizontal Base 2021	
					Valor	%
Ingresos de actividades ordinarias	\$ 96.650.000	100,0%	\$ 16.950.000	100,0%	\$ 79.700.000	470,2%
Costo de ventas	\$ 35.000.000	36,2%	\$ 10.000.000	59,0%	\$ 25.000.000	250,0%
Ganancia Bruta	\$ 61.650.000	63,8%	\$ 6.950.000	41,0%	\$ 54.700.000	787,1%
Gastos de administración y venta	\$ 2.500.000	2,6%	\$ 1.000.000	5,9%	\$ 1.500.000	150,0%
Gastos de distribución	\$ 1.000.000	1,0%	\$ 50.000	0,3%	\$ 950.000	1900,0%
Gastos por beneficios a los empleados	\$ 1.000.000	1,0%	\$ 500.000	2,9%	\$ 500.000	100,0%
Otros Gastos	\$ 200.000	0,2%	\$ 10.000	0,1%	\$ 190.000	1900,0%
Otros Ingresos	\$ 1.500.000	1,6%	\$ 1.000.000	5,9%	\$ 500.000	50,0%
Resultados de actividades de la operación	\$ 58.450.000	60,5%	\$ 6.390.000	37,7%	\$ 52.060.000	814,7%
Impuesto a las ganancias (25%)	\$ 14.612.500	15,1%	\$ 1.597.500	9,4%		0,0%
Utilidad antes de impuesto a las ganancias	\$ 58.450.000	60,5%	\$ 6.390.000	37,7%	\$ 52.060.000	814,7%
Gasto por impuesto a las ganancias	\$ 14.612.500	15,1%	\$ 1.597.500	9,4%	\$ 13.015.000	814,7%
Resultado neto del periodo	\$ 43.837.500	45,4%	\$ 4.792.500	28,3%	\$ 39.045.000	814,7%

En el estado de costos podemos observar cuales son los resultados obtenidos, las entradas y salidas de efectivo, y por tanto la rentabilidad que está teniendo la empresa. En pocas palabras es una comparación de la perdida/beneficio que está teniendo la empresa.

Balance general

Activos	2021	Análisis vertical 2021	2020	Análisis vertical 2020	Análisis Horizontal Base 2021	
					Variación Valor	%
Activos corrientes						
Efectivo y equivalentes al efectivo	\$ 22.000.000	41,5%	\$ 2.000.000	25,0%	\$ 20.000.000	1000,0%
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	\$ 5.500.000	10,4%	\$ 1.000.000	12,5%	\$ 4.500.000	450,0%
Cuentas por cobrar partes relacionadas y asociados	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	-
Inventarios	\$ 10.000.000	18,9%	\$ 5.000.000	62,5%	\$ 5.000.000	100,0%
Gastos pagados por anticipado	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	-
Instrumentos financieros derivados	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	-
Activos por impuestos corrientes	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	-
Activos clasificados como mantenidos para la venta	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	-
Total activos corrientes	\$ 37.500.000	70,8%	\$ 8.000.000	51,6%	\$ 29.500.000	369%
Activos no corrientes						
Cuentas comerciales por cobrar y otras cuentas por cobrar	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	-
Inventarios	\$ 7.000.000	13,2%	\$ 4.500.000	60,0%	\$ 2.500.000	55,6%
Inversiones en subsidiarias, negocios conjuntos y asociadas	\$ 1.500.000	2,8%	\$ 200.000	2,7%	\$ 1.300.000	650,0%
Propiedades planta y equipo	\$ 5.000.000	9,4%	\$ 2.500.000	33,3%	\$ 2.500.000	100,0%
Inversiones en instrumentos patrimoniales	\$ 2.000.000	3,8%	\$ 300.000	4,0%	\$ 1.700.000	566,7%
Total activos no corrientes	\$ 15.500.000	29,2%	\$ 7.500.000	48,4%	\$ 8.000.000	106,7%
Total Activos	\$ 53.000.000	100%	\$ 15.500.000	100%	\$ 37.500.000	242%
Patrimonio y pasivos						
Pasivos						
Pasivos corrientes						
Obligaciones financieras	\$ 10.000.000	38,5%	\$ 2.000.000	50,0%	\$ 8.000.000	400,0%
Cuentas comerciales por pagar y otras cuentas por pagar	\$ 1.500.000	5,8%	\$ 500.000	12,5%	\$ 1.000.000	200,0%
Cuentas por pagar partes relacionadas y asociadas	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	-
Otras provisiones	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	-
Otros pasivos financieros corrientes	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	-
Pasivos por impuestos corrientes	\$ 5.000.000	19,2%	\$ 1.000.000	25,0%	\$ 4.000.000	400,0%
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	\$ 1.000.000	3,8%	\$ 500.000	12,5%	\$ 500.000	100,0%
Total pasivos corrientes	\$ 17.500.000	67,3%	\$ 4.000.000	39,2%	\$ 13.500.000	337,5%
Pasivos no corrientes						
Obligaciones financieras	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	-
Cuentas comerciales por pagar y otras cuentas por pagar	\$ 8.000.000	30,8%	\$ 6.000.000	96,8%	\$ 2.000.000	33,3%
Pasivos por impuestos diferidos	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	-
Títulos emitidos	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	-
Provisiones no corrientes por beneficios a empleados	\$ 500.000	1,9%	\$ 200.000	3,2%	\$ 300.000	150,0%
Total pasivos no corrientes	\$ 8.500.000	32,7%	\$ 6.200.000	60,8%	\$ 2.300.000	37,1%
Total pasivos	\$ 26.000.000	100%	\$ 10.200.000	100%	\$ 15.800.000	154,9%
Patrimonio						
Capital suscrito y pagado	\$ 5.200.000	19,3%	\$ 5.200.000	98,1%	\$ -	0,0%
Prima de emisión	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	-
Reservas	\$ 5.000.000	18,5%	\$ 100.000	1,9%	\$ 4.900.000	4900,0%
Otro resultado integral	\$ -	0,0%	\$ -	0,0%	\$ -	-
Ganancias(pérdidas) acumuladas	\$ 16.800.000	62,2%	\$ -	0,0%	\$ 16.800.000	-
Total patrimonio	\$ 27.000.000	100,0%	\$ 5.300.000	100,0%	\$ 21.700.000	409,4%
Total patrimonio y pasivos	\$ 53.000.000	100,0%	\$ 15.500.000	100,0%	\$ 37.500.000	241,9%

En el balance general, podemos observar detalladamente cuál es el estado de la organización. En este balance, podemos ver la información económica y financiera detallada, específicamente de 3 grandes fuentes: Patrimonio, activos y pasivos. Este tipo de balance puede darnos un vistazo rápido y general del estado de la compañía. Cabe destacar, que este documento debe cambiarse anualmente y es un documento público obligatorio.

Flujo de caja

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO		
<u>ACTIVIDADES DE OPERACIÓN</u>		
Entradas		\$96.650.000
Efectivo recibido por clientes	\$96.650.000	
Salidas		\$25.000.000
Efectivo pagado a proveedores y gastos	\$25.000.000	
<u>Efectivo neto de las actividades de Operación</u>		<u>\$71.650.000</u>
<u>ACTIVIDADES DE INVERSIÓN</u>		
Entradas		
Salidas		\$15.000.000
Compra maquinaria e implementos de dotación	\$15.000.000	
<u>Efectivo neto de las actividades de Financiación</u>		<u>-\$15.000.000</u>
Flujo neto de efectivo		\$56.650.000
Saldo inicial de efectivo (01/01/19)		\$22.000.000
Saldo final de efectivo (30/09/16)		\$56.650.000

Tasa interna de retorno

MES	FLUJO DE INGRESOS	MES	FLUJO DE EGRESOS	FLUJO DE EFECTIVO NETO	FLUJO DE EFECTIVO ACUM
				-\$ 5.200.000	-\$ 5.200.000
1	\$ 6.750.000	1	\$ 1.200.000	\$ 5.550.000	\$ 350.000
2	\$ 4.000.000	2	\$ 1.700.000	\$ 2.300.000	\$ 2.650.000
3	\$ 4.200.000	3	\$ 1.500.000	\$ 2.700.000	\$ 2.700.000
4	\$ 3.550.000	4	\$ 4.300.000	-\$ 750.000	\$ 1.950.000
5	\$ 4.000.000	5	\$ 3.600.000	\$ 400.000	\$ 2.350.000
6	\$ 6.000.000	6	\$ 3.400.000	\$ 2.600.000	\$ 2.600.000
7	\$ 6.400.000	7	\$ 2.000.000	\$ 4.400.000	\$ 7.000.000
8	\$ 7.400.000	8	\$ 1.300.000	\$ 6.100.000	\$ 13.100.000
9	\$ 10.000.000	9	\$ 1.800.000	\$ 8.200.000	\$ 8.200.000
10	\$ 11.100.000	10	\$ 2.400.000	\$ 8.700.000	\$ 16.900.000
11	\$ 14.500.000	11	\$ 1.000.000	\$ 13.500.000	\$ 30.400.000
12	\$ 18.750.000	12	\$ 800.000	\$ 17.950.000	\$ 48.350.000

n =	1 año
i =	0,08
version inicial =	\$ 5.200.000

VNA	\$ 42.726.451
TIR	67%

El valor actual neto representa todos los flujos de dinero presente en el año en curso descontandolos de los intereses existentes. Esto quiere decir que al ser el VNA muy mayor a cero, el proyecto es viable y cuenta con intereses que traeran beneficios en el futuro.

El proyecto de inversion es totalmente aceptado, teniendo la tasa interna de retorno en un 67%, debido a que esta medida representa un porcentaje de rentabilidad del negocio. Se compara con el costo de oportunidad que tiene en cuanto a rentabilidad, en este caso puede ser un CDT, que esta entre el 5% y el 8% dependiendo del banco. La TIR obtenida nos demuestra que implementar el proyecto es viable y rentable. La TIR, tambien puede representar la capacidad que tendra QUILATE para remunerar a sus socios, la cual es muy

CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Tuvimos en cuenta, que para ver la evaluación del impacto del proyecto, se deben resaltar 4 puntos importantes:

1. ¿Porque realizamos este modelo negocios?

Realizamos este modelo negocios porque nos dimos cuenta que los entrenamientos personalizados en las últimas décadas son vacíos y lo que buscan las empresas en verdad solo son resultados a largo, mediano o corto plazo dejando en medio a las personas y no entregándoles nada más, entonces ahí es donde entra nuestra empresa QUILATES: la cual tiene como objetivo primordial la gente buscar una estabilidad y felicidad en las personas dentro de nuestra organización no solo darles un servicio si no siempre estar al lado de ellos acompañándolos en CUERPO Y MENTE lo que queremos es que ellos tengan una estabilidad emocional, una calidad de vida y desarrollo del ser al 100% nosotros queremos lograr que ellos se sientan especiales e importantes dentro de la empresa que no vayan solo por un producto pago si no que se sientan identificados dentro de la empresa.

2. PROPOSITO EMPRESARIAL

Que es lo que estamos realizando para lograrlo; lo que estamos haciendo es otorgar un apoyo primordial a cada usuario dentro de la empresa, cada uno tendrá su estilo y método de entrenamiento, tendrá tips, consejos y progreso desde nuestra APP nuestra meta es que los usuarios se sientan realmente impactados y vean que la empresa que les está ofreciendo estos servicios esta junto a ellos desde el primer momento hasta el último, lo que queremos lograr es una unión entre empresa y usuario para que haya un concepto diferente en sus cabezas y vean que con el acampamiento adecuado todos su esfuerzos valdrán la pena.

3. PROCESO TECNICO

Como lo llevaremos a cabo, por medio de un grupo de personas especializadas, enfocadas y comprometidas con el cambio y desarrollo de ser de los usuarios, recordemos que un cliente feliz atraerá más clientes y así nuestra empresa va a empezar a crecer, y lo llevaremos primeramente por un pequeño grupo de personas para ir identificando en el camino que tenemos que retroalimentar y cambiar para que todo se vaya puliendo perfectamente. Para futuros usuarios y ofrecer mucho mejores cosas para el desarrollo del usuario y la empresa.

4. GARANTIA DE EJECUCION- FACTIBILIDAD

En verdad funciona es lo que todos se pregunta al desarrollar la idea y eso lo observaremos durante el camino y observaremos si nuestra empresa en verdad funciona en el entorno social tiene resultados de luego observaremos la certeza de nuestros objetivos e ideales para que la empresa crezca a futuro y tengamos mucho más beneficios para la empresa como para los usuarios.

Teniendo en cuenta estos puntos, se puede evaluar el impacto del modelo de negocio y se ve como necesario. Es por esta razón que hemos anexado este capítulo adicional al modelo CANVAS original, considerando cuatro tipos de impacto:

- **IMPACTO SOCIAL:**

Nuestro proyecto tiene como objetivo contribuir con el empleo de estudiantes de comunidades afectadas pero siempre y cuando cumplan los requisitos que requiere y necesita nuestra empresa porque nuestra meta es ver un cliente feliz y mucho más que nuestros empleados estén a la altura para poder ser pedagógico y competente con la población con la que trabajaremos.

En segundo plano tendremos materiales ecológicos ambientales que puedan contribuir al desarrollo del medio ambiente sin verse afectado las personas que están a nuestro alrededor.

- **IMPACTO ECONÓMICO:**
- **IMPACTO ECONÓMICO**

INGRESOS	EGRESOS
Inflación: 6%	Inflación: 6%
Crecimiento en ventas: 2%	Crecimiento en ventas: 3%

- **IMPACTO AMBIENTAL:**

Promoveremos materiales que tengan como garantía y seguro el compromiso con el medio ambiente y manejo sostenible de los materiales usados y reutilizados y por otra parte el uso racional de las tecnologías por medio de horas puesto que nuestras actividades claves siempre constaran de 45 a 120 minutos que es lo que consta un entrenamiento organizado, planificado y especifico y personalizado para la persona que lo va a tomar en **QUILATE**.

Segundo los materiales usados y garantizados por la empresa son materiales sin uso de prohibición y su desarrollo dentro de los contextos terrenos y ambientes no se verán afectados los recursos naturales, por otra parte usaremos en las actividades mentales material orgánico no destructivo para el medio ambiente y por ultimo como objetivo y meta de la empresa crear una consciencia individual y colectiva por el reciclaje de desechos dentro del ambiente utilizado ya que no seremos de pronto la única empresa que use ese terreno en ese momento.

IMPACTO TECNOLÓGICO

La empresa **QUILATE** dará el mayor provecho a las TIC buscando en tener una excelente comunicación y adicional a ello utilizando estas herramientas para

fortalecer los procesos y mejorar el proceso de registro de los datos que podemos llevar con cada uno de nuestros usuarios.

La tecnología será fundamental para nosotros ya que con nuestra aplicación y plataforma empresarial generaremos todo el seguimiento nutricional, físico y mental a nuestros usuarios. Además de seguir el proceso por estos medios, razón por la cual la distancia y acompañada de la tecnología nos pondrá con mayor cercanía a nuestros clientes.

PROYECCIÓN DE LA EMPRESA:

- **CORTO PLAZO:**

Generar una organización y distribución de los entrenamientos personalizados enfocados en el bienestar física y psicológico de la persona.

- **MEDIANA PLAZO**

Lograr beneficiar a nuestros usuarios y abarcar más sectores de Bogotá, con un excelente servicio.

- **LARGO PLAZO:**

Expandirnos a otras ciudades y municipios cercanos a la capital, y así poder llevar nuestro servicio a más personas que tienen dificultades para entrenar en los diferentes proveedores de estos servicios que hoy en día se muestran.

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

LIENZO LEAN CANVAS



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ascanio, G. (23 de mayo del 2011). Segmentos de mercado: ¿Para quién creamos valor? [tuplandeacción]. Recuperado de: <http://www.tuplandeaccion.com/2011/05/segmentos-de-mercado-para-quien-creamos.html>
- Boeckh-Behrens, W. Y Buskies, W. (2004). *Entrenamiento de la fuerza*, España, Barcelona: Editorial Paidotribo.
- Cámara de Comercio de Bogotá. (2017). Trámites jurídicos y tributarios para crear empresa: *La Cámara (CCB)*. Recuperado de: <https://www.ccb.org.co/Cree-su-empresa/Preparese-para-crear-empresa/Legal-y-tramites>
- Chauvin, S. (2014). Estrategías de fijación de precios: *Mujeresdeempresa.com*. Recuperado de: <http://www.mujeresdeempresa.com/estrategia-de-fijacion-de-precios/>
- Cofré, C., Espinoza, A., Sánchez, P. Y Zafra, E. (2016). Entrenamiento anaeróbico de alta intensidad: Historia y fisiología clínica del ejercicio. *Revista de la Universidad Industrial de Santander*, 48(3), p. 275-284
- Flores, C., Rodríguez-Blanco, M. & Rodríguez-C. (2017). Adaptaciones fisiológicas al entrenamiento concurrente de la resistencia con la fuerza muscular (Revisión). *OLIMPIA. Revista de la Facultad de Cultura Física de la Universidad de Granma*, 14(42), p. 119-129.
- Fajardo, A. (2009). Yoga, cuerpo e imagen: espiritualidad y bienestar, de la terapia a la publicidad. *Universitas humanística*, 2(68), p. 33-47.
- Fernández, F. (2017). Entrenamiento en suspensión. Recuperada el 18 de abril de 2020, de TryUsTraining: <https://medium.com/tryus-training/entrenamiento-en-suspension-a70dd6e16560>
- Ortiz, C. (1996). Entrenamiento de fuerza para la salud. *Apunts. Educación física y deportes*, 1(46), p. 94-99.
- Ursa-Herguedas, A. (2018). La meditación como práctica preventiva y curativa en el sistema nacional de salud. *Medicina naturista*, 12(1), p. 47-53.
- Vinuesa, M. & Vinuesa, I. (2016). *Conceptos y métodos del entrenamiento físico*, España, Madrid: Ministerio de defensa.

