

Trabajo de grado - Creación de empresas

CycloFit

Miguel Ángel Castro Jiménez

Nicolas Santiago Leyton Torres

Sergio Esteban Arévalo Sastoque

Universidad Santo Tomás

División de Ciencias De La Salud

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá

2019



TABLA DE CONTENIDO

Introducción	3
Modelamiento de la idea de negocio	3
Logo	19
Slogan	20
Visión	20
Misión	20
Fundamentación humanista	20
Marco referencial	22
Capítulo I: Segmentos de mercado	25
Capítulo II: Propositiones de valor	28
Capítulo III: Canales	34
Capítulo IV: Relación con los clientes	39
Capítulo V: Ingresos	41
Capítulo VI: Recursos claves	46
Capítulo VII: Actividades claves	48
Capítulo VIII: Asociaciones claves	49
Capítulo IX: Estructura de costos	52
Capítulo X: Evaluación financiera	55
Capítulo XI: Evaluación del impacto.....	57
Lienzo de modelo de negocio	59
Referencias bibliográficas	60

1. Introducción

CycloFit se plantea como un centro de entrenamiento físico para la salud y el deporte, centrado en el ciclismo bajo techo, sumándose capacitaciones en mecánica básica y movilidad inteligente en la ciudad, todo esto enfocado en un proceso individualizado y funcional para cualquier modalidad o fin que el usuario requiera. Este proyecto está dirigido a bici usuarios, ciclistas, personas aparentemente sanas, personas patologías (hipertensión, sobrepeso, dolor articular), sedentarios, físicamente activos o deportistas que quieran o necesiten generar o cambiar hábitos de vida, prevenir o controlar enfermedades, rehabilitar y fortalecer lesiones del sistema locomotor, o mejorar sus marcadores de rendimiento deportivo, con el fin de tener una mejor calidad de vida y funcionalidad en sus tareas cotidianas, sustentando todos los procesos de formación e intervención en los fundamentos de las ciencias humanas y las ciencias exactas, garantizando de esta forma los mejores resultados posibles.

2. Modelamiento de la idea de negocio

CYCLOFIT se plantea como un centro de entrenamiento de ciclismo funcional, con énfasis en la actividad física para la salud y el deporte.

La creación de este proyecto busca llevar ejercicio físico de calidad a la población de la ciudad de Bogotá y para ello, tomaremos como sede principal la ciudad de Bogotá, localidad de Puente Aranda, barrio Américas Occidental, debido a los altos índices de uso de la bicicleta diariamente que reporta el distrito y los cuales serán ampliados más adelante, y la presencia de grandes vías de acceso, buscando una buena ubicación espacial que nos permita poder tener acceso

a nuestra población objetivo y que los usuarios tenga facilidad para encontrar el centro de entrenamiento.

Esta ejecución de modelo de negocio se basará en cuatro pilares fundamentales a nivel metodológico-administrativo: **1)** La segmentación del mercado, donde seleccionaremos la población más adecuada para ofrecer y ejecutar nuestro servicio. **2)** El precio, donde ajustaremos el servicio al poder adquisitivo de cada usuario para llevar un servicio de calidad a la mayor cantidad de personas posible. **3)** Estrategias de mercado, las cuales serán las vías, métodos, metodologías, herramientas, acciones y tareas que favorecen el crecimiento de la empresa. **4)** Capacidad operativa, lo cual definirá la cantidad de usuarios que puede atender la empresa por hora, por semana y mensualmente, determinando la viabilidad del modelo de negocio.

En el caso de Colombia y principalmente su capital, para el año 2005, el distrito contaba aproximadamente 200.000 viajes diarios en bicicleta, mientras que para el año 2018, la cifra ronda los 800.000 viajes diarios y entre los años 2016 y 2018, se produjo un aumento del 18% del uso de este medio de transporte (Secretaría Distrital de Movilidad, 2019).

1. Segmentación de mercado

Según lo mencionado en la investigación realizada por la Universidad Libre “Radiografía de la bicicleta” (s.f), La ciudad de Bogotá, cuenta actualmente con unas estadísticas divididas de la siguiente manera: Kennedy con 92.570, Suba con 73.397, Bosa con 67.077, Engativá con 64.500, Fontibón con 31.269 y Ciudad Bolívar con 25.593, clasificadas según la cantidad de viajes diarios promedio realizados en bicicleta para cada localidad.

Referente a los grupos poblacionales que son usuarios de la bicicleta como medio de transporte, los datos demuestran que: El 70% de los usuarios son hombres, el 23,6% tiene entre 14 y 24 años de edad, El 20,8% entre 25 y 34 años de edad, el 19,7% entre 45 y 54 años de edad, el 16,7% entre 35 y 44 años de edad, el 10,6 entre 5 y 14 años de edad, el 9,1% entre 55 y 64 años de edad y el 2,5% superan los 64 años de edad. Respecto a la ocupación de los sujetos objeto de estudio, los datos exponen que: El 36,6% de los bici usuarios son trabajadores dependientes, el 29,5% son contratistas o independientes, el 17,9% son estudiantes de colegio y el 16% son estudiantes universitarios. (Universidad Libre, S.F.).

Los datos estadísticos anteriormente presentados funcionan como el punto de partida para realizar una caracterización poblacional y así mismo, nos permitirá determinar fortalezas y debilidades.

Para la ejecución de este proyecto, la población objetivo tiene las siguientes características:

- a. Hombres y mujeres, mayores de edad. Este rango nos da grupos etarios de adultos jóvenes, adultos y adultos mayores. Son personas que habitualmente ya tienen empleos, pensiones o ingresos que les permiten costear los costos del entrenamiento. Intervenir con adultos garantiza autonomía e independencia del cliente para la ejecución de procedimientos y requerimientos legales.

Según el planteamiento del modelo de negocio, este rango de edades es el más adecuado para el proyecto según la formación académica recibida con énfasis en la actividad física y el ejercicio físico para la salud, ya que intervendremos personas quienes ya han culminado su maduración morfo-fisiológica, por lo que nos podremos enfocar de forma más directa



en otros aspectos que sean necesidad o deseo del cliente.

En contraposición, se presenta el riesgo de que al no tener en cuenta la población infantil y adolescente, se inhiba un posible ingreso monetario y un sector importante de la población quede sin recibir información acerca de nuestros servicios.

- b. A nivel socio-económico, abordaremos principalmente a la población que se encuentra clasificada en los estratos 2 a 5. Empleados, dueños de empresas, independientes, contratistas, pensionados o estudiantes, cuyo ingreso salarial sea de un salario mínimo mensual vigente (\$828.166) en adelante. El sector residencial seleccionado, cuenta con una estratificación 3 y 4, con acceso a barrios con mayor y menor estratificación, por lo que abarcar a la población objetivo se puede hacer de forma más sencilla, ofreciendo el mismo servicio con los respectivos ajustes según el poder adquisitivo de cada individuo. En este grupo poblacional objetivo es habitual que necesiten o busquen realizar ejercicio por razones como lo son salud, estética, funcionalidad, rehabilitación o rendimiento deportivo.

Intervenir sobre este sector permite tener horarios amplios de trabajo, donde podemos adaptarnos a los horarios de los usuarios ya sea que puedan hacer ejercicio en las mañanas (madres, padres, adultos mayores o trabajadores de jornada nocturna), como que puedan hacer ejercicio en la tarde o noche (oficinistas, estudiantes o dueños de empresas). La elección de este sector también representa un alto costo en el arriendo y servicios públicos por lo que la elección del valor final del servicio y el valor de los servicios anexos debe ser rigurosa para no alejarse del objetivo del proyecto y poder generar los ingresos necesarios para solventar los gastos y generar ganancias.

2. Precio

Uno de los principales objetivos de CYCLOFIT como empresa es poder llevar el ejercicio físico de calidad a la mayor cantidad de personas, para lo cual es indispensable tener presente la diferencia existente en la capacidad adquisitiva de los estratos socio-económicos que se abordarán y tener la capacidad de ajustar el valor del servicio al poder adquisitivo del individuo, satisfaciendo sus necesidades y deseos y generando ganancias para la empresa.

Para ello, la estrategia más adecuada y que mejor se ajusta al planteamiento del negocio son los <paquetes de horas mensuales>. Estos paquetes se basarán en el establecimiento de un valor básico de la hora de entrenamiento y el valor del paquete será la sumatoria de las horas que pague el cliente. Para incentivar el consumo del servicio, el mayor valor de la hora será el de una sola sesión y el menor valor de una hora será el del paquete que contenga más sesiones. Es decir, si un usuario paga una única sesión, esa hora de entrenamiento tendrá un costo de, por ejemplo \$1000 y si el mismo usuario paga un paquete de 20 sesiones la hora de entrenamiento tendrá un precio de, por ejemplo \$750.

En ese mismo sentido, los paquetes que contengan más horas de entrenamiento, tendrán acceso a beneficios adicionales como el ajuste biomecánico sobre la bicicleta, ajustes de mecánica de la bicicleta, descuento en repuestos y partes de la bicicleta, accesorios para entrenamiento, asesorías personalizadas o descuentos en prendas deportivas de nuestros socios comerciales. Todo esto con el objetivo de mejorar la percepción del valor que tiene el cliente respecto al servicio que va a tomar.

Independientemente del paquete que adquiera el cliente, se realizará una evaluación morfofuncional y médica de los usuarios al comenzar el programa, para establecer parámetros de entrenamiento, objetivos y condiciones para la ejecución de actividad física y ejercicio.

Los paquetes mensuales de horas serán organizados de la siguiente forma.

- Mínimo: Una única sesión de una hora. Sería el cobro que se realiza a usuarios ocasionales y que no asisten regularmente o no buscan el pago de la mensualidad.
- Básico o amateur: Ocho horas mensuales, dos sesiones por semana. Siendo este el tiempo mínimo que se requiere a nivel de metodologías de entrenamiento para poder observar y medir cambios morfo-fisiológicos y funcionales significativos.
- Medio o Elite: Dieciséis horas mensuales, cuatro sesiones semanales. Aquí el valor básico de la hora disminuirá para incentivar a los clientes. Tendrán acceso a más material de trabajo y sesiones de entrenamiento más complejas.
- Avanzado o Pro: Es el paquete con mayores horas, el cual va desde veinticuatro horas mensuales hasta las horas que defina el usuario que quiere usar. En este paquete tendrán acceso a descuentos en repuestos de bicicletas, accesorios y ropa de entrenamiento, asesorías personalizadas, descuentos en salidas que tengan un valor adicional. Este será el paquete que tenga el menor valor básico de la hora de entrenamiento.

Para llevar el control de las horas, se llevará una base de datos donde cada usuario será registrado al comenzar y al finalizar la sesión de entrenamiento. Si el usuario por alguna razón no puede asistir a alguna de las sesiones que ya pagó, se le dará la opción de poder reprogramar en un día hábil específico acordado por ambas partes.

3. Estrategias de mercado.

El lanzamiento del negocio y sus servicios iniciará con una difusión de información en redes sociales como Facebook e Instagram para lo cual necesario tener material fotográfico propio para realizar post y videos, dando una muestra visual de lo que será el servicio.

Otra estrategia será la difusión de postales y volantes en puntos clave como parques, grandes vías con ciclorrutas, eventos en torno al ciclismo y la actividad física o vías de gran afluencia de ciclistas los fines de semana.

Estos dos procesos descritos anteriormente serán previos a la apertura del sitio y darán información sobre una fecha de inauguración.

La inauguración consistirá en un día completo de sesiones de cortesía con un evento especial en las horas de la tarde/noche, donde se realizarán una clase grupal de ciclismo en rodillos, una clase musicalizada y una clase de entrenamiento funcional.

Para poder participar en el evento de inauguración, los asistentes deberán mostrar en su celular que siguen las redes sociales del centro de entrenamiento. En este evento podrán participar todas aquellas personas que no presenten contraindicaciones médicas para la realización de ejercicio físico, independientemente que tengan o no bicicleta.

La empresa contará con página en Facebook, Perfil de Instagram y canal el YouTube para la difusión y promoción del servicio, las cuales serán actualizadas a diario, y sumado a esto se

desarrollará una página web o plataforma, desde la que los usuarios podrán realizar la compra de los servicios o simplemente ingresar con su usuario y contraseña para revisar la programación de su sesión y el estado actual del programa de entrenamiento, incluidos sus avances.

4. Capacidad operativa

Teniendo como base las dimensiones del establecimiento y los materiales a utilizar, calcularemos cuantos usuarios podremos atender por hora, lo que determinará la expectativa de ingresos y la meta de usuarios a abordar. Para este cálculo, asumimos la totalidad de la capacidad operativa por hora.

- Dimensiones del local (tentativa): 5 x 9 m².
- Materiales: 9 rodillos y 6 trx.
- Horas a trabajar por día: 8
- Días a trabajar por semana: 6
- Días a trabajar por mes: 26

Usuarios por hora	15
Usuarios por día	120
Usuarios por semana	720
Usuarios por mes	2880

Realizando un ajuste realista de la expectativa de la máxima cantidad de usuarios a atender mensualmente, establecemos el siguiente panorama.

Usuarios por hora	8
Usuarios por día	64
Usuarios por semana	384
Usuarios por mes	1536

VALORES AGREGADOS DEL SERVICIO:

Ofreceremos el servicio de entrenamiento de ciclismo indoor y en general los servicios de entrenamiento para la salud y el deporte, bajo la premisa de que la inseguridad, el clima o la falta de tiempo no es razón para no practicar ciclismo.

- Ciclismo bajo techo o indoor cycling.

Para ello, se utilizará principalmente la dinámica del ciclismo indoor de resistencia muscular y cardiocirculatoria, apoyada por la inclusión de los pilares fundamentales del entrenamiento que son el Culturismo, el Entrenamiento de Alta Intensidad, la Halterofilia y en pro

del desarrollo de las capacidades físicas condicionales como la fuerza, la resistencia, la velocidad, la flexibilidad y la coordinación (Bompa, 2006).



El uso del ciclismo indoor como pilar fundamental de la compañía nos permite prevenir riesgos para los clientes como un accidente de tránsito, sumado a esto el hecho de tener la persona conduciendo sobre un rodillo de equilibrio o estático nos permite realizar modificaciones sobre la marcha, es decir, sin tener que detener tanto la sesión para hacer correcciones, esto producirá en reacción que el entrenamiento sea mucho más específico en lo que se quiere trabajar y que se ejecute de la manera apropiada, ya que ninguno de los dos (entrenador-Cliente) estarán pendientes del recorrido sino de la ejecución.





Se producirán de la misma manera las adaptaciones ergonómicas siempre que sea necesario y se realizarán directamente desde la bicicleta del cliente sin realizar ningún desmonte de algún componente, correcciones ergonómicas, como lo son la forma de pedaleo o la postura sobre la bicicleta, la cual se va perdiendo a medida que el cansancio aumenta.



1- Entrenamiento funcional.

El objetivo principal de este proyecto es que la práctica de ejercicio físico y más específicamente de ciclismo sea funcional para la vida de los usuarios, es decir, que los beneficios

que logren las personas por medio del entrenamiento mejore su calidad de vida, tanto en lo físico como en lo mental.

Todo aprendizaje deberá ser estructurado adecuadamente para que sea significativo y el usuario lo pueda interiorizar, convirtiéndolo en información para su vida.

2- Calidad en el servicio

Utilizaremos los pilares de la formación humanista para brindar un servicio pedagógico, amable y transparente para cumplir los objetivos de todos y cada uno de los usuarios y la formación científica para garantizar el logro de resultados de forma cuantificable en pro de los deseos del cliente. Utilizaremos la retroalimentación constante por parte de los usuarios por medio de reseñas, preguntas o encuestas para observar falencias en el servicio y poder corregirlas de forma rápida y eficiente. Nos centraremos en potenciar las virtudes y cualidades físicas, emocionales y cognitivas de nuestros usuarios.

Llevaremos un control estricto cuantificable del estado de salud de cada cliente, retroalimentado constantemente para reforzar hábitos que están dando resultados positivos y minimizar los escenarios donde no se observen mejoras. Así mismo, mantendremos informados a los clientes sobre los resultados de sus controles periódicos de progreso, haciéndolos parte de todo el proceso y no solo de la aplicación de los ejercicios.

Para nosotros como empresa, es fundamental generar sentido de pertenencia en nuestros clientes, por lo que promoveremos el uso de prendas deportivas con la marca de CYCLOFIT, estableceremos metas grupales con incentivos y, en el ámbito del entrenamiento, caracterizamos

cada modalidad de ciclismo para que las personas perciban la diferencia entre cada una y se puedan obtener subgrupos homogéneos tanto en la praxis como en la afinidad de la modalidad de ciclismo o el metodología de entrenamiento de aquellos que no practiquen ciclismo.

Entrenamiento personalizado y semi-personalizado.

Se estructurará un programa de entrenamiento que vaya más allá de la mejora de los componentes físicos, se buscará que sea significativo y útil para la persona en su diario vivir, utilizando herramientas pedagógicas y didácticas en cada sesión. Así mismo, serán fundamentales las ciencias de la salud, como lo son la morfología, fisiología, patokinesis, nutrición, la biomecánica o la ergonomía, por mencionar algunas. A nivel metodológico, el programa se sustentará en las áreas del conocimiento de la evaluación funcional y la programación del ejercicio para el control y consecución de objetivos tanto del usuario como de la empresa misma.

Los anteriores parámetros metodológicos se ejecutarán de manera diferenciada en dependencia de los grupos o individuos que se atiendan por sesión. Para ello ofreceremos dos modalidades de intervención las cuales son:

- Entrenamiento semi-personalizado: Donde un entrenador trabajará con grupos de máximo seis usuarios a la vez.
- Personalizado: Siendo más directo, un entrenador trabajará con un único usuario por sesión.

Se trabaja por medio del ciclismo indoor y el entrenamiento funcional en dependencia de las necesidades y gustos de los usuarios, complementando los programas de intervención con otros medios, métodos y tendencias del ejercicio para lograr variabilidad de las dinámicas y la aproximación del usuario a otros medios que faciliten su adherencia al ejercicio y más importante, a nuestro servicio como empresa.

3- La praxis e innovación en CYCLOFIT

Para esta propuesta empresarial proponemos el uso de rodillos de entrenamiento para la ejecución de las dinámicas del entrenamiento de ciclismo bajo techo como actividad principal y diferenciadora.



El principal beneficio que aporta el uso de rodillos de entrenamiento y ciclo-simuladores es la individualización del medio con el que el usuario va a tener estímulos físicos, ya que para la ejecución de las sesiones el usuario usará su propia bicicleta o una bicicleta que la empresa pueda aportar pero que se ajuste a sus condiciones morfológicas y funcionales. Esta condición de individualización reducirá el riesgo de lesiones por repetición de movimientos inadecuados,

aplicación indebida de cargas (Gomez, Da Silva, Viana, Vaamonde y Alvero, 2008) o accidentes que a las que puedan estar expuestos los usuarios durante la práctica de ejercicio tanto dentro como fuera de nuestro centro de entrenamiento.

La aproximación del usuario al ciclismo con un medio más realista dentro de un ambiente controlado, le permitirá adquirir e interiorizar los conocimientos referentes al correcto funcionamiento de la bicicleta, técnica en ciclismo y mecánica, para evitar problemas en salidas de campo y generar confianza durante las prácticas en exteriores.

Entrenamiento con la propia bicicleta del usuario

La metodología de entrenamiento con rodillos ya sea estáticos, de equilibrio o ciclo simuladores presenta una gran versatilidad, adaptabilidad y bajo consumo de recursos, ya que en estos es posible usar bicicletas de pista, ruta, cuya medida de rueda habitual es 700c y todo terreno en las diferentes y más comunes medidas de rueda que presentan, 26”, 27.5” y 29”, y pueden ser usados por personas que tengan experiencia o desarrollo de las capacidades condicionales y coordinativas básicas y esenciales en el ciclismo, como en aquellas que no tienen experiencia y necesitan un medio facilitador para el aprendizaje, como los rodillos estáticos.

Beneficios

El proceso metodológico que ofrece Cyclofit para satisfacer la clientela se puede resumir de la siguiente manera:

1. Evaluación morfo-funcional inicial.
2. Ajuste mecánico y biomecánico de las bicicletas, acorde a las necesidades de cada uno de los clientes lo cual nos permita una optimización de energía gracias a una correcta postura y disminución de las posibles lesiones gracias a la misma.
3. Aprendizaje del uso CORRECTO de la bicicleta, fundamentado en sesiones de afianzamiento sobre el elemento.
4. Sesiones individuales (personalizadas) o grupales (semi-personalizadas) de entrenamiento en rodillos o del programa de entrenamiento alterno.
5. Sesiones de entrenamiento complementarias, dentro de las cuales se pueden encontrar los espacios para el entrenamiento funcional, el cual nos permitirá utilizar un poco más la condición física adquirida y que pueda ser utilizada en el diario vivir de cada uno de los clientes.
6. Salidas de campo para las diferentes modalidades, en las cuales se busca mejorar la confianza en cada persona, aplicar cada uno de los aspectos técnicos en las sesiones bajo techo y por sobre todo se podrá trabajar en un espacio diferente logrando salir de la monotonía y aumentando la fidelización a los diferentes programas de entrenamiento que tenga cada uno de los clientes.

A nivel organizacional y de servicio, CYCLOFIT le ofrece a sus clientes la experiencia de vivenciar el entrenamiento de ciclismo y funcional en un ambiente seguro, controlado, cuyo

funcionamiento es independiente de las condiciones climatológicas y donde no se demandan grandes cantidades de tiempo para poder obtener resultados y disfrutar del entrenamiento físico.

Esta iniciativa nace de la observación práctica y técnica **por** parte de sus proponentes, de la dinámica y tendencia del uso de la bicicleta en la ciudad de Bogotá, de los errores que se observan a nivel postural, de habilidades coordinativas, de capacidades condicionales y de uso en general de la bicicleta. Este pensamiento crítico Y analítico se ve respaldado por la investigación sobre los datos de uso de la bicicleta en la ciudad, los cuales ya fueron expuestos con anterioridad y las muy recientes campañas y programas de política y salud pública del distrito ESPECIAL DE BOGOTÁ, que aunque aportan al aprendizaje del uso de la bicicleta, tienen enfoques más urbanísticos y logístico que de salud y debido a la magnitud poblacional de Bogotá, que para el año 2018 el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE) cálculo en siete millones ciento ochenta y un mil habitantes, son insuficientes.

3. Logo



4. Eslogan

“Ciclismo hecho a tu medida”

Seleccionamos el color azul claro para transmitir tranquilidad, frescura y un aire de renovación y cambio para los usuarios. El color negro es una selección técnica que representa sencillez y formalidad, siendo las formas en las que abordaremos nuestras metodologías de trabajo.

5. Visión

Para el año 2024, CYCLOFIT se posiciona como empresa líder a nivel distrital de la prestación del servicio de entrenamiento físico, caracterizándose por el desarrollo integral de sus usuarios mediante el uso de tecnologías, metodologías innovadoras y desarrollo de investigación científica.

6. Misión

Ofrecer entrenamiento de alta calidad en el ámbito del ciclismo y el entrenamiento físico para la salud, utilizando las bases científicas y humanistas de nuestra formación académica para satisfacer las necesidades y demandas del medio, de forma cuantificable e innovadora.

7. Fundamentación humanista

Para dar significado y aterrizar la idea de negocio presentada a continuación, será tomada en cuenta la fundamentación humanista instruida por la Universidad Santo Tomás, iniciando por el objetivo de poder comprender la vida humana y su realidad, ya que es precisamente el aporte



que se quiere lograr con la población de Cyclofit, donde el principal interés no es lograr que la idea de negocio sea rentable, sino que a la vez se pueda generar un impacto apropiado y significativo en cada uno de los clientes, permitiéndoles gozar de una vida digna gracias a los diferentes programas de entrenamiento, los cuales están basados en el fortalecimiento como persona y que este pueda ser reflejado en la vida diaria, tanto a nivel físico como emocional.

Al momento de la construcción de la idea de negocio Cyclofit, se tuvo en cuenta que la Universidad Santo Tomás, se inspira en el pensamiento humanista cristiano de Santo Tomás de Aquino, el cual es fundamentado en el diálogo crítico entre razón y fe, que afirma la dignidad de la persona y la necesidad del desarrollo armónico de todas sus potencialidades como uno de sus pilares principales, de este modo, es fundamental para nosotros como futura empresa contribuir con ese desarrollo personal y hacerlo de la manera que es planteada nos permitirá desempeñarlo de una manera más segura y más rigurosa logrando que el objetivo de contribuir a cada persona sea mucho más significativo en su vida diaria.

Una de las principales metas de CycloFit como empresa, es poder llevar el entrenamiento físico de calidad y profesionalizado, a personas que necesitan mejorar su calidad de vida al presentar patologías, lesiones o discapacidades que afectan su desenvolvimiento en tareas diarias, que disminuyen su calidad de vida, no solo por la presencia de una ECNT sino también en la parte emocional al no poder desarrollar ciertas funciones de la mejor manera.

Poder dejar huella en cada una de las personas que sean intervenidas en Cyclofit, ya sea para iniciar o para mejorar su desempeño, generar en las personas el gusto por la realización de diferentes actividades las cuales puedan ayudar a mejorar su rendimiento o simplemente ayudarles a ser mejor personas, producir diferentes pensamientos en la sociedad logrando de esta manera que

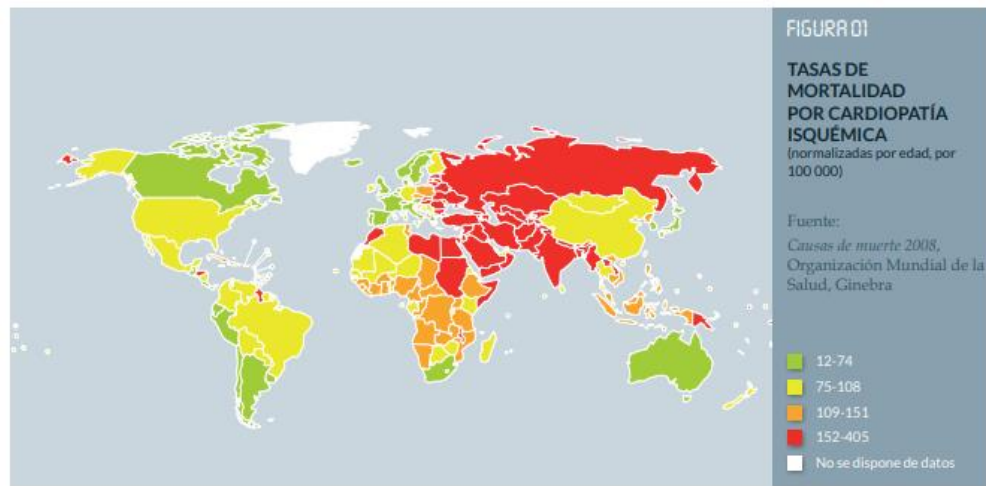
la actividad física sea vista como un medio para mejorar el estado de salud y un medio para producir felicidad en cada una de las personas.

Así mismo, CycloFit busca ser un espacio de relajación, aprovechamiento del tiempo libre, esparcimiento, aprendizaje y confianza donde el usuario vea que el conocimiento teórico y práctico está a su disposición, que tiene acceso a él y que le es útil para su vida cotidiana, enfocados también en promover la formación de seres humanos integrales, con valores y principios, que por medio de la actividad física y el deporte, aporten cambios significativos en una comunidad que se encuentra sumida en la tecnología y que deja de lado aspectos más importantes de la vida como lo es su salud.

MARCO REFERENCIAL

Para entender la problemática que busca abarcar y solucionar el presente proyecto, se deben abordar los problemas de salud pública que se presentan actualmente a nivel mundial y local y son aclarados conceptualmente, por ejemplo, por la OMS en el año 2018, que generalmente se asocian a las enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) y que pueden tener solución desde el campo de acción del profesional de Cultura Física, Deporte y Recreación. Estas enfermedades como la hipertensión, la hipercolesterolemia, las alteraciones en los índices de glucemia y la obesidad (Earle y Baechle, 2008), tienen su origen o se ven retroalimentadas de forma positiva por malos hábitos de vida como sedentarismo, consumo de alcohol o cigarrillo, alteraciones nutricionales, antecedentes familiares o genética.

A nivel global, la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2018) estimó que: “En el año 2016, mil novecientos millones de adultos presentan sobrepeso, de los cuales seiscientos cincuenta millones eran obesos”. Este panorama representa un alto riesgo de mortalidad por enfermedades asociadas a las alteraciones en el sistema cardiovascular en la población mundial.



Una de las problemáticas con mayor incidencia actualmente en la sociedad colombiana es la obesidad. Se estima que uno de cada cuatro adultos en Colombia presenta sobrepeso. Para la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación (FAO), la problemática de la obesidad en Colombia en adultos está asociada al consumo de bebidas gaseosas, comida chatarra y sedentarismo, mientras que en los niños preocupa el sedentarismo y el excesivo uso de aparatos tecnológicos. Dicha condición puede ser desencadenante de otro tipo de enfermedades ECNT como lo son la hipertensión, la diabetes, el cáncer, la baja fertilidad y los problemas de orden articular (Londoño, 2019). La presencia de una o más de estas condiciones afecta negativamente la calidad de vida, funcionalidad y desenvolvimiento en las tareas cotidianas de los individuos que las padecen, disminuyendo así mismo su rendimiento laboral, familiar y personal.



Entendiendo la situación descrita a nivel general anteriormente, este proyecto busca mejorar, por medio de la actividad física, el ejercicio y el deporte, la calidad de vida de las personas, favoreciendo el rendimiento en sus actividades cotidianas, la normalización de sus marcadores morfo-fisiológicos y mejorando su autoestima por medio de la consecución de metas y los beneficios estéticos. Para la consecución de estos objetivos, el proyecto seguirá los lineamientos y parámetros establecidos por la ley tanto para la creación formal de una empresa como para fomentar la práctica de actividad física, ejercicio y deporte.

Esta Empresa proyecto CYCLOFIT, se conformará como una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), creada en la legislación colombiana por la Ley 1258 de 2008, es una sociedad de capitales de naturaleza comercial que puede constituirse mediante contrato o acto unilateral y que consta en documento privado. El documento de constitución será objeto de autenticación de manera previa a la inscripción en el registro mercantil de la Cámara de Comercio, por quienes participen en su suscripción. Dicha autenticación deberá hacerse directamente o a través de apoderado.

Cuando los activos aportados a la sociedad comprendan bienes cuya transferencia requiera escritura pública, la constitución de la sociedad deberá hacerse de igual manera e inscribirse también en los registros correspondientes.

Una vez inscrita en el registro mercantil, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Para efectos tributarios, se rige por las reglas aplicables a las sociedades anónimas.

Ajustando el concepto de este proyecto como una empresa la cual ofrecerá un servicio innovador, trabajaremos amparados en la Ley 1014 del 2006 de fomento de la cultura del

emprendimiento para poder obtener los beneficios que el estado ofrece y aumentar las probabilidades de éxito de la empresa.

Para CYCLOFIT, las definiciones de emprendimiento y emprendedor están establecidas en la ley de fomento de la cultura del emprendimiento (Ley 1014 de 2006). Se define como emprendedor como aquella persona con la capacidad de innovar, generando bienes y servicios de forma efectiva. Para emprendimiento, se define como aquella forma de pensar y actuar centrándose en las oportunidades y los resultados que benefician la empresa, la economía y la sociedad.

Por último, como empresa, CYCLOFIT se ampara en la Ley 181 de 1995 de fomento del deporte, recreación y tiempo libre para ejecutar su praxis profesional.

La importancia de CYCLOFIT se pone en evidencia de acuerdo a la promoción de la actividad física, el ejercicio para la salud y el deporte ya que por medio de dichas prácticas se logra concebir hábitos en la sociedad, los cuales permiten el desarrollo del derecho de todas las personas a ejercitar el libre acceso a una formación física y espiritual adecuadas. Así mismo, la implantación y fomento de la educación física para contribuir a la formación integral de la persona en todas sus edades y facilitarle el cumplimiento eficaz de sus obligaciones como miembro de la sociedad

CAPÍTULO I: SEGMENTOS DE MERCADO

Para la ejecución de este proyecto, estableceremos mercado objetivo, enfocado en la población que, independientemente de su fin, utiliza la bicicleta en su cotidianidad.

Teniendo en cuenta los datos que suministra la Secretaria de Movilidad de Bogotá, donde se hace una aproximación referente a la cantidad de bici usuarios y ciclistas que realizan recorridos

a diario en la ciudad. Utilizaremos la totalidad de recorridos (850.000) como el 100%, nuestro mercado global. Por ubicación geográfica, según los datos, tendríamos la posibilidad de acceso a 92.570 personas, es decir el 10.89% del mercado global. Este 10.89% lo denominaremos como nuestro mercado potencial, es decir personas que pueden llegar a ser usuarios o cumplir con las condiciones para entrar en nuestra segmentación de mercado.

Teniendo en cuenta nuestra capacidad operativa máxima total de 120 personas día y teniendo en cuenta que se debe hacer un ajuste realista del flujo de clientes por hora, determinamos que nuestro mercado objetivo para el primer año de funcionamiento será del 0.07% del mercado potencial de la localidad, una totalidad de 8 usuarios por hora para un estimado de 64 usuarios por día como capacidad operativa.

Referente a los datos característicos de los individuos a abordar, clasificaremos las condiciones que presenten bajo los siguientes parámetros:

- Segmentación geográfica: Ubicado en la ciudad de Bogotá, localidad de Kennedy, barrio Américas Occidental, teniendo accesibilidad por la Av. Boyacá, Av. Las Américas, Av. Cra 86 y la Av. Primera de Mayo. Estas vías presentan, según los datos de la Secretaría Distrital de Movilidad, los mayores flujos de tránsito de ciclistas y bici usuarios.
- Segmentación demográfica:
 - a. Sexo: Hombres y mujeres.
 - b. Edad: Mayores de 18 años donde se clasificarán como: Adultos jóvenes - Adultos - Adultos mayores.



c. Labor: Actividad o actividades que actualmente ejercen, donde se clasificaron como Estudiantes: Técnicos, tecnólogos, universitarios o posgrado- Empleados: Aquellos quienes pertenezcan a una empresa de manera formal. - Independientes: Aquellos que trabajen por labor, obra, prestación de servicios, sean contratistas o dueños de empresa. - Pensionados: Personas cuyo ciclo laboral ha finalizado y devengan una pensión.

d. Clasificación según nivel de actividad física o ejercicio:

- Sedentarios: No realizan ejercicio y sus labores cotidianas no demandan un gasto metabólico significativo.

- Físicamente activos: Hacen algún tipo de ejercicio físico o sus labores cotidianas consisten en actividades vigorosas o intensas. - Deportistas: Ya sea profesionalizado o recreativo, realiza ejercicio físico específico para una modalidad deportiva, por lo que su gasto metabólico es alto.

e. Clasificación según el uso de la bicicleta:

- No usa: No realiza ejercicio físico o la actividad que realiza no está relacionada con el ciclismo.
- Bici usuario: Persona que utiliza la bicicleta como medio de transporte urbano.
- Ciclista: Persona que utiliza la bicicleta como medio de entrenamiento recreativo o deportivo.

f. Condiciones fisiopatológicas: Estado de salud de la persona.

- Aparentemente sano: No presenta enfermedades, lesiones ni condiciones de discapacidad.
- Patológico no medicado: Presenta una o más enfermedades crónicas no transmisibles, pero no consume medicamentos para su control. Tiene aval médico para la práctica de actividad física o ejercicio.

- Patológico medicado: Presenta una o más enfermedades crónicas no transmisibles y consume medicamentos para su control. Tiene aval médico para la práctica de actividad física o ejercicio.

- Traumatológico: Presenta lesiones recientes que necesitan ser rehabilitadas o debe tener precaución con secuelas de lesiones para la práctica de actividad física o ejercicio.

g. Condiciones socioeconómicas: Capacidad adquisitiva de la persona, se caracterizará según la estratificación o ingresos.

- Estrato 3, 4 o 5.

- Ingresos de un salario mínimo mensual legal vigente.

- Ingresos entre uno y dos salarios mínimos mensuales.

- Más de dos salarios mínimos mensuales.

CAPÍTULO II: PROPOSICIONES DE VALOR

CYCLOFIT busca implementar el uso de la bicicleta por medio de una acertada prescripción de cargas, correlacionado con la mejora de las habilidades y capacidades del individuo, con un ítem favorable en el mercado, que hace referencia a la comodidad, ya que por medio de la biomecánica se realiza un ajuste postural en la bicicleta, tratando de abarcar todos los puntos necesarios para la satisfacción de los bici usuarios. se utilizará principalmente la dinámica del ciclismo indoor de resistencia muscular y cardiocirculatoria. Todo lo anterior tiene como objetivo mejorar, por medio de la actividad física, el ejercicio y el deporte, la calidad de vida de las personas, favoreciendo el

rendimiento en sus actividades cotidianas, la normalización de sus marcadores morfo-fisiológicos y mejorando su autoestima por medio de la consecución de metas y los beneficios estéticos.

Clasificar nuestras proposiciones de valor:

Estándares de desempeño profesional 	- Cada una de las personas que esté interviniendo a un cliente estará preparado académicamente para poder realizar las diferentes prescripciones y la división de cada una de las cargas de entrenamiento, por lo que se ofrecerá a los clientes un servicio de alta calidad por un bajo costo. - Para evidenciar el alto desempeño en cada una de sus funciones, cada uno de los preparadores o entrenadores se encontrará en constante evaluación de su saber-saber y saber-hacer, lo que nos permitirá mejorar cada día como empresa en nuestras prácticas, gracias a las retroalimentaciones oportunas de cada uno de nuestros clientes.
Diseño y dirección técnica 	Desde la metodología de los instructores se debe manejar diseños diferentes a los convencionales, además el lugar en donde esté ubicado tiene que tener como objetivo la comodidad de las personas siendo un espacio agradable y confortable para las personas que



	están por realizar las sesiones de entrenamiento. pero no solo se piensa en las personas inscritas al programa, los acompañantes de las personas que están entrenando pueden obtener charlas informativas para motivar a el inicio del proceso.
Marca/status 	Como hace referencia en la visión de CycloFit nos queremos posicionar con un status alto a nivel regional, esto se puede lograr creando una marca en cada uno de los usuarios que podemos llegar a intervenir, por medio de un servicio técnico agradable, novedoso, innovador, excelente con los mejores profesionales en el tema.
Accesibilidad por precios 	individuos con estrato socio económico de 4 a 6, ya que son personas quieren y necesitan proyectar una imagen más estética. dependiendo la intensidad horaria que desee implementar para el entrenamiento mensual, este tendrá variabilidad en los precios, correlacionado con las promociones que se implementaran.



Reducción de riesgo	La presente idea de negocio, como ha sido mencionado anteriormente, busca abordar las diferentes problemáticas de salud pública que se presentan actualmente a nivel mundial y local, que generalmente se asocian a las enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT) y a los diferentes estilos de vida poco saludables, a los cuales se les puede dar solución desde el campo de acción del profesional de Cultura Física, Deporte y Recreación.
Precio 	- El planteamiento de diferentes programas permitirá a los clientes escoger el que más se adapte a sus necesidades y el que más se adapte a su presupuesto podrá escoger programas cortos por poco valor o podrá escoger planes completos por un valor un poco menor que si pagara uno por uno, esto le permitirá al cliente tener un ahorro con respecto a cada uno de los planes en el caso que adquiriera planes por tiempos prolongados.
Servicios personalizados	- La empresa contará con diferentes programas según los gustos de los clientes, pero la mayoría de dichos servicios se realizarán de manera personalizada para poder ofrecer a cada uno de los clientes una atención más minuciosa y detallada, esto permitirá desde un área multidisciplinar no



omitir detalles importantes en cada uno de los contextos a trabajar.

Reducción de costos

- Cada uno de los clientes que tengan en su poder una bicicleta, llegarán en ella al lugar de los entrenamientos, lo que permitirá una reducción en los gastos realizados en transporte.
- Al ser una empresa pensada para las personas con diferente nivel adquisitivo ya que los costos de entrenamiento no serán elevados, lo que le permitirá ahorrar un poco de dinero comparado con las empresas que ofrecen el mismo servicio, pero lo hacen a elevados precios pensados únicamente para deportistas o para aficionados con un alto poder adquisitivo.
- Al estar inscrita la persona en la empresa, no tendrá que realizar mantenimiento a su bicicleta ya que la bicicleta siempre se mantendrá a punto en cada una de las sedes de la compañía, en caso de requerir repuestos para mejorar el rendimiento o el funcionamiento de su bicicleta, saldrán a un



	menor precio que los manejados en las mismas tiendas que todo el mundo conoce y suelen cobrar únicamente por el reconocimiento de dicha tienda.
Novedad	- Una de las novedades principales de nuestros servicios, es que cada uno de los clientes contará con el apoyo de personas capacitadas en cada una de las áreas requeridas, de los cuales se podrá apoyar para solucionar dudas o corregir algún aspecto en específico de su programa. - Las sesiones de entrenamiento serán personalizadas para cada uno de los clientes, logrando que cada programa se adapte tal cual las necesidades y capacidades de cada uno de los clientes, permitiendo un aumento progresivo de los resultados sin disminuir la adherencia de cada uno de los clientes debido a las elevadas cargas. - Los entrenamientos serán personalizados, realizados de la manera más dinámica y variable posible, es decir, la persona no tendrá inconvenientes porque los ejercicios que se están planteando sean demasiado repetitivos. - Cada uno de los entrenadores estará preparado académicamente para poder sustentar cada una de las acciones realizadas desde un fundamento teórico comprobable y no



	desde la parte empírica como se observa en el día a día del ciclismo. - El ciclismo indoor, acompañado de trabajo funcional, permitirá que cada uno de los usuarios pueda utilizar su nueva condición física adquirida en cada una de sus actividades diarias y que lo realice de la manera más apropiada posible, disminuyendo el riesgo de lesión y mejorando su estado de ánimo.
--	---

CAPÍTULO III: CANALES

Canal Directo

Nuestra empresa Cyclofit, busca ser una empresa dedicada en su totalidad al bienestar y beneficio de cada uno de los clientes, por tal razón es muy importante para nosotros como directivos de la empresa conocer de primera mano cada una de las necesidades y las opiniones de cada uno de los participantes, por tal motivo cada uno de los clientes tendrá la posibilidad de dialogar con las personas a cargo de la compañía para manifestar sus sentimientos a lo largo de su proceso de entrenamiento.

Atención por volanteo

Al ser una empresa dedicada para la población, dando como único valor importante a la calidad de vida de las personas se presentarán constantemente volantes informativos en donde las personas podrán conocer pequeños detalles de nuestro trabajo con respecto a las tendencias de



entrenamiento aplicadas, que los inciten a visitar la empresa, conocer su fundamentación, recibir alguna de las clases de cortesía ofrecida a nuevos usuarios y lograr así una reacción positiva por parte de los futuros clientes que nos permita de esta manera hacer que se queden en la compañía y adquieran alguno de los servicios ofrecidos.

Dichos volantes serán presentados en espacios de esparcimiento masivo y ocio de cada uno de los futuros clientes, ya que nos permitirá estar directamente con nuestra población objetivo y será mucho más fácil atraerlos a la empresa si ya tienen el ideal de mejorar su calidad de vida o mejorar su rendimiento físico. Lugares como puntos estratégicos en la ciclovía la cual se desarrolla los días domingos y festivos en las vías principales de la ciudad de Bogotá o en los parques dentro de la ciudad que tienen adaptaciones para el uso de la bicicleta (P. M. Simón Bolívar, Parque Nacional, Bogotá Bike Park, entre otros.)

Canal Digitalizado (Pág. Web, Facebook, Instagram, Whatsapp)

Sumado a esto se presentará la posibilidad de acceder a la plataforma online o a la página de Facebook para conocer más detalles de los que no son mencionados en los volantes y de esta manera obtener una respuesta en el menor tiempo posible y de la mejor calidad sin necesidad de estar presente en la sede de la compañía.

No solo se contará con el uso de la página web, sino que también se contará con el uso de las redes sociales (Facebook, Instagram y WhatsApp) para que las personas puedan recibir información de una manera más oportuna, el uso de de estos medios digitales nos permitirá acceder

a más clientes debido al uso masivo de estos medios, por tal razón, llegarán personas de diferentes sectores a conocer del proyecto debido a la información recibida por estos medios.

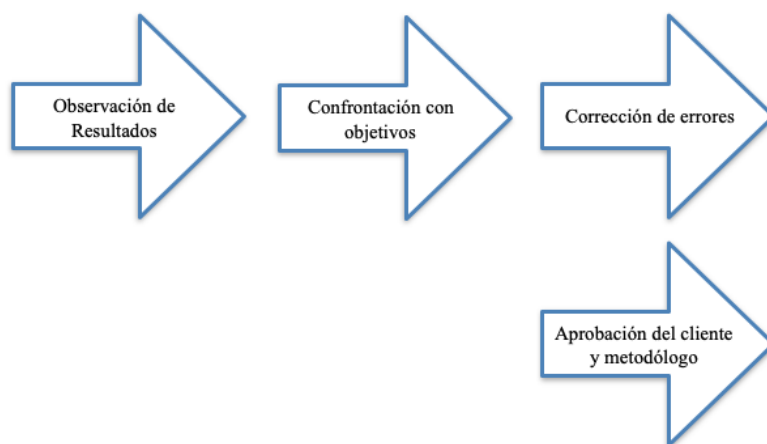
Si bien la persona gusta, podrá acercarse hasta las instalaciones, recibir información directamente de personal capacitado con conocimiento de cada uno de los servicios, que sea capaz de dar respuesta a cualquiera de sus inquietudes y sugerir algún plan que sea de su mayor agrado y que sea el que más le beneficie, y si tiene el tiempo disponible podrá quedarse a observar alguna de las sesiones que estén siendo ejecutadas en ese momento, conocer el trabajo del entrenador que se encuentre dando la sesión y como valor agregado por asistir y estar interesado en la compañía podrá cuadrar su sesión de prueba con el entrenador que desee o si desea tomarla ese mismo día poder hacerlo.

Por otra parte, cada persona ya inscrita tendrá la posibilidad de ingresar con su usuario y contraseña en la plataforma, para así poder realizar un seguimiento a cada uno de sus datos, desde la parte médica (historia clínica) hasta los valores obtenidos en su entrenamiento ya sean los valores iniciales realizados antes de iniciar el programa o los valores actuales en los que se encuentra para así conocer de primera mano el progreso que se ha tenido conforme el desarrollo de cada una de las sesiones.

Retroalimentación del servicio

Mantener estándares de calidad nos permitirá ofrecer un servicio óptimo para cada uno de los clientes, por tal motivo después de la aplicación se llevará a cabo un sistema de retroalimentación, desarrollar este proceso en el momento oportuno nos permitirá conocer de

primera mano los errores y poder realizar correcciones oportunas para ofrecerle siempre lo mejor al cliente, que este proceso culmine en la evaluación del cliente nos permite ofrecerle un programa con el que se sienta más a gusto, realizarlo de esta manera aumentará la adherencia y hará que el cliente continúe por mucho más tiempo.



Este último nos permitirá como directivos de la compañía realizar un control continuo de los avances de cada uno de nuestros clientes y conocer la información verdadera y actualizada de cada uno y así ofrecer un servicio óptimo de postventa para cada uno de ellos, ya que nos permitirá en compañía de los entrenadores realizar los ajustes que se crean necesarios con aprobación previa del cliente, ya que lo que se busca es su bienestar.

Sumado a esto se realizarán evaluaciones constantes para conocer el aumento en la condición física y la mejora en la calidad de vida de cada una de las personas, estos formatos se diligenciarán rigurosamente y basado en datos científicos comparados con los datos obtenidos al inicio del programa para evidenciar cada uno de los avances, esta confrontación rigurosa nos

permitirá analizar en qué punto del entrenamiento debemos mejorar y dar un poco más de importancia según los objetivos de cada uno de nuestros clientes.

Evaluación y Seguimiento

Se realiza constante retroalimentación de la conformidad de cada uno de los clientes con los servicios adquiridos por medio de encuestas de satisfacción las cuales contarán con espacios para la calificación del proceso que está llevando el entrenador y un espacio para recomendaciones que el cliente considere pertinentes, dichos comentarios y evaluaciones serán revisados y evaluadas las posibilidades de cambio en los programas o en los inconvenientes o dificultades que este manifestando el cliente, estas evaluaciones se realizarán mensualmente para disminuir inconformidades del cliente y evitar que se siga presentando el mismo problema en repetidas ocasiones y así poder ofrecer un servicio óptimo y de calidad.

Momentos de Verdad

Por último, cada persona que se sienta a gusto con nuestro desempeño dentro y fuera de las sesiones de entrenamiento, se sentirá seguro y confiado compartiendo la información que está recibiendo en la compañía para así poder ayudar a mejorar la calidad de vida de alguno de sus familiares o conocidos, este voz a voz nos permitirá captar una mayor atención ya que por medio del buen trato, la fundamentación en valores y un cumplimiento de manera ética de cada uno de nuestros deberes podremos llegar a más personas de la ciudad, con el apoyo de nuestros clientes.

Control y Valoración del Ejercicio

Las personas pertenecientes a la compañía tendrán el compromiso de apoyar y controlar la participación de los clientes desde su campo de acción como profesionales, cada una de las funciones principales por parte de cada uno serán entendidas así:

- Entrenador: Cada entrenador deberá tener completo conocimiento de la historia clínica de cada uno de sus clientes, para así ofrecer un servicio acorde a las necesidades de cada uno y más importante conocer el riesgo que pueda tener en la aplicación de algún ejercicio o en la intensidad y volumen en las cargas de entrenamientos. Teniendo en cuenta esto, deberá diseñar la propuesta para entrenamiento de dicho cliente incluyendo las cargas ejecutadas, la intensidad y los ejercicios, estos planes serán revisados por los profesionales en las áreas de la salud para evaluar si dichas cargas son apropiadas para ese paciente y realizar las modificaciones pertinentes a los programas.
- Metodólogo: Será la persona que se encargará de las programaciones generales, cronogramas y coordinar actividades, llevando estricto control sobre el desempeño de los entrenadores y los avances de los clientes.
- Gerente: Será la persona encargada de llevar los datos de orden administrativo y contable de la empresa.

CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

- a. Adquisición de clientes:



El principal objetivo de la empresa en sus inicios radica en la adquisición de nuevos clientes gracias a los diferentes factores diferenciales con respecto a las demás empresas, para esto, se busca utilizar las diferentes estrategias de comunicación mencionadas en el apartado de canales, logrando así, por medio de ideas modernas y diferentes planes asequibles a cada uno de ellos, que sean de interés y a su vez les produzcan la motivación de continuar adquiriendo los servicios constantemente.

b. Fidelización de Clientes:

Buscamos que los clientes se queden en la compañía no sólo porque el servicio que se presenta es diferente o innovador, sino porque se realice un trabajo de calidad que en verdad ayude al cliente a mejorar en cada uno de los aspectos de su vida cotidiana, el interés no por que el cliente compre mes a mes un programa, sino porque su calidad de vida mejore y sea de su agrado, el énfasis de cada uno de los miembros de la compañía por apoyar y aportar algo que sirva en el día a día del cliente hará que él se quiera quedar a recibir ese mismo servicio de calidad por mucho más tiempo.

c. Asistencia Personal:

Cada persona contará con sesiones personalizadas y si lo desea algunas sesiones semi personalizadas, lo que permitirá que el cliente mantenga un contacto frecuente con el entrenador y con las personas que están en constante monitoreo de su progreso, haciendo que el proceso de

retroalimentación sea mucho más oportuno y logrando de esta manera que los objetivos que se tengan fijados en convenio con el cliente se cumplan en el tiempo estimado y se logren de la mejor manera posible.

d. Asistencia Personal con Compromiso:

Cada cliente tendrá completa comunicación con cada una de las áreas multidisciplinarias de la compañía, las cuales a su vez estarán en constante comunicación para favorecer su proceso de entrenamiento, no se tratará únicamente la parte física, sino que se busca evaluar también la parte de salud del cliente tanto física como emocional, esto nos permitirá conocer las vivencias y experiencias de cada cliente dentro de la compañía y mejorar poco a poco cada una las falencias presentadas.

CAPÍTULO V: INGRESOS

Para llevar a cabo la actividad económica de la empresa, determinaremos los ingresos operacionales los cuales están referidos a la actividad principal de prestación del servicio de entrenamiento y que es nuestro objeto social y los no operacionales, los cuales serán servicios o productos complementarios u ocasionales que la empresa ofrecerá para tener ingresos adicionales.

1. Ingresos operacionales:

- a. Venta del servicio de entrenamiento físico en cualquiera de sus modalidades en paquetes de horas.



Para poder estructurar los valores de precios de la empresa, es fundamental determinar el valor básico de la hora de sesión de entrenamiento, el cual corresponde a:

COSTOS FIJOS				
COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS FIJOS PROM.
F1	ARRIENDO	\$2.000.000	1	\$2.000.000
F2	PAGO CREDITO	\$600.000	1	\$600.000
F3	SERVICIOS	\$350.000	1	\$350.000
F4	NOMINA	\$1.233.276	3	\$3.699.828
			TOTAL COSTOS FIJOS	\$6.649.828

Paquete	Valor hora paquete	Valor paquete
Hora basico	\$ 12.000	\$ 12.000
Amateur	\$ 11.000	\$ 88.000
Elite	\$ 10.000	\$ 160.000
Pro	\$ 9.000	\$ 216.000

- Valor de la hora de una única sesión:** \$12.000
- Horas en el paquete Amateur:** Ocho sesiones mensuales, dos semanales.
- Horas en el paquete Elite:** Dieciséis sesiones mensuales, cuatro sesiones semanales.
- Horas en el paquete Pro:** Veinticuatro sesiones mensuales, seis sesiones semanales.

2. Ingresos no operacionales:

Las siguientes actividades están planteadas para reforzar positivamente los ingresos de la empresa, yendo sobre la misma línea de la salud y el ciclismo, pero sin estar incluidas en el valor del paquete mensual de entrenamiento:

- a. Venta del servicio de seguimiento nutricional.
 - b. Venta de alimentos y bebidas.
 - c. Venta del servicio de masaje terapéutico.
 - d. Venta de repuestos y mecánica para bicicletas.
 - e. Venta de ropa e indumentaria para la práctica de ejercicio y deporte.
 - f. Clases grupales en convenio con empresas u organizaciones que no estén directamente afiliadas a nuestra empresa.
 - g. Venta de salidas y organización de eventos en torno a la actividad física, el ejercicio y el deporte.
3. Ventas primer año:

Meta mensual: \$6.894.750 que cubre costos fijos y el retorno de la inversión inicial. Es el valor mínimo, teniendo en cuenta el punto de equilibrio, con el que debe trabajar la empresa para ser sostenible.

PROMEDIO DE INGRESOS MES 1				
COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	Paquete Amateur	\$88.000	18	\$1.584.000
2	Paquete Elite	\$160.000	15	\$2.400.000
3	Paquete Pro	\$216.000	5	\$1.080.000
			TOTAL INGRESOS	\$5.064.000

PROMEDIO DE INGRESOS MES 2				
COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	Paquete Amateur	\$88.000	19	\$1.672.000
2	Paquete Elite	\$160.000	18	\$2.880.000
3	Paquete Pro	\$216.000	10	\$2.160.000
			TOTAL INGRESOS	\$6.712.000



PROMEDIO DE INGRESOS MES 3				
COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	Paquete Amateur	\$88.000	19	\$1.672.000
2	Paquete Elite	\$160.000	18	\$2.880.000
3	Paquete Pro	\$216.000	10	\$2.160.000
			TOTAL INGRESOS	\$6.712.000

PROMEDIO DE INGRESOS MES 4				
COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	Paquete Amateur	\$88.000	21	\$1.848.000
2	Paquete Elite	\$160.000	15	\$2.400.000
3	Paquete Pro	\$216.000	12	\$2.592.000
			TOTAL INGRESOS	\$6.840.000

PROMEDIO DE INGRESOS MES 5				
COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	Paquete Amateur	\$88.000	21	\$1.848.000
2	Paquete Elite	\$160.000	18	\$2.880.000
3	Paquete Pro	\$216.000	10	\$2.160.000
			TOTAL INGRESOS	\$6.888.000

PROMEDIO DE INGRESOS MES 6				
COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	Paquete Amateur	\$88.000	21	\$1.848.000
2	Paquete Elite	\$160.000	18	\$2.880.000
3	Paquete Pro	\$216.000	11	\$2.376.000
			TOTAL INGRESOS	\$7.104.000

PROMEDIO DE INGRESOS MES 7				
COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	Paquete Amateur	\$88.000	22	\$1.936.000
2	Paquete Elite	\$160.000	18	\$2.880.000
3	Paquete Pro	\$216.000	11	\$2.376.000
			TOTAL INGRESOS	\$7.192.000



PROMEDIO DE INGRESOS MES 8				
COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	Paquete Amateur	\$88.000	22	\$1.936.000
2	Paquete Elite	\$160.000	17	\$2.720.000
3	Paquete Pro	\$216.000	12	\$2.592.000
			TOTAL INGRESOS	\$7.248.000

PROMEDIO DE INGRESOS MES 9				
COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	Paquete Amateur	\$88.000	21	\$1.848.000
2	Paquete Elite	\$160.000	19	\$3.040.000
3	Paquete Pro	\$216.000	11	\$2.376.000
			TOTAL INGRESOS	\$7.264.000

PROMEDIO DE INGRESOS MES 10				
COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	Paquete Amateur	\$88.000	24	\$2.112.000
2	Paquete Elite	\$160.000	19	\$3.040.000
3	Paquete Pro	\$216.000	10	\$2.160.000
			TOTAL INGRESOS	\$7.312.000

PROMEDIO DE INGRESOS MES 11				
COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	Paquete Amateur	\$88.000	24	\$2.112.000
2	Paquete Elite	\$160.000	18	\$2.880.000
3	Paquete Pro	\$216.000	11	\$2.376.000
			TOTAL INGRESOS	\$7.368.000

PROMEDIO DE INGRESOS MES 12				
COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	Paquete Amateur	\$88.000	25	\$2.200.000
2	Paquete Elite	\$160.000	19	\$3.040.000
3	Paquete Pro	\$216.000	11	\$2.376.000
			TOTAL INGRESOS	\$7.616.000



PROMEDIO DE INGRESOS ANUALES				
COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	Paquete Amateur	\$88.000	257	\$22.616.000
2	Paquete Elite	\$160.000	212	\$33.920.000
3	Paquete Pro	\$216.000	124	\$26.784.000
			TOTAL INGRESOS	\$83.320.000

CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES

Recursos físicos

Material	Unidades	Costo unidad	Total	Costo hora uso 12 meses (\$)	Costo hora 6 meses (\$)
Computador	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	\$ 600	
Equipo de sonido	1	\$ 800.000	\$ 800.000	\$ 320	
Bascula	1	\$ 250.000	\$ 250.000	\$ 100	
Cinta metrica	2	\$ 7.500	\$ 15.000		\$ 6
Cinta pared	1	\$ 12.000	\$ 12.000		\$ 9
Goniometros	2	\$ 12.000	\$ 24.000	\$ 9	
Rodillos estaticos	4	\$ 130.000	\$ 520.000	\$ 52	
Rodillos equilibrio	4	\$ 130.000	\$ 520.000	\$ 52	
Ciclo simulador	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 480	
Trx	6	\$ 90.000	\$ 540.000		\$ 72
Lazos	10	\$ 5.000	\$ 50.000		\$ 4
Pesas rusas 3k	2	\$ 30.000	\$ 60.000	\$ 12	
Pesas rusas 6k	2	\$ 64.000	\$ 128.000	\$ 25	
Pesas rusas 10k	2	\$ 89.000	\$ 178.000	\$ 35	
Barras rectas	4	\$ 77.500	\$ 310.000	\$ 31	
Discos 5k	2	\$ 102.000	\$ 204.000	\$ 40	
Discos 10k	2	\$ 153.000	\$ 306.000	\$ 61	
Discos 15k	2	\$ 186.000	\$ 372.000	\$ 74	
Discos 20k	2	\$ 258.000	\$ 516.000	\$ 103	
Mancuernas	10	\$ 7.750	\$ 77.500	\$ 3	
Bolsa poder 10k	1	\$ 152.150	\$ 152.150		\$ 121
Bolsa poder 15k	1	\$ 168.300	\$ 168.300		\$ 134
Bolsa poder 20k	1	\$ 203.150	\$ 203.150		\$ 162
Colchonetas	6	\$ 35.000	\$ 210.000		\$ 28
Bozu pequeño	1	\$ 12.700	\$ 12.700		\$ 10
Bozu mediano	1	\$ 39.900	\$ 39.900		\$ 32
Bozu grande	1	\$ 41.900	\$ 41.900		\$ 33
Cajones	4	\$ 70.000	\$ 280.000	\$ 28	
Escaleras coordinacion	4	\$ 25.000	\$ 100.000	\$ 10	
Total			\$ 8.790.600		

Recursos humanos

Entrenador físico:

- Cantidad: 2
- Perfil:
 - Profesional de educación física o cultura física o practicante.
 - Hombre o mujer.
 - Experiencia de 6 meses en entrenamiento físico para la salud.
 - Dominio de grupo.
 - Facilidad de trabajo equipo.
 - Puntual y responsable.
 - Con expectativas de formación académica y crecimiento personal.

Administrador deportivo:

- Cantidad: 1
- Perfil:
 - Profesional en administración deportiva o administración de empresas.
 - Hombre o mujer.
 - Con conocimientos en administración de recursos financieros y humanos.
 - Experiencia de un año.
 - Debe contar con buenas habilidades de comunicación.
 - Puntual y responsable.

Total inversión inicial	\$ 8.815.850
Valor mensual	\$ 244.885

Recursos financieros

Financiamiento del proyecto por medio de un crédito bancario con tasa de interés fija a 60 meses, el cual corresponderá al 100% del valor de inversión, es decir \$20.000.000.

CAPÍTULO VII: ACTIVIDADES CLAVES

Serán tenidas en cuenta dos tipos diferentes de actividades claves, aquellas que no podemos dejar que otros hagan por nosotros y aquellas en las que recibimos ayuda de otras compañías,

Actividades sin Delegar

Dentro de las actividades que no podemos delegar y dan un sustento de calidad, basados en eficiencia y efectividad encontramos:

- Planeación de las sesiones: según las previas prescripciones entregadas por los médicos especializados, estas sesiones son realizadas por una persona perteneciente a la compañía y son contrastadas por todo el personal apto para la ejecución y con conocimiento teórico justificable (academia).
- Ejecución de las sesiones: las cuales son desarrolladas por personal capacitado, con facilidad en la comunicación y buen trato a las personas.
- Atención y trato al usuario: cada cliente puede visualizar lo que le está siendo aplicado por medio de nuestra plataforma, y de esta manera platicar con su entrenador, el metodólogo o algún directivo, acerca de alguna modificación, inquietud o inconveniente. La importancia



y la palabra la tendrá el cliente, siempre y cuando lo que se solicite sea lo más apropiado para mejorar su estado de salud o calidad de vida.

Actividades por Delegar

Para las actividades a delegar, buscamos que las empresas que vayan a realizar cada una de las funciones necesarias para complementar nuestro proyecto sean las más apropiadas y cuenten con los mejores estándares de calidad

Sumado a esto se encontrará el apartado de asociaciones claves en el cual se explicará de manera más detallada el porqué de cada una y que es lo que aporta a la idea de negocio. Se deben escoger muy bien estas asociaciones ya que a pesar de ser por fuera de nuestra compañía y con otra empresa, se está trabajando con nuestros clientes y debemos ofrecer siempre los servicios de la mejor calidad posible y que vayan en la misma línea de nuestra misión corporativa.

CAPÍTULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES

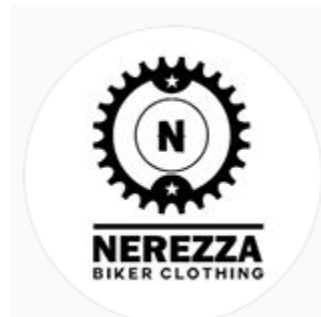
Estas asociaciones claves están fundamentadas por las actividades claves que debemos delegar, es decir, aquellas que son de sustento importante para nuestra compañía y para la puesta en marcha de diversas de nuestras funciones, pero no son realizadas dentro de la compañía sino por un tercero.

Alianza estratégica entre empresas no competidoras

Dentro de este apartado encontramos empresas como el *Centro Médico Deportivo MET*,

quién será el encargado de realizar todas las valoraciones de salud para conocer el estado de cada una de las personas que se inscriban a la compañía y así poder realizar una planeación mucha más personalizada y dedicada según las necesidades de cada uno de los clientes, otro ejemplo de estas alianzas es *Nerezza Biker Clothing*, la cual le permitirá a cada uno de los clientes ejecutar cada una de sus sesiones con mayor comodidad ofreciendo prendas deportivas de alta calidad para cada una de las ejecuciones o ejercicios que tengan que realizar, teniendo en cuenta que hasta si la persona se siente a gusto y cómoda con la ropa que usa al momento de ejecutar los ejercicios nos permite ofrecer un servicio de mayor calidad.

Estas alianzas son importantes para ambas compañías ya que nos permiten tener un mayor flujo de clientes a ambas partes y seguido a esto un aumento de los ingresos que está teniendo cada una.



Alianza estratégica entre competidoras

La compañía busca desarrollar un crecimiento personal, que sea diferencial y propio, siguiendo esta idea, no se busca realizar alianzas o convenios con empresas competidoras puesto que lo que buscamos es ser una empresa diferente centrada en el beneficio del cliente, el cual fue uno de los pilares fundamentales al momento del diseño teórico de la compañía, hacer lo que los

demás no hacen o hacen mal en la praxis.

En caso tal de presentar un gran aforo de clientes se plantea la posibilidad de generar contratos que sean por sesión y que no nos obliguen a permanecer con dicha compañía, ya que uno de los principales inconvenientes son las diferencias con nuestra misión como empresa, pero en caso de ser necesario un poco más de espacio se contratará espacio en el Bodytech ubicado en la Carrera 30 con Av. 1ro de mayo para poder realizar nuestras sesiones únicamente los días que haya una asistencia elevada y el espacio de nuestra sede no sea lo suficiente para permitir una práctica óptima para cada una de las personas

Asociación de empresas para desarrollar nuevos productos

Cyclofit se enfoca en el desarrollo de servicios de alta calidad, innovadores e implementados en el ciclismo de alto nivel competitivo acompañado de las diferentes teorías científicas que apoyan el uso de cada uno de los diferentes métodos de entrenamiento enfocados a la salud. De esta manera se están ofreciendo servicios nuevos que no son aplicados por las demás empresas.

Relaciones de comprador- suplidor para asegurar disponibilidad de material

Para cumplir con las expectativas de cada uno de los clientes y ofrecer un servicio de calidad, los materiales estarán en constante observación, para asegurar que estos se encuentren en óptimas condiciones, en el momento en el que uno de estos materiales se deteriore el suplidor pueda hacer oportunamente la entrega del nuevo material.

No solo revisaremos las condiciones de los materiales, sino que también estaremos en constante revisión de los activos consumibles, buscando tener la cantidad suficiente para suplir las necesidades de los clientes en cada una de las sesiones a realizar.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Costos Fijos Mensuales

COSTOS FIJOS				
COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS FIJOS PROM.
F1	ARRIENDO	\$2.000.000	1	\$2.000.000
F2	PAGO CREDITO	\$600.000	1	\$600.000
F3	SERVICIOS	\$350.000	1	\$350.000
F4	NOMINA	\$1.233.276	3	\$3.699.828
			TOTAL COSTOS FIJOS	\$6.649.828

Proyección anual de costos fijos

	Arriendo	Credito	Servicios	Nomina	
Mes 1	\$ 2.000.000	\$ 600.000	\$ 350.000	\$ 3.699.828	
Mes 2	\$ 2.000.000	\$ 600.000	\$ 350.000	\$ 3.699.828	
Mes 3	\$ 2.000.000	\$ 600.000	\$ 350.000	\$ 3.699.828	
Mes 4	\$ 2.000.000	\$ 600.000	\$ 350.000	\$ 3.699.828	
Mes 5	\$ 2.000.000	\$ 600.000	\$ 350.000	\$ 3.699.828	
Mes 6	\$ 2.000.000	\$ 600.000	\$ 350.000	\$ 3.699.828	
Mes 7	\$ 2.000.000	\$ 600.000	\$ 350.000	\$ 3.699.828	
Mes 8	\$ 2.000.000	\$ 600.000	\$ 350.000	\$ 3.699.828	
Mes 9	\$ 2.000.000	\$ 600.000	\$ 350.000	\$ 3.699.828	
Mes 10	\$ 2.000.000	\$ 600.000	\$ 350.000	\$ 3.699.828	
Mes 11	\$ 2.000.000	\$ 600.000	\$ 350.000	\$ 3.699.828	
Mes 12	\$ 2.000.000	\$ 600.000	\$ 350.000	\$ 3.699.828	
Total	\$ 24.000.000	\$ 7.200.000	\$ 4.200.000	\$ 44.397.936	\$ 79.797.936



Costos Variables Mensuales

COSTOS VARIABLES				
COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS VARIABLES PROM.
V1	SAYCO Y ACINPRO	\$ 208.800	1	208800
V2	PUBLICIDAD	\$250.000	1	\$250.000
V3	MANTENIMIENTO	\$100.000	1	\$100.000
V4	COMPUTADOR	\$1.500.000	1	\$1.500.000
V5	EQUIPO DE SONIDO	\$800.000	1	\$800.000
V6	BASCUA DE IMPEDANCIA	\$250.000	1	\$250.000
V7	CINTA METRICA	\$6.000	2	\$12.000
V8	GONIOMETRO	\$12.000	2	\$24.000
V9	RODILLOS ESTATICOS	\$135.000	4	\$540.000
V10	RODILLOS ESTATICOS	\$135.000	4	\$540.000
V11	CICLO SIMULADOR	\$1.200.000	1	\$1.200.000
V12	TRX	\$90.000	6	\$540.000
V13	LAZOS	\$5.000	10	\$50.000
V14	PESAS RUSAS 3K	\$30.000	2	\$60.000
V15	PESAS RUSAS 6K	\$64.000	2	\$128.000
V16	PESAS RUSAS 10K	\$89.000	2	\$178.000
V17	BARRAS RECTAS	\$77.500	4	\$310.000
V18	DISCOS 5K	\$102.000	2	\$204.000
V19	DISCOS 10K	\$153.000	2	\$306.000
V20	DISCOS 15K	\$186.000	2	\$372.000
V21	DISCOS 20K	\$258.000	2	\$516.000
V22	MANCUERNAS	\$7.775	10	\$77.750
V23	BOLSA DE PODER 10K	\$152.150	1	\$152.150
V24	BOLSA DE PODER 15K	\$168.300	1	\$168.300
V25	BOLSA DE PODER 20K	\$203.150	1	\$203.150
V26	COLCHONETAS	\$35.000	6	\$210.000
V27	BOZU PEQUEÑO	\$12.700	1	\$12.700
V28	BOZU MEDIANO	\$39.900	1	\$39.900
V29	BOZU GRANDE	\$41.900	1	\$41.900
V30	CAJONES MADERA	\$70.000	4	\$280.000
V31	ESCALERAS COORDINACION	\$25.000	4	\$100.000
			TOTAL COSTOS VARIABLES	\$9.165.850

TOTAL DE COSTOS

\$15.815.678,00

Al ser un modelo de negocio cuya inversión más importante y de mayor cantidad se encuentra en el primer mes, se dividirá el valor de la inversión inicial en 36 meses para su recuperación.

Total inversión inicial	\$ 8.815.850
Valor mensual	\$ 244.885

Para el cálculo de la depreciación de activos tangibles utilizaremos el método de depreciación lineal estipulado en muebles y enseres (10% con vida útil de 10 años), equipos de cómputo y comunicación (20% con vida útil de 5 años), equipos y maquinaria (10% con vida útil de 10 años), abarcando así todos los activos de la empresa.



Activo	Precio	% depreciación	Valor anual	Valor mensual
Computador	\$ 1.500.000	20%	\$ 300.000	\$ 25.000
Equipo de sonido	\$ 800.000	20%	\$ 160.000	\$ 13.333
Bascula de impedancia	\$ 250.000	10%	\$ 25.000	\$ 2.083
Cinta metrica	\$ 12.000	10%	\$ 1.200	\$ 100
Goniometros	\$ 24.000	10%	\$ 2.400	\$ 200
Rodillos estaticos	\$ 540.000	10%	\$ 54.000	\$ 4.500
Rodillos equilibrio	\$ 540.000	10%	\$ 54.000	\$ 4.500
Ciclosimulador	\$ 1.200.000	10%	\$ 120.000	\$ 10.000
Trx	\$ 540.000	10%	\$ 54.000	\$ 4.500
Lazos	\$ 50.000	10%	\$ 5.000	\$ 417
Pesas rusas 3k	\$ 60.000	10%	\$ 6.000	\$ 500
Pesas rusas 6k	\$ 128.000	10%	\$ 12.800	\$ 1.067
Pesas rusas 10k	\$ 178.000	10%	\$ 17.800	\$ 1.483
Barras rectas	\$ 310.000	10%	\$ 31.000	\$ 2.583
Discos 5k	\$ 204.000	10%	\$ 20.400	\$ 1.700
Discos 10k	\$ 306.000	10%	\$ 30.600	\$ 2.550
Discos 15k	\$ 372.000	10%	\$ 37.200	\$ 3.100
Discos 20k	\$ 516.000	10%	\$ 51.600	\$ 4.300
Mancuernas	\$ 77.750	10%	\$ 7.775	\$ 648
Bolsa de poder 10k	\$ 152.150	10%	\$ 15.215	\$ 1.268
Bolsa de poder 15k	\$ 168.300	10%	\$ 16.830	\$ 1.403
Bolsa de poder 20k	\$ 203.150	10%	\$ 20.315	\$ 1.693
Colchonetas	\$ 210.000	10%	\$ 21.000	\$ 1.750
Bozu pequeño	\$ 12.700	10%	\$ 1.270	\$ 106
Bozu mediano	\$ 39.900	10%	\$ 3.990	\$ 333
Bozu grande	\$ 41.900	10%	\$ 4.190	\$ 349
Cajones de madera	\$ 280.000	10%	\$ 28.000	\$ 2.333
Escaleras	\$ 100.000	10%	\$ 10.000	\$ 833
TOTAL	\$ 8.815.850		\$ 1.111.585	\$ 92.632

CAPÍTULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

1. Punto de equilibrio por cantidad de paquetes vendidos:



- Paquete Amateur:

PE=	\$6.649.828	
	\$88.000	\$51
PE=	75,61004662	Paquetes amateur

Para este paquete de horas se requiere una venta mensual de 75.6 unidades.

- Paquete Élite:

PE=	\$6.649.828	
	\$160.000	\$160
PE=	41,60302844	Paquetes Elite

Para este paquete de horas se requiere una venta mensual de 41.6 unidades.

- Paquete Pro:

PE=	\$6.649.828	
	\$216.000	\$216
PE=	30,81705816	Paquetes Pro

Para este paquete de horas se requiere una venta mensual de 30.8 unidades.

2. Determinación de la ganancia:

Este valor se establece como el ideal y el objetivo de la totalidad del servicio.

Costos fijos	Costos variables	Total	30%
\$ 6.649.828	\$ 9.165.850	\$ 15.815.678	\$ 4.744.703

3. Flujo de caja anual: Se presenta un flujo de caja positivo, con un crecimiento del 7% en promedio.



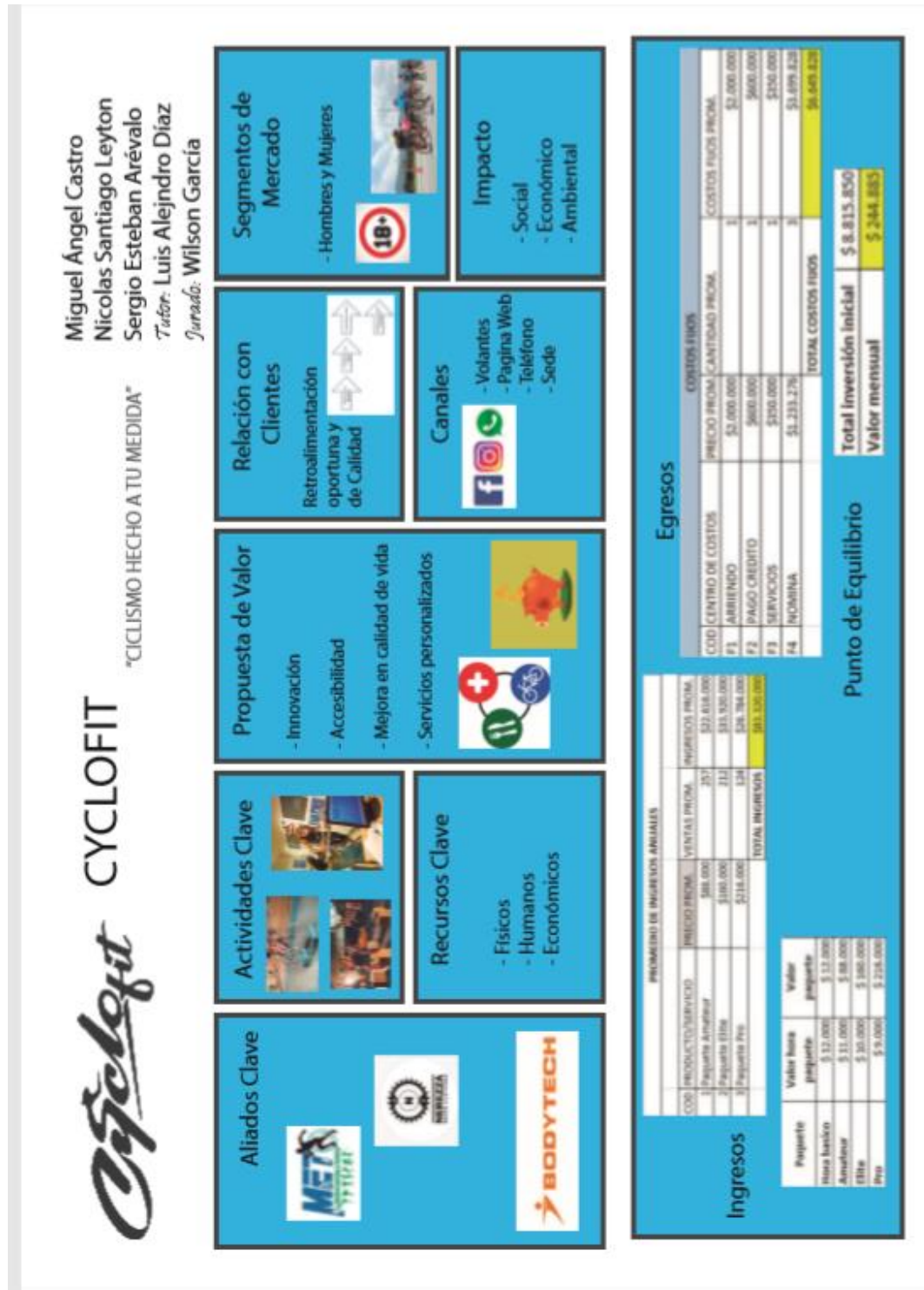
Ingresos		Egresos	
Ventas	\$ 83.320.000	Costos fijos	\$ 79.797.936
		Retorno inversión	\$ 2.938.620
Total	\$ 83.320.000	Total	\$ 82.736.556
BALANCE			
\$ 583.444			

CAPÍTULO XI: EVALUACIÓN DEL IMPACTO

CycloFit debe ser una empresa de gran impacto para la sociedad, ya que, pretende mejorar problemas como lo es la poca adherencia que se tiene al deporte, esto ayuda a las personas por medio de la buena capacitación para el buen uso de la bicicleta por medio de la movilización dentro de la ciudad evitando menos trancones y mayor demanda de bici usuarios, siendo así se podría ver reflejado esto en un ambiente social, por otro lado se tiene un impacto ambiental, este va de la mano con el impacto social, por qué, lo que se busca es conservar y mejorar la calidad de vida del ser humano, esto se lo logra por medio de una buena práctica de la bicicleta, dando una mano al medio ambiente, pero lo que más sobresale en CycloFit referente a este impacto, es que como empresa se prohibirá el uso de botellas de plástico como lo son de Gatorade, suntea, etc. esto para concientizar a las personas que se debe cuidar y conservar el mismo bidón para cargar agua por lo menos 6 meses, y si es posible, dar conocimiento sobre los procesos de reciclaje siendo una empresa comprometido con la causa ambiental. CycloFit no deja a un lado el uso de la tecnología, debido a que con la ayuda de esta se puede lograr un mejor trabajo individualizado enfocado en las necesidades de la persona logrando prestar y ofrecer un servicio llamativo y correcto.



LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO





REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Bompa, T. (2008) *Periodización del entrenamiento deportivo (programas para obtener el máximo rendimiento en 35 deportes)*. Nueva York, Estados Unidos: Paidotribo.

Earle, W y Baechle, T. (2008) *Manual NSCA - Fundamentos del entrenamiento personal*. Badalona, España: Paidotribo.

Gómez, J., Da Silva, E., Vianna, H., Vaamonde, D y Alvero J. (2008). La importancia de los ajustes de la bicicleta en la prevención de las lesiones en el ciclismo: Aplicaciones prácticas. *Revista Andaluza de Medicina del Deporte*. 1(2), 73-81.

Organización Mundial de la Salud (2013). *Informe General Sobre La Hipertensión En El Mundo*. (2). Recuperado de https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/87679/WHO_DCO_WHD_2013.2_spa.pdf;jsessionid=B44E24A8580CF96784AEEBB270A96E80?sequence=1

Secretaría Distrital de Movilidad (2019). *Bogotá capital mundial de la bici es la meta que nos trazamos y no vamos a dejar de trabajar cada día para hacerla realidad*. (205). Recuperado de https://www.movilidadbogota.gov.co/web/Noticia/bogot%C3%A1_capital_mundial_de_la_bici_es_la_meta_que_nos_trazamos_y_no_vamos_a_dejar_de_trabajar

Universidad de Manizales (2019) *Uno de cada cuatro adultos sufre de obesidad en Colombia.*

(2657). Recuperado de <http://umcentral.umanizales.edu.co/index.php/2019/03/13/uno-de-cada-cuatro-adultos-sufre-de-obesidad-en-colombia/>

Universidad Libre (S.F.). *Radiografía del uso de la bicicleta.* Recuperado de

<http://www.unilibre.edu.co/bogota/ul/noticias/noticias-universitarias/3651-estudio-de-la-universidad-libre-revela-completa-radiografia-del-uso-de-la-bicicleta-en-bogota>