



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESA

“LA MANADA”

LUISA FERNANDA AGUIRRE HERNANDEZ

CAMILO ESTEBAN PALMA VEGA

SEBASTIAN ALEJANDRO GONZALEZ CHAVES

DIRECTOR:

WILSON FERNANDO GARCÍA CASTELLANOS

APROBADO POR:

JUAN CARLOS CORREDOR HERNÁNDEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

FACULTAD DE CULTURA FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN

BOGOTÁ D.C.

2018

Introducción

Evidenciando la situación por la cual están pasando los bogotanos donde el estrés laboral y los malos hábitos de vida, los han llevado a aumentar la probabilidad de adquirir cierto tipo de patologías que disminuyen su calidad de vida como la obesidad, diabetes tipo II, dislipidemia, EPOC, enfermedades cardiovasculares y respiratorias. Esta situación se ha prestado para que las industrias del cuidado del cuerpo como gimnasios, centros de acondicionamiento, box y entrenadores personales hayan cogido gran fuerza, abriendo más de 500 gimnasios de todo tipo en los últimos 5 años, sumándole el auge del CrossFit y del estereotipo Fit a nivel mundial, vendiendo la imagen de chicos y chicas fuertes con músculos bien definidos que demuestran gran preocupación por el cuidado de su cuerpo. Por esta razón se puede encontrar gimnasios para todo tipo de personas y de estratos, con mensualidades desde 50 mil pesos hasta un millón de pesos, sin tener en cuenta los costos de desplazamiento (bus, parqueadero) y de tiempo que se pierde en los trayectos del gimnasio a la casa y de la casa al gimnasio, aumentando el costo por el tiempo que se es improductivo.

Por esto la MANADA Fit pensó en la oportunidad de ofrecer un servicio de buena calidad, responsable, con los mejores profesionales a un buen precio y a la vuelta de la casa, aprovechando los espacios públicos, disminuyendo el tiempo y el dinero perdido, implementando metodologías vanguardistas que permiten la consecución de objetivos individuales y grupales y la experiencia de diferentes alternativas de movimiento. Convirtiéndose en una empresa revolucionaria del entrenamiento callejero.

Clasificar nicho segmento de mercado

- El segmento de mercado de nuestra empresa se clasifica en **mercado masivo**, ya que el auge del Fitness ha atraído a miles de personas a unirse a la práctica de este, esto conlleva a que el mercado de los gimnasios crezca cada vez más y se creen más espacios para suplir las necesidades de los consumidores

Caracterizar el cliente objetivo de acuerdo a la segmentación.

- Geográfica: Esta empresa pretende funcionar en la ciudad de Bogotá

- Demográfica: Las variables a tener en cuenta para segmentar a nuestros clientes son:
 → edad entre los 20 y los 40
 → estrato socioeconómico 4, 5 y 6.
 → Genero: mixto
- Psicográfica: También, es necesario agrupar los clientes por personalidades, en este caso las variables a analizar serán: Las personas que llevan un estilo de vida saludable por medio de la actividad física y el interés de las personas por verse físicamente estéticos gracias a la actividad física.
- conductual: el tipo de cliente a ofrecerle el servicio será al **ocasional**, aprovechando la preocupación por el cuidado del cuerpo que sea generado en la actualidad, llevando a miles de personas a buscar alternativas que ayuden a la consecución de sus objetivos personales en el mejoramiento de la apariencia física o del estado físico como gimnasio convencionales, entrenadores personales, gimnasios alternativos, clases musicalidad etc. Generando un cliente potencial que encontrará en un mismo lugar y a la vuelta de la casa las diferentes alternativas de movimiento con personal profesional y con sus respectivas herramientas.

Diversificado: concéntrica se busca generar un método de acondicionamiento y potencialización del rendimiento enfocado a deportes específicos como el fútbol, ofreciendo el acompañamiento y utilización de las herramientas para la consecución de los objetivos planteados por el equipo.

Segmentado:

PROPOSICIONES DE VALOR

- Novedad: El servicio que se pretende brindar es llevar el gimnasio a las calles ofreciendo un plus a las personas, buscando que no tengan que desplazarse distancias largas, sino que tengan la facilidad de acceder a uno a pocos metros de su vivienda a un servicio de gran profesionalismo y comodidad con todas las herramientas deportivas necesarias. Por otro lado, la metodología a implementar les permitirá crear grupos de entrenamiento con los cuales puedan empezar a generar lazos de amistad y compromiso con ellos mismos y el grupo. De esta manera poder iniciar el proceso de entrenamiento con objetivos claros, tanto individuales como grupales y de esta manera poder cumplirlos en fechas determinadas.
- Desempeño: Utilizar elementos funcionales como mancuernas, pesas rusas, bandas, balones medicinales, cajones de salto, TRX, barras y discos, los

cuales permitan el fácil transporte de ellos y a la vez permitan un trabajo completo en el entrenamiento. Programación y seguimiento del proceso de entrenamiento en la consecución de objetivos tanto individuales como grupales a corto, mediano y largo plazo.

- Personalización: La idea de la personalización es llevar las diferentes tendencias del fitness a la calle teniendo un espacio al aire libre donde las personas pueden ir a disfrutar de las diferentes clases según los gustos específico del grupo sin dejar a un lado el profesionalismo y la comodidad de las prácticas. Se llevara un registro individual y grupal mediante una aplicación, donde le permitirá al usuario encontrar los lugares, las horas de las clases, videos y avances en su proceso de entrenamiento y de los profesionales disponibles por sesión
- Facilitar el trabajo: los profesores en sus diferentes especializaciones van a tener que dirigirse a las personas identificando las diferentes alternativas de movimiento que permitan al usuario adherirse al proceso de entrenamiento. registro, control y avances en el proceso del entrenamiento mediante una aplicación de celular.
- Diseño: la idea es llevar la percepción de la calle a otro nivel, permitiéndole al usuario entender el espacio público como una alternativa de escenario para la realización de actividad física, logrando acondicionar el espacio con todas las herramientas necesarias para mantener la comodidad y el profesionalismo del proceso de entrenamiento. Se utilizara un método de entrenamiento que le permita al usuario trabajar en equipo y de esta manera conseguir objetivos individuales como grupales
- Marca/status: Under Armour sería una marca representativa ya que presenta artículos tanto para hombres como para mujeres, además de esto, los materiales que está hecha la indumentaria permite una cómoda práctica física al aire libre. Cabe resaltar que esta marca deportiva ha cogido fuerza en los últimos años y es usada por muchos deportistas de alto rendimiento.
- Precio: teniendo en cuenta el precio de la mensualidad de diferentes espacios donde se promueve la práctica de actividades que conlleven al mejoramiento de las capacidades física y la apariencia física que se asemejan a la idea de negocio acá planteada ronda entre los 250.000 (la cima crossfit) 299.000 Bogotá crossfit. Virreycorssfit 300.000 Reebok crossfit 390.000 ilimitada. Teniendo en cuenta que los valores mencionados anteriormente, Gran parte de su porcentaje se va para el pago del espacio donde se está entrenando y de los costos fijos que este solicita para su funcionamiento. La manada por no tener entre sus costos fijos el arriendo de un espacio, servicio públicos, ni los diferentes cobros generados a un establecimiento de este tipo, podrá bajar los precios hasta en un 50 % de lo cobrado comúnmente hasta manejar un promedio de \$150.000 por 12 clases
- Reducción de costo: Una manera de reducir costos es que el cliente no tiene que pagar transporte para desplazarse a un gimnasio o tampoco tendrá que

pagar un parqueadero para guardar su carro, moto o bicicleta. Tampoco tendrá que pagar membresía al ingresar al programa.

- Reducción de riesgo: Se les pide a los clientes un certificado de salud de la EPS. Se pretende hacer una evaluación al iniciar el programa para verificar su estado de salud y cada tres meses se realiza una evaluación para tener control de su salud y de sus avances.
- Accesibilidad: Los clientes tendrán la oportunidad de tener un gimnasio al aire libre cerca a su vivienda, lo que les permite entrenar en horas de las que haya salido de sus responsabilidades y a un bajo costo. Se les habilitará el uso de la aplicación para mantenerse más informado.
- Conveniencia/ usabilidad: las personas encontrarán la facilidad de encontrar el punto más cercano para poder desarrollar su actividad ellos podrán pagar por el servicio prestado en ese momento no tendrán un gasto en sus cuentas mensuales.

Canales

Apoyándose en las redes sociales para masificar el producto aperturando una página de internet, una fan page en facebook, instagram y haciendo uso de la aplicación para controlar los procesos de entrenamiento (horario, lugar, entrenador y avances)