

QUAFIT

por JUAN CARLOS CORREDOR HERNANDEZ

Fecha de entrega: 26-nov-2019 06:55p.m. (UTC-0500)

Identificador de la entrega: 1222470654

Nombre del archivo: 9573_JUAN__CARLOS_CORREDOR_HERNANDEZ_QUAFIT_151304_1703195754.docx
(2.63M)

Total de palabras: 11059

Total de caracteres: 60462



QUAFIT

¹

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

José David Corredor Díaz

Asesor:

Gonzalo Florián

¹

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Mayo 2018

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

3

LOGO

SLOGAN

MISIÓN

VISIÓN

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

MARCO REFERENCIAL

INVESTIGACIÓN

CAPITULO I: SEGMENTOS DE MERCADO

CAPITULO II: PROPOSICIONES DE VALOR

CAPITULO III: CANALES

CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

CAPITULO V: INGRESOS

CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES

CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES

CAPITULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

INTRODUCCIÓN

22

La calidad de vida, el estado de salud y el bienestar de las personas depende de muchos factores; algunos pueden ser controlados por los mismos sujetos, sin embargo otros no tienen la facilidad de ser manipulados. Algunos de los factores manipulables, que tienen una gran importancia en la armonía de estos tres importantes ámbitos de vida y que intervienen de manera directa son los hábitos y las creencias que se tienen sobre estos conceptos.

Es decir, que si los hábitos y creencias de las personas van encaminados hacia una armonía saludable de estos tres aspectos, la persona gozará de una relativa plenitud, por el contrario si la persona encamina hábitos y creencias de manera que exista un descuido o desconocimiento de buenos hábitos y creencias; ⁴³ la calidad de vida, el estado de salud y de bienestar serán deteriorados, esto causará afectaciones desfavorables que conlleven a una decadencia.

Si se observa el contexto Colombiano se encontrarán con múltiples hábitos y creencias que normalmente para las personas no los llevan a gozar de una armonía entre las tres esferas que llevan a la relativa plenitud; dada esta situación el (consolidado estadístico de accidentes y enfermedades laborales, 2018) realizado por el fondo de riesgos laborales en Colombia, arroja datos que muestran 645.135 accidentes laborales, 10.437 enfermedades laborales, 563 muertes por accidentes laborales y 6 muertes por enfermedad laboral a lo largo de todo el año, así mismo el ⁵ (Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia, 2017) mencionó en su ³⁰ Encuesta Nacional de Situación Nutricional de Colombia (ENSIN) 2015 que dentro de los jóvenes y adultos de 18 a ²¹ 64 años uno de cada tres tiene sobrepeso es decir el (37,7%) de la población, mientras que uno de cada cinco es obeso (18,7%). Con lo cual, el 56,4% de la población presenta un exceso de peso.

Estos datos son una muestra del registro de personas que pueden estar teniendo hábitos y creencias que no benefician su ²² calidad de vida, estado de salud y bienestar dentro del contexto al cual estamos inmersos.

Por esta razón surgió el proyecto de empresa Quafit que ⁵⁶ brinda soluciones a las necesidades de las personas con lesiones osteomusculares y enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT), personas con deseos de tener una mejor calidad de vida, salud y bienestar por medio de una transformación de hábitos y creencias que les permitirán gozar de una condición física más saludable, consciente, funcional y estética para su vida disminuyendo así el riesgo de apropiar factores que llevan a la decadencia, para esta finalidad Quafit brinda actividades caracterizadas por el movimiento y la experiencia vivencial en medios acuáticos. La transformación y consolidación de hábitos y creencias hacia una mejor calidad de vida, de salud y de bienestar, se facilita mediante las adquisición de estas mismas dentro de un medio acuático ya que este medio brinda diversos beneficios para las personas con lesiones osteomusculares y ECNT; múltiples estudios mencionan que la actividad física en ambientes acuáticos, bien sea orientados como programas de acondicionamiento físico, terapias físicas o actividades recreativas, tienen beneficios ³⁴ hacia la salud y la calidad de vida de las personas, como lo demuestra un estudio de (Hinman, Heywood& Day, 2007) en donde se evidenció que al realizar terapia acuática en adultos mayores con osteoartritis en cadera y rodilla hubo ³⁹ una disminución significativa en el dolor, mejora en la función física, una mejora en la fortaleza muscular y en la calidad de vida según las evaluaciones hechas al final de la terapia. O como lo dicen (Kim, Kim, Park, Lim& Kim, 2015) los acu aeróbicos en una población de adulto mayor mejoran significativamente la función física y la salud mental,

en valores como la resistencia cardiorrespiratoria, flexibilidad, equilibrio, la resistencia muscular, agilidad y a nivel psicológico los niveles de tensión, depresión, furia y fatiga fueron menores.

Las actividades motrices en agua no solo se enfocan en el entrenamiento de la condición física y recuperación de lesiones, también son utilizadas para la recreación, de manera que la adquisición de hábitos y creencias se realice con mayor disfrute y facilidad, es así que (Broach, E., 2012) menciona que existen varias técnicas de terapia acuática encausadas a la recreación como lo son nadar, el método Halliwick, el método Dolan, la técnica BadRagaz, el Wastu y el Aichi y así mismo la autora menciona que la realización de la terapia o de las técnicas debe incluir componentes como el disfrute, la satisfacción, la motivación y la autodeterminación.

LOGO

Un logo o logotipo ²³ es un símbolo gráfico que identifica a una empresa, organización, producto, proyecto, o en general, a cualquier entidad pública o privada; este símbolo tiene que representar una relación estrecha con el propósito y los objetivos que se fijan al producto o entidad, de esa manera el logo permite transmitir lo que el producto o empresa es.

El logo de QUAFIT es una gota que simboliza la unidad básica ⁴⁸ del agua y representa que el agua es unidad funcional para la vida, dentro de la gota está una persona lo que quiere decir que es una persona inmersa dentro de una fuente de vida, debajo aparece la frase, calidad de vida que hace

alusión al propósito de la empresa que es brindar servicios que proporcionen una buena calidad de vida.

Ilustración 1. Logo Quafit con Fondo de Agua. *Ilustración 2.* Logo Quafit con Fondo Blanco.



Ilustración 3. Logo Quafit con Fondo Negro



SLOGAN

El eslogan es una frase que identifica una idea, por lo general se busca que esta frase sea fácil de recordar y tenga relación con el logotipo de la empresa, el eslogan le da fuerza a la imagen ya que el este induce a la persona que lee la frase y observa la imagen a generarle una apropiación del mensaje.

“DISFRUTA TU CALIDAD DE VIDA”

Con el eslogan de QUAFIT lo que queremos lograr es que la persona que lee la frase se empodere de que, es su decisión vivir con una buena calidad de vida, que reconozca que para vivir con calidad, solo hay que aprender a disfrutar de la vida de una manera consciente, coherente y sana.

MISIÓN

La misión se traduce como el propósito que quiere tener una organización y este debe ser correspondido con acciones y metas que sean coherentes hacia este.

Quafit es una empresa que brinda experiencias de actividad física en medios acuáticos que propenden hacia la transformación de hábitos y creencias que impacten benéficamente en la calidad de vida, salud y bienestar de las personas.

55

VISIÓN

La visión es una proyección del propósito de la empresa u organización, es decir que se fija una meta a cumplir, que respete el propósito y que de acuerdo a una serie de acciones en un tiempo determinado la empresa debe cumplir.

47

Quafit En el 2020 llegará a ser una empresa referente en la salud, calidad de vida y hábitos saludables de los habitantes de Bogotá por medio de la actividad física en ambientes acuáticos.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

La fundamentación humanista radica en los valores y principios que seguirá la empresa con el fin de ir en concordancia a la filosofía humanista y que la organización pone al servicio de la sociedad para que responda adecuadamente a la necesidad social identificada. Quafit se fundamenta en brindar soluciones creativas frente a los problemas del sedentarismo, las lesiones osteomusculares y las enfermedades crónicas no transmisibles (ECNT), partiendo desde una actitud crítica para la solución de estos problemas en donde se entiende que el factor común de estos, son los malos hábitos de vida que se adquirieron, la innovación se refleja en la reeducación de los hábitos saludables mediante la experiencia en un medio acuático ya que brinda a las personas vivencias poco comunes y con múltiples beneficios en la salud; la integralidad del proyecto radica en que aborda las soluciones de los problemas como un proceso constructivo y consciente desde la personalidad para la adquisición de hábitos; la organización pretende tener un impacto social importante llegando a tener alianzas estratégicas con otras organizaciones que busquen el beneficio de comunidades que tengan la necesidad imperante de mejorar la calidad de vida a través de las actividades físicas en medio acuático, Quafit será líder en la implementación de la actividad física acuática en beneficio de la salud integral.

MARCO REFERENCIAL

Marco Conceptual

La actividad física es todo movimiento físico que involucra un gasto o consumo energético mayor a las necesidades fisiológicas basales, esto quiere decir que el hombre está adaptado para el movimiento y es una necesidad básica el poder realizar movimientos de locomoción para vivir.

La recreación siendo un concepto amplio que abarca otros aspectos puede definirse como una actitud individual que busca el equilibrio entre las actividades sociales y las actividades que satisfacen las necesidades de esparcimiento personal y liberación autónoma.

⁵⁷ Calidad de vida es un concepto multidimensional que (Palomba, 2002) menciona como la ²⁶ conjunción o la relación de las condiciones de vida que son objetivas y un alto grado de bienestar que es más subjetivo, esto acompañado de la satisfacción de necesidades individuales y colectivas respaldadas por políticas sociales.

Entrenamiento físico para, (Vinuesa Lope & Vinuesa Jiménez, 2016) es una ¹⁵ “actividad sistemática que permite y propicia, como consecuencia, alcanzar mejores coeficientes de realización en todos o en algunos de los factores que intervienen en una determinada tarea” por lo cual también se podría simplificar como un proceso sistemático que lleva el rendimiento físico a unas manifestaciones óptimas.

Las lesiones deportivas según el ⁹ (Instituto Nacional de Artritis y ⁸ Enfermedades Musculoesqueléticas y de la Piel Institutos Nacionales de la Salud, 2014) mencionan que son lesiones que se generan durante la práctica de un deporte o durante el ejercicio físico. Algunas ocurren accidentalmente y otras pueden ser el resultado de malas prácticas de entrenamiento o del uso inadecuado del equipo de entrenamiento.

La piscina para viene del latín y hace referencia a, (J González Muralles, 2012, p. 18) ²⁹ “Estanque destinado al baño, a la natación o a otros ejercicios y deportes acuáticos.” De esta manera delimitamos la utilidad de las piscinas con fines para el desarrollo motriz.

Marco Teórico

La hidroterapia según (Rodríguez Fuentes & Iglesias Santos, 2002) es una aplicación tópica o externa del agua con propósitos terapéuticos en donde se aprovecha la energía mecánica y térmica del agua.

La terapia acuática para estas autoras (Nandy Fajardo-López & Fabiola Moscoso-Alvarado, 2013) se refiere a una combinación del uso del agua con ¹⁸ técnicas y modelos de rehabilitación con el propósito de ¹⁸ generar efectos curativos y recreativos, que mejoren la función física, la adherencia al tratamiento y el cumplimiento de objetivos del tratamiento.

Marco legal

En cuanto al marco legal nos enmarcamos a ley 181 de 1995 en donde específicamente en su artículo 3 y 6, ¹³ menciona que dicha ley busca garantizar el acceso del individuo y de la comunidad al conocimiento y práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre; para el estado uno de ⁷ los objetivos rectores de esta ley es fomentar la creación de espacios que faciliten la actividad física, el deporte y la recreación como hábito de salud y mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar social, especialmente en los sectores sociales más necesitados.

Con base a esta norma el proyecto Quafit responde coherentemente con lo mencionado, ya que se ajusta a los objetivos rectores por medio de servicios que van dirigidos desde el ³² deporte, la

recreación y el aprovechamiento del tiempo libre para el fomento de la calidad de vida de las personas.

INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO I: SEGMENTOS DE MERCADO

El segmento de mercado se refiere al grupo de clientes que comparten características comunes, a los cuales la empresa va a dirigir su servicio o producto, es muy importante reconocer que tipo de personas u organizaciones se pueden beneficiar o satisfacer su necesidad con el producto o servicio que la empresa ofrece, de esta manera existen diversas opciones de segmentar el mercado; un segmento de mercado debe ser, mensurable, accesible, sustancial, diferenciado y accionable.

Para el caso de Quafit, la segmentación de mercado es nicho de mercado, ya que la empresa ofrece soluciones específicas para clientes con situaciones específicas, se especializa en el tratamiento de lesiones osteomusculares así como del entrenamiento de la condición física para personas con enfermedades crónicas no transmisibles, estos nichos son: Clientes con enfermedades osteomusculares y Clientes con enfermedades crónicas no transmisibles.

Para ambos casos, Quafit está dirigida para personas, mujeres y hombres entre 18 a 65 años de edad, que tengan una lesión osteomuscular o una enfermedad crónica no transmisible que se encuentren en la ciudad de Bogotá, que tengan acceso a piscinas residenciales, que obtengan ingresos económicos iguales o superiores a 2 salarios mínimos vigentes, que cuenten con

disponibilidad de tiempo y estén buscando una transformación de su estilo de vida y autocuidado hacia una mejor calidad, por medio de cambios en su estado físico y hábitos de salud.

A continuación se muestran unas segmentaciones específicas que nos darán mayor detalle sobre el segmento de mercado que busca Quafit.

Segmentación Geográfica: Personas en la ciudad de Bogotá que tengan acceso a piscinas residenciales ¹ en las localidades de Usaquén, Chapinero, Suba, Barrios Unidos, Teusaquillo y Fontibón, ya que estas localidades tienen una estratificación superior a 4 en su mayoría del territorio, lo que indica que dentro de estas zonas existen clientes con la capacidad económica de adquirir los servicios de Quafit.

³⁷ Segmentación Demográfica: Hombres y mujeres de 18 a 65 años de edad, que tengan una lesión osteomuscular o una enfermedad crónica no transmisible, cuyos ingresos estén por encima de 2 salarios mínimos vigentes lo cual les permita adquirir los servicios ofrecidos por Quafit; que tengan disponibilidad de tiempo a la semana.

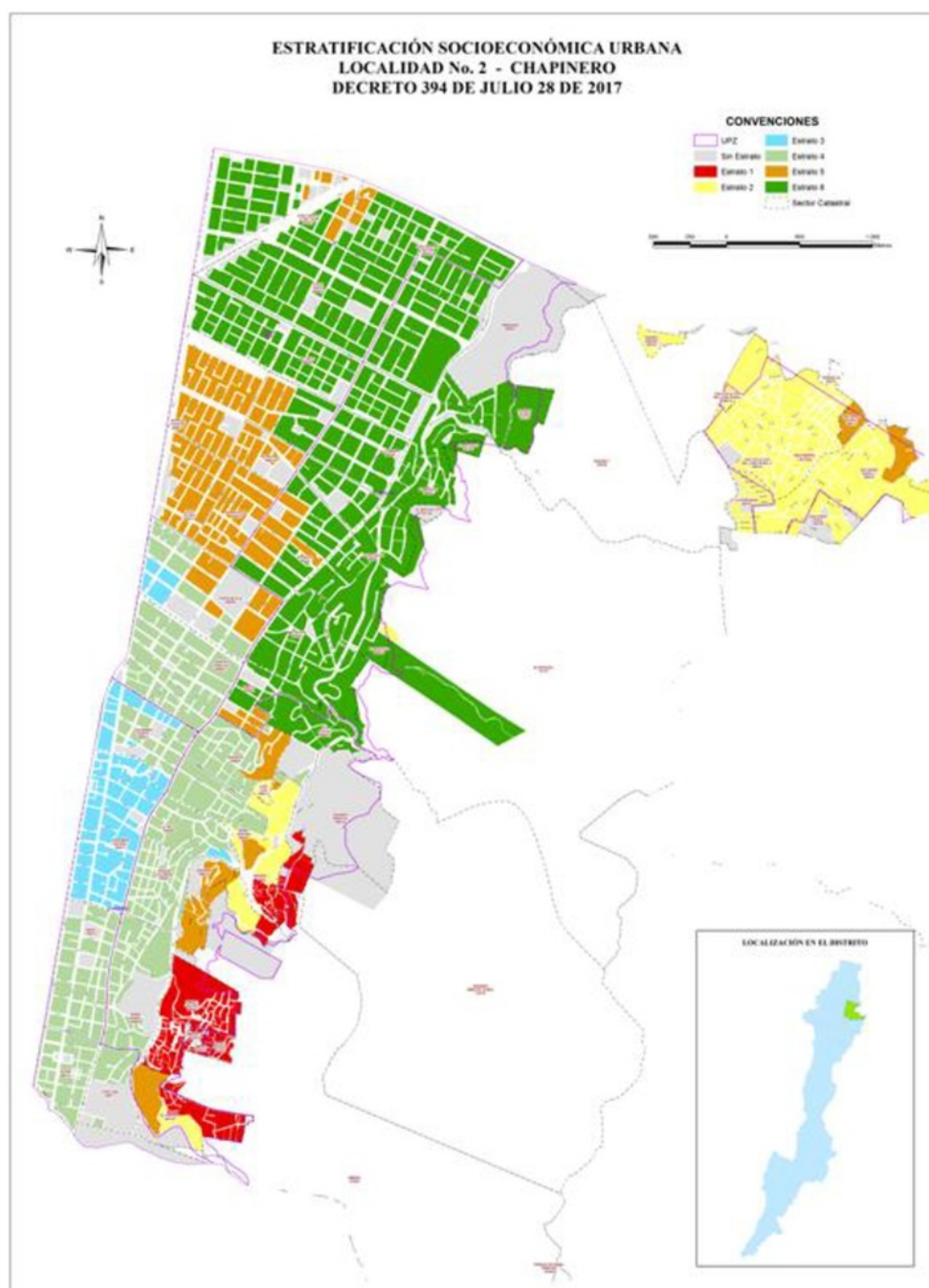


Ilustración 4. Localidad Usaqué

La imagen muestra la distribución por estratos de la localidad, quafit pretende llegar a los estratos 4 y superiores

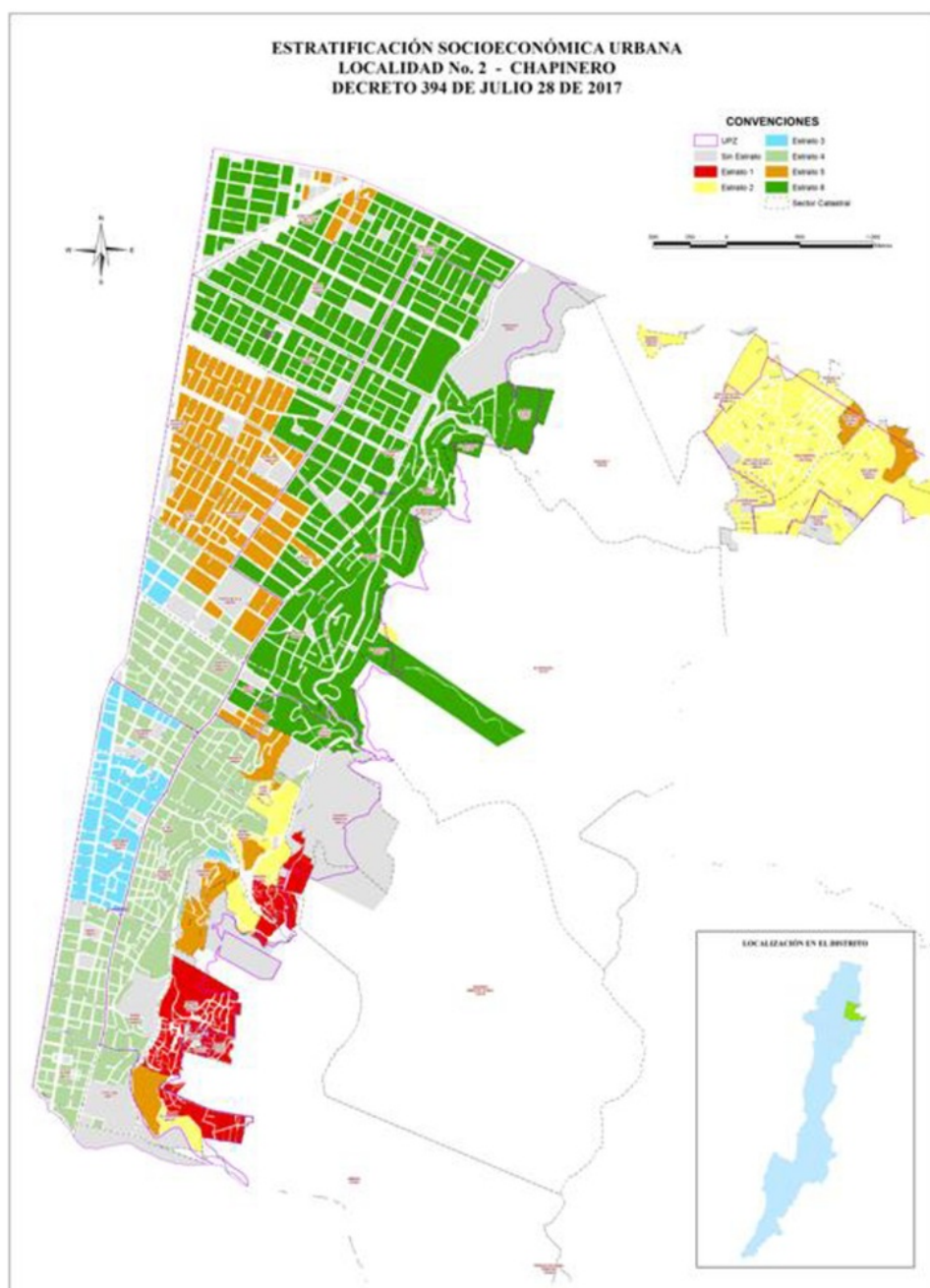


Ilustración 5. Localidad Chapinero

las ruedas presentan un movimiento ondulatorio sin presencia de ruidos extraños.

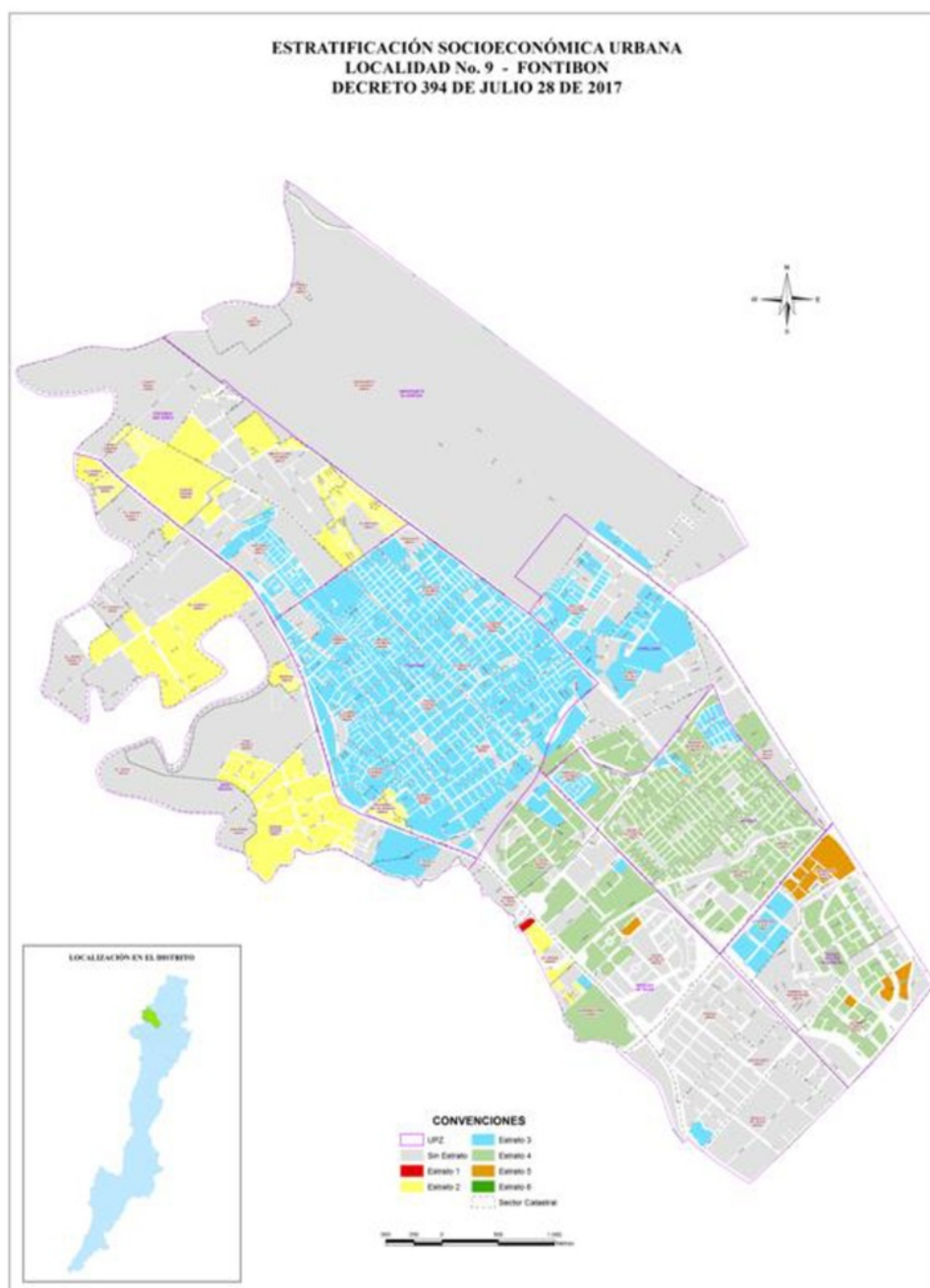


Ilustración 6. Localidad Fontibón

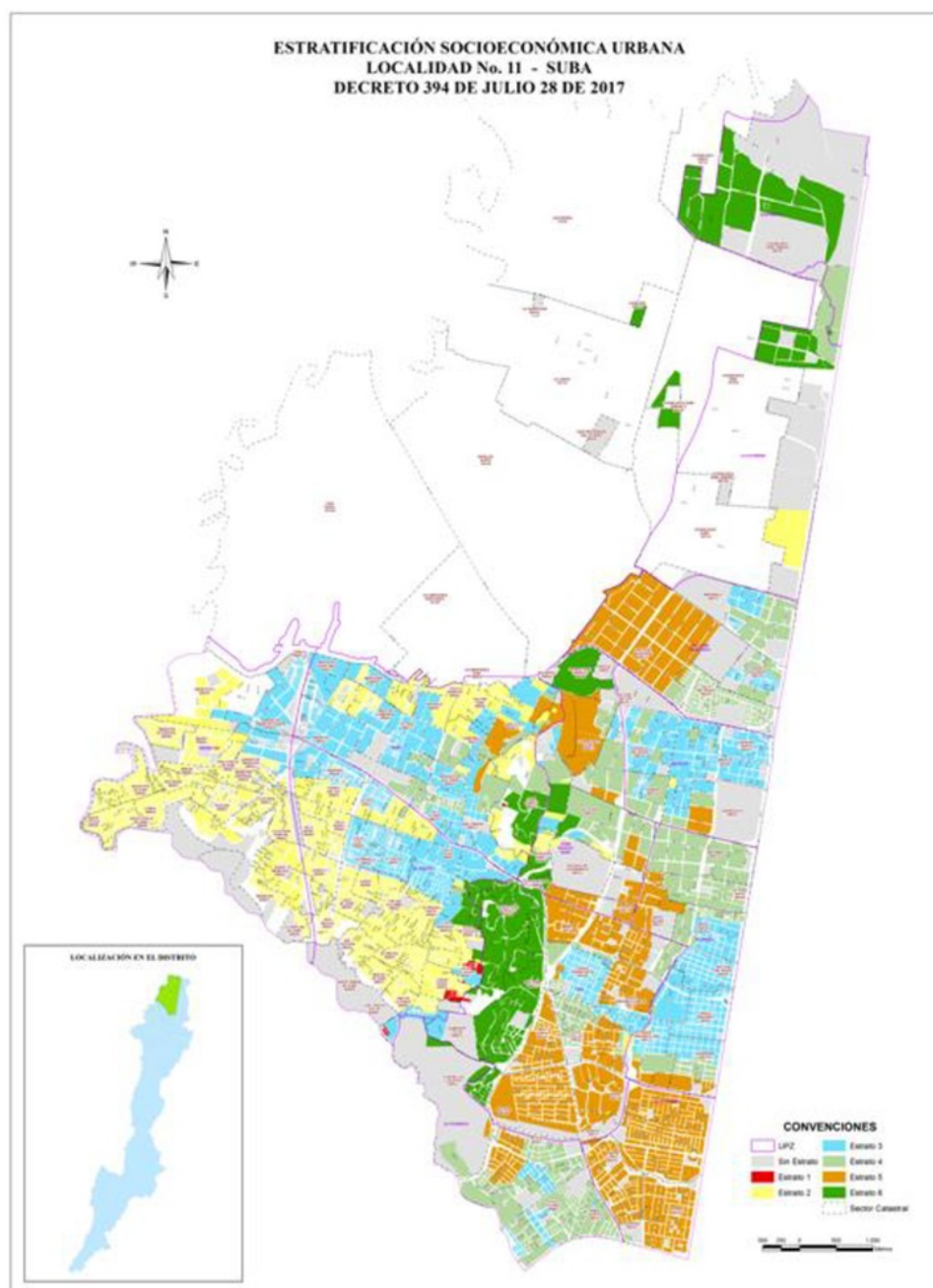


Ilustración 7. Localidad Suba



Ilustración 8. Localidad Barrios Unidos

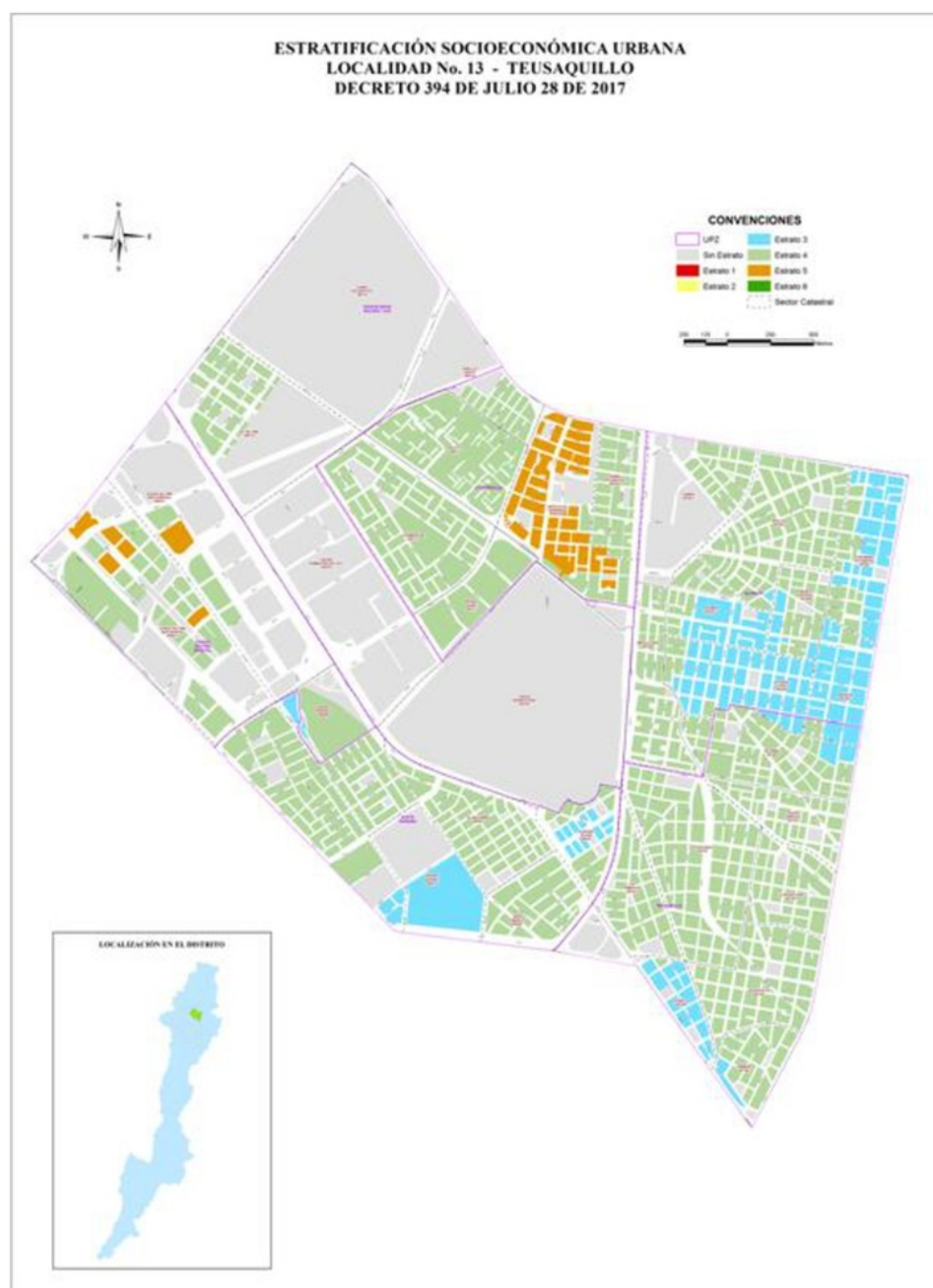


Ilustración 9. Localidad Teusaquillo

Segmentación Psicográfica: Personas de estrato 4 o superior, que lleven un estilo de vida poco saludable y sedentario.

Segmentación Por Comportamiento: Personas que busquen un cambio en sus estado físico y hábitos de salud, que vea en QUAFIT la oportunidad para generar una transformación de su estilo de vida hacia una mejor calidad y un autocuidado más saludable.

CAPÍTULO II: PROPOSICIONES DE VALOR

La propuesta de valor es la declaración de importancia que tiene un producto o servicio al ofrecerse al mercado, esta propuesta debe ser clara y debe generar un atractivo particular, ya que dentro de la propuesta está el elemento diferenciador que te agrega valor y te distingue de la competencia.

El tipo de valor que Quafit ofrece es de carácter personalizado ya que ajusta sus servicios hacia los segmentos de mercado escogidos; esto con la finalidad de tener una cercanía con las preferencias del cliente y adecuar el servicio para su comodidad, ya que la transformación de hábitos y creencias debe estar sujeta a un ambiente cómodo que le permita ir generando cambios conscientes y con agrado al cliente; el brindar un buen servicio y generar una experiencia única al cliente es lo que Quafit busca para que nuestros clientes sientan que sus necesidades están cubiertas de una manera integral.

La propuesta de Quafit se muestra a continuación.

¿Qué valor entregamos al cliente?

Transforma tu calidad de vida hacia una más saludable.

Quafit es la oportunidad de que generes cambios saludables y conscientes en tu estilo de vida para vivir en plenitud.

Quafit te brinda la oportunidad de experimentar un entrenamiento que cambie tus hábitos y creencias ⁴¹ sobre la calidad de vida, la salud y el bienestar; este entrenamiento es personalizado en donde tendrás la atención profesional dispuesta para orientarte hacia tus objetivos; el entrenamiento en medio acuático te dará múltiples beneficios físicos, mentales y sociales que te brindarán un desarrollo integral y nuestro servicio se ajusta a tus horarios permitiéndote tener un mayor apoyo al momento de asegurar la adquisición consciente de hábitos y creencias que ayuden a la calidad de vida.

² ¿Cuál de los problemas de nuestro cliente estamos solucionando?

A nivel general Quafit soluciona el problema de nuestros clientes brindando un proceso de tratamiento, rehabilitación o reacondicionamiento a una lesión osteomuscular o una enfermedad crónica no transmisible.

En cuanto al segmento de clientes con lesiones osteomusculares, específicamente estamos resolviendo el problema de ¿cómo rehabilitarse de manera integral y adecuada de una lesión osteomuscular? Por eso Quafit, por medio de unos programas terapéuticos con ejercicios especializados y adecuados a la lesión del cliente, realiza un programa terapéutico con orientación, acompañamiento y recuperación de dicha lesión dentro de ambientes acuáticos que facilitan y optimizan los procesos de rehabilitación y recuperación.

Para el segmento de clientes con enfermedades crónicas no transmisibles, estamos resolviendo el problema de ¿cómo obtener una condición de salud más saludable, consciente, funcional y estética para su vida que prevenga o disminuya los efectos de las enfermedades crónicas no transmisibles? es así, que Quafit ofrece programas de entrenamiento, con base en un proceso de diagnóstico, evaluación, planeación, periodización y programación que se enfoca ² en los aspectos físicos, mentales y sociales del cliente; todo esto enmarcado dentro de un ambiente acuático que favorece y estimula la adherencia y los resultados del programa.

¿Qué necesidad estamos satisfaciendo?

A nivel general Quafit satisface la necesidad de nuestros clientes de recibir un programa profesional que rehabilite, reacondicione la lesión osteomuscular o enfermedad crónica no transmisible que tienen.

En cuanto al segmento de clientes con lesiones osteomusculares, específicamente estamos satisfaciendo la necesidad de recibir un tratamiento adecuado a la lesión osteomuscular que tienen por medio de unos programas terapéuticos con ejercicios especializados y adecuados a la lesión del cliente, este programa terapéutico ofrece orientación, acompañamiento y recuperación de dicha lesión dentro de ambientes acuáticos que facilitan y optimizan los procesos de rehabilitación y recuperación.

Para el segmento de clientes con enfermedades crónicas no transmisibles, estamos satisfaciendo la necesidad de obtener una condición de salud más saludable, consciente, funcional y estética para su vida que prevenga o disminuya los efectos de las enfermedades crónicas no transmisibles que ya poseen por lo tanto, Quafit ofrece programas de entrenamiento, con base en un proceso de diagnóstico, evaluación, planeación, periodización y programación que se enfoca ² en los aspectos físicos, mentales y sociales del cliente; todo esto enmarcado dentro de un ambiente acuático que favorece y estimula la adherencia y los resultados del programa.

A continuación se muestran los programas que Quafit ofrece a sus clientes para los segmentos que maneja.

Tabla 1

Servicios para los Clientes con Lesiones Osteomusculares

Programa	Contenido	Duración	Precio
Terapéutico			
Terapia sencilla	1 sesión		70.000 pesos
Programa básico	5 sesiones	40 minutos	350.000 pesos
Programa avanzado	10 sesiones		650.000 pesos
Programa de acompañamiento	15 sesiones		900.000 pesos

Tabla 2

Servicios para los Clientes con Enfermedades Crónicas No Transmisibles

Programa	de	Contenido	Duración	Precio
Acondicionamiento				
Entrenamiento	de	12 sesiones	1 mes	900.000 pesos
adaptación				
Entrenamiento	de		3 meses	2.520.000 pesos
consolidación				
Entrenamiento	de		5 meses	3.600.000 pesos
acompañamiento				

1

CAPÍTULO III: CANALES

Los canales son los mecanismos por los cuales la empresa se comunica con sus clientes y también es la forma de comunicar la propuesta de valor a los segmentos de mercado de interés.

Quafit al tener unos segmentos de mercado en nicho, pretende identificar y satisfacer los intereses de sus clientes mediante canales propios y directos, ya que para Quafit es primordial tener la comunicación y retroalimentación del cliente frente a los servicios prestados y la experiencia que el cliente tiene de los mismos; teniendo canales directos y propios la comunicación no tendrá intermediarios, se torna más eficiente y la respuesta de Quafit frente a cualquier solicitud de los clientes será pronta y más acertada.

2

¿Por qué canales prefieren mis clientes ser contactados?

Los clientes de Quafit prefieren ser contactados por medio de página de internet, redes sociales, correo electrónico, voz a voz y folletos informativos; estos canales son muy consultados por los clientes ya que tienen mayor accesibilidad a los mismos y además la información que les llega tiene la ventaja de ser actualizada constantemente.

¿Cómo estamos contactando con ellos ahora?

Quafit, por ahora se contacta con los clientes utilizando las redes sociales, el correo electrónico y el voz a voz; estos canales son los más económicos para transmitir el valor de Quafit y sus servicios, con ellos se puede actualizar la información constantemente y se tiene un contacto abierto y cercano con los clientes interesados, lo que permite que los clientes obtengan mayor información sobre los servicios y comprendan el valor que Quafit ofrece, también les permite a ellos brindar su opinión y aportar al desarrollo de los servicios prestados.

¿Cuál es el canal que mejor funciona?

El canal que mejor funciona son las redes sociales ya que a través de estas se publican fotos, videos, imágenes, comentarios y posters publicitarios que tienen un alcance amplio con el fin de mantener a los clientes actualizados sobre los servicios de Quafit, existe una mayor interacción con los clientes ya que a través de los chats y conversaciones se visibiliza y difunde el valor de Quafit.

¿Cuál es el más eficiente-costes?

El canal más eficiente en costes es el voz a voz ya que no requiere de dinero para que las personas recomienden los servicios y la calidad que ofrecemos, si el cliente queda satisfecho por nuestros servicios nos recomienda frente a otros potenciales clientes o interesados, por lo cual no nos genera un costo de publicidad y nos brinda una mayor credibilidad ya que el cliente satisfecho comparte y difunde nuestros servicios desde su experiencia satisfactoria.

² **¿Cómo los integramos con la rutina de los clientes?**

A los clientes se les envían infogramas con información publicitaria por medio de las redes sociales, volantes que llegan a la portería de las zonas residenciales con el fin de que se visibilicen continuamente los servicios de Quafit, correos electrónicos con información del proceso que llevan los clientes que ya se encuentran vinculados con alguno de nuestros servicios, en el voz a voz se difunde el valor de Quafit hacia las personas interesadas que hasta el momento están contemplando la posibilidad de adquirir nuestros servicios.

CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

La relación con clientes se traduce en como la empresa va a interactuar con el cliente y a su vez determina la manera en cómo se ofrece y se obtiene el producto o servicio entre las dos partes.

Para el caso de Quafit se establece una asistencia personal exclusiva ya que para la empresa es necesario adecuar el servicio hacia los objetivos y preferencias de cada cliente, tener esta relación permite mayor precisión durante todo el proceso de la adquisición y participación del servicio, lo cual influirá en la satisfacción del cliente y en la generación de fidelidad del cliente hacia nuestra empresa.

2 ¿Qué tipo de relación queremos establecer y mantener nuestro cliente?

La relación que Quafit quiere con sus clientes es la de una amistad orientadora, es decir que comprende las razones, situaciones, inconvenientes y eventualidades que el cliente pudiera llegar a tener en el proceso, pero además brinda pautas y recomendaciones al cliente para que los objetivos y metas del cliente se cumplan de una manera óptima.

¿Cómo de costoso es?

El costo de tener una relación de amistad y de orientación radica en la confianza y empatía que se genere entre Quafit y el cliente, por esa razón es importante que desde el inicio Quafit brinde acompañamiento asertivo y genere en el cliente una conciencia del valor que tienen los servicios para lograr el cumplimiento de los objetivos que se quieren lograr.

2 ¿Cómo de integrado está con el resto de nuestro modelo de negocio?

La relación entre nuestros clientes y Quafit debe ser un eje principal en el préstamo de nuestros servicios, ya que sin una relación de amistad orientadora, se pierde el interés, la determinación y la concreción de acciones que el cliente debe tener para llegar a cumplir con sus objetivos; esto quiere decir que Quafit debe estar muy comprometido con y para el cliente, con el fin de que la experiencia del cliente sea la más satisfactoria durante todo su proceso, de manera que el cliente mantenga la motivación y disciplina necesarios para la concreción de sus objetivos.

CAPÍTULO V: INGRESOS

Los ingresos en una empresa son importantes por qué es la fuente de crecimiento y desarrollo de la misma, a través de los ingresos la empresa va creciendo y fortaleciendo sus servicios o productos para ofrecer una mejor calidad hacia el cliente y a su vez los clientes pagaran más por la mejora de la oferta.

Quafit maneja un tipo de ingresos de cuota por uso y su mecanismo de fijación de precios es fijo o predefinido; este tipo de ingresos se traduce de manera que un cliente paga por la adquisición y uso del servicio y a medida que aumente la frecuencia de uso el costo también aumenta, el mecanismo de fijación de precios es predefinida ya que los precios se ajustan a una lista que permite al cliente escoger el servicio más adecuado para él.

25

¿Por qué propuesta de valor están realmente dispuestos a pagar nuestros clientes?

Nuestros **clientes** están **dispuestos a pagar por** un servicio que les brinde apoyo, acompañamiento, orientación y resultados concretos frente a sus objetivos de transformación de hábitos y creencias con el fin de que ellos obtengan una calidad de vida más saludable.

¿Por qué están pagando actualmente?

Ellos pagan por una transformación consciente e integral de sus hábitos y creencias frente a la calidad de vida, salud y bienestar, ya que esto les asegura que los cambios que adquieran serán permanentes y perdurables en su cotidianidad. Ellos se aseguran de que la transformación de hábitos y creencias se adhiera a su nuevo estilo de vida.

¿Cómo están pagando actualmente?

Actualmente se utiliza el pago por servicio, que este a su vez tiene dos formas de hacerse; la primera es pago en efectivo y la segunda es por medio de consignación a cuenta bancaria, una vez realizado el pago sea cual sea el método este quedará registrado en un base contable para que se tenga una administración adecuada de los dineros.

En cuanto al pago en efectivo se hace un acuerdo entre el cliente y Quafit en donde se deja por escrito y con firma de ambas partes que el pago se realizará en efectivo, en este acuerdo se especifica el monto, la cantidad de sesiones y la fechas para efectuar el pago.



*Figural.*Proceso Pago en Efectivo.

Para la consignación bancaria Quafit le entrega los datos de la cuenta bancaria al cliente, de forma que el cliente realiza la consignación y por medio de comprobante de pago se valida la transacción para acceder a los servicios.



*Figura 2.*Proceso Pago en Cuenta Bancaria.

¿Cómo preferirían pagar?

Los clientes prefieren pagar mediante una modalidad de cuotas bien sea en efectivo o por consignación bancaria, mediante un acuerdo en donde se fijan las fechas de pago entre Quafit y el cliente, normalmente se tienen tres opciones; pago por sesión realizada, pago por cuotas cada 15 días, pago por cuotas cada mes.

Pago por sesión realizada

Esta forma de pago es poco común, sin embargo se utiliza si el cliente tiene la facilidad, tiene como ventaja tener ingresos rápidos que pueden estar disponibles para alguna eventualidad de ser necesaria.

Pago por cuotas cada 15 días

Este método de pago es funcional para aquellos clientes que reciben ingresos quincenales; se presenta como un método que permite un flujo de dinero equilibrado.

Pago por cuotas cada mes

Esta manera de pago se enfoca en los clientes que reciben ingresos mensualmente; como ventaja el cliente goza de las sesiones y al final del ciclo efectúa el pago.

Figura 3. Modalidades de Pago.

2 ¿Cuál es el porcentaje de cada línea de ingreso respecto a los ingresos totales?

Tabla 3. Proyección de Ventas Mes Enero

Mes	Servicio	Valor Unitario	Precio	Porcentaje
	Pago por sesión de terapia	1	70.000 pesos	0,77%
	Pago por programa terapéutico básico	1	350.000 pesos	3,89%
Enero	Pago por programa terapéutico avanzado	1	650.000 pesos	7,23%
	Pago por programa terapéutico de acompañamiento	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de adaptación	1	900.000 pesos	10,01%

Pago por entrenamiento de consolidación	1	2.520.000 pesos	28,03%
Pago por entrenamiento de acompañamiento	1	3.600.000 pesos	40,04%
Ingresos Totales	Sumatoria	8.990.000 pesos	99,98 %
Ingresos Promedio	Promedio	1.284.285 pesos	14,28%

Tabla 4. Proyección de Ventas Mes Febrero

Mes	Servicio	Valor Unitario	Precio	Porcentaje
Febrero	Pago por sesión de terapia	1	70.000 pesos	0,77%
	Pago por programa terapéutico básico	1	350.000 pesos	3,89%
	Pago por programa terapéutico avanzado	1	650.000 pesos	7,23%
	Pago por programa terapéutico de acompañamiento	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de adaptación	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de consolidación	1	2.520.000 pesos	28,03%
	Pago por entrenamiento de acompañamiento	1	3.600.000 pesos	40,04%
	Ingresos Totales	Sumatoria	8.990.000 pesos	99,98 %
	Ingresos Promedio	Promedio	1.284.285 pesos	14,28%

Tabla 5. Proyección de Ventas Mes Marzo

Mes	Servicio	Valor Unitario	Precio	Porcentaje
Marzo	Pago por sesión de terapia	1	70.000 pesos	0,77%
	Pago por programa terapéutico básico	1	350.000 pesos	3,89%

Pago por programa terapéutico avanzado	1	650.000 pesos	7,23%
Pago por programa terapéutico de acompañamiento	1	900.000 pesos	10,01%
Pago por entrenamiento de adaptación	1	900.000 pesos	10,01%
Pago por entrenamiento de consolidación	1	2.520.000 pesos	28,03%
Pago por entrenamiento de acompañamiento	1	3.600.000 pesos	40,04%
Ingresos Totales	Sumatoria	8.990.000 pesos	99,98 %
Ingresos Promedio	Promedio	1.284.285 pesos	14,28%

Tabla 6. Proyección de Ventas Mes Abril

Mes	Servicio	Valor Unitario	Precio	Porcentaje
	Pago por sesión de terapia	1	70.000 pesos	0,77%
	Pago por programa terapéutico básico	1	350.000 pesos	3,89%
	Pago por programa terapéutico avanzado	1	650.000 pesos	7,23%
	Pago por programa terapéutico de acompañamiento	1	900.000 pesos	10,01%
Abril	Pago por entrenamiento de adaptación	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de consolidación	1	2.520.000 pesos	28,03%
	Pago por entrenamiento de acompañamiento	1	3.600.000 pesos	40,04%
	Ingresos Totales	Sumatoria	8.990.000 pesos	99,98 %
	Ingresos Promedio	Promedio	1.284.285 pesos	14,28%

Tabla 7. Proyección de Ventas Mes Mayo

Mes	Servicio	Valor Unitario	Precio	Porcentaje
Mayo	Pago por sesión de terapia	1	70.000 pesos	0,77%
	Pago por programa terapéutico básico	1	350.000 pesos	3,89%
	Pago por programa terapéutico avanzado	1	650.000 pesos	7,23%
	Pago por programa terapéutico de acompañamiento	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de adaptación	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de consolidación	1	2.520.000 pesos	28,03%
	Pago por entrenamiento de acompañamiento	1	3.600.000 pesos	40,04%
	Ingresos Totales	Sumatoria	8.990.000 pesos	99,98 %
	Ingresos Promedio	Promedio	1.284.285 pesos	14,28%

Tabla 8. Proyección de Ventas Mes Junio

Mes	Servicio	Valor Unitario	Precio	Porcentaje
Junio	Pago por sesión de terapia	1	70.000 pesos	0,77%
	Pago por programa terapéutico básico	1	350.000 pesos	3,89%
	Pago por programa terapéutico avanzado	1	650.000 pesos	7,23%
	Pago por programa terapéutico de acompañamiento	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de adaptación	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de consolidación	1	2.520.000 pesos	28,03%
	Pago por entrenamiento de acompañamiento	1	3.600.000 pesos	40,04%

Ingresos Totales	Sumatoria	8.990.000 pesos	99,98 %
Ingresos Promedio	Promedio	1.284.285 pesos	14,28%

Tabla 9. Proyección de Ventas Mes Julio

Mes	Servicio	Valor Unitario	Precio	Porcentaje
Julio	Pago por sesión de terapia	1	70.000 pesos	0,77%
	Pago por programa terapéutico básico	1	350.000 pesos	3,89%
	Pago por programa terapéutico avanzado	1	650.000 pesos	7,23%
	Pago por programa terapéutico de acompañamiento	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de adaptación	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de consolidación	1	2.520.000 pesos	28,03%
	Pago por entrenamiento de acompañamiento	1	3.600.000 pesos	40,04%
	Ingresos Totales	Sumatoria	8.990.000 pesos	99,98 %
	Ingresos Promedio	Promedio	1.284.285 pesos	14,28%

Tabla 10. Proyección de Ventas Mes Agosto

Mes	Servicio	Valor Unitario	Precio	Porcentaje
Agosto	Pago por sesión de terapia	1	70.000 pesos	0,77%
	Pago por programa terapéutico básico	1	350.000 pesos	3,89%
	Pago por programa terapéutico avanzado	1	650.000 pesos	7,23%
	Pago por programa terapéutico de acompañamiento	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de adaptación	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de consolidación	1	2.520.000 pesos	28,03%

Pago por entrenamiento de acompañamiento	1	3.600.000 pesos	40,04%
Ingresos Totales	Sumatoria	8.990.000 pesos	99,98 %
Ingresos Promedio	Promedio	1.284.285 pesos	14,28%

Tabla 11. Proyección de Ventas Mes Septiembre

Mes	Servicio	Valor Unitario	Precio	Porcentaje
Septiembre	Pago por sesión de terapia	1	70.000 pesos	0,77%
	Pago por programa terapéutico básico	1	350.000 pesos	3,89%
	Pago por programa terapéutico avanzado	1	650.000 pesos	7,23%
	Pago por programa terapéutico de acompañamiento	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de adaptación	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de consolidación	1	2.520.000 pesos	28,03%
	Pago por entrenamiento de acompañamiento	1	3.600.000 pesos	40,04%
	Ingresos Totales	Sumatoria	8.990.000 pesos	99,98 %
	Ingresos Promedio	Promedio	1.284.285 pesos	14,28%

Tabla 12. Proyección de Ventas Mes Octubre

Mes	Servicio	Valor Unitario	Precio	Porcentaje
Octubre	Pago por sesión de terapia	1	70.000 pesos	0,77%
	Pago por programa terapéutico básico	1	350.000 pesos	3,89%
	Pago por programa terapéutico avanzado	1	650.000 pesos	7,23%
	Pago por programa terapéutico de acompañamiento	1	900.000 pesos	10,01%

Pago por entrenamiento de adaptación	1	900.000 pesos	10,01%
Pago por entrenamiento de consolidación	1	2.520.000 pesos	28,03%
Pago por entrenamiento de acompañamiento	1	3.600.000 pesos	40,04%
Ingresos Totales	Sumatoria	8.990.000 pesos	99,98 %
Ingresos Promedio	Promedio	1.284.285 pesos	14,28%

Tabla 13. Proyección de Ventas Mes Noviembre

Mes	Servicio	Valor Unitario	Precio	Porcentaje
Noviembre	Pago por sesión de terapia	1	70.000 pesos	0,77%
	Pago por programa terapéutico básico	1	350.000 pesos	3,89%
	Pago por programa terapéutico avanzado	1	650.000 pesos	7,23%
	Pago por programa terapéutico de acompañamiento	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de adaptación	1	900.000 pesos	10,01%
	Pago por entrenamiento de consolidación	1	2.520.000 pesos	28,03%
	Pago por entrenamiento de acompañamiento	1	3.600.000 pesos	40,04%
	Ingresos Totales	Sumatoria	8.990.000 pesos	99,98 %
	Ingresos Promedio	Promedio	1.284.285 pesos	14,28%

Tabla 14. Proyección de Ventas Mes Diciembre

Mes	Servicio	Valor Unitario	Precio	Porcentaje
Diciembre	Pago por sesión de terapia	1	70.000 pesos	0,77%
	Pago por programa terapéutico básico	1	350.000 pesos	3,89%

Pago por programa terapéutico avanzado	1	650.000 pesos	7,23%
Pago por programa terapéutico de acompañamiento	1	900.000 pesos	10,01%
Pago por entrenamiento de adaptación	1	900.000 pesos	10,01%
Pago por entrenamiento de consolidación	1	2.520.000 pesos	28,03%
Pago por entrenamiento de acompañamiento	1	3.600.000 pesos	40,04%
Ingresos Totales	Sumatoria	8.990.000 pesos	99,98 %
Ingresos Promedio	Promedio	1.284.285 pesos	14,28%

De acuerdo con la tablas que muestra las líneas de ingreso de la empresa observamos que el precio del servicio está adaptado al segmento de mercado, ya que existe una diferencia de precios entre los servicios ofrecidos para el segmento de clientes con lesiones osteomusculares y los precios ofrecidos para el segmento de clientes con enfermedades crónicas no transmisibles.

Tabla 15. Proyección de Ventas Anual

Mes	Ingresos Totales	Ingresos Promedio
Enero	8.990.000 pesos	1.284.285 pesos
Febrero	8.990.000 pesos	1.284.285 pesos
Marzo	8.990.000 pesos	1.284.285 pesos
Abril	8.990.000 pesos	1.284.285 pesos
Mayo	8.990.000 pesos	1.284.285 pesos
Junio	8.990.000 pesos	1.284.285 pesos
Julio	8.990.000 pesos	1.284.285 pesos
Agosto	8.990.000 pesos	1.284.285 pesos
Septiembre	8.990.000 pesos	1.284.285 pesos
Octubre	8.990.000 pesos	1.284.285 pesos
Noviembre	8.990.000 pesos	1.284.285 pesos
Diciembre	8.990.000 pesos	1.284.285 pesos
Total	107.880.000 pesos	15.411.420 pesos
Total en %	100 %	14,28 %

En la anterior tabla se observa la sumatoria total y porcentual de los ingresos totales y los ingresos promedio de todos los meses del año.

CAPITULO VI: RECURSOS CLAVES

Los recursos clave son los activos que permiten a la empresa funcionar y mantenerse en el mercado.

En Quafit se requieren de recursos físicos, técnicos, humanos y tecnológicos para que nuestra empresa funcione y se mantenga competitiva en el mercado.

¿Qué recursos clave requiere nuestra propuesta de valor?

Quafit al ofrecer sus servicios de programas en rehabilitación terapéutica de lesiones osteomusculares y entrenamientos de acondicionamiento físico para personas con enfermedades crónicas no transmisibles dentro de un medio acuático en zonas residenciales o clubes deportivos y sociales que cuenten con el escenario, requiere de:

Tabla 16. Recursos Claves.

Tipo de Recurso		Cantidad	Precio	Características
Recursos Físicos	Piscina residencial o dentro de un club deportivo – social	1	10.000 pesos	Piscina climatizada semi-olímpica de 25 u olímpica de 50 metros de longitud.
	Kit Bandas elásticas	1	45.000 pesos	Bandas de 1 kg de peso con dimensiones de 50 x 50 x 1 cm
Recursos Técnicos	Hand Paddle	1par	66.900 pesos	Cuerdas de polietileno y paleta hecha de elastómero termoplástico
	Mancuernas de espuma para piscina	1 par	78.000 pesos	Hechas de Etilvinilacetato, sus dimensiones son de 27,5 x 15 cm

	Kickboard	1	76.000pesos	Composición 100% de EVA Permite adoptar varias posiciones de agarre
	Pullbuoy	1	90.500 pesos	Espuma suave y ligera 100% hecha de polietileno
	Swim Keel	1	115.400 pesos	Composición externa 100% de Etilvinilacetato e interiormente hecho de 70% aleación de hierro y 30% de polietileno
	Tarjetas de presentación	1000	150.000 pesos	Papel de 8 x 5 cm
	Volantes o folletos impresos	1000	100.000 pesos	Papel de 15 x 10 cm
	Pósters publicitarios	2	70.000 pesos	Plotters de 100 x 70
	Fisioterapeuta Profesional	1	2.000.000 pesos	Salario por prestación de servicios
Talento Humano	Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación	1	2.000.000 pesos	Salario por prestación de servicios
	Celular	1	500.000 pesos	Celular con batería de 4000 mAh
Recursos Tecnológicos	Portátil	1	750.00 pesos	Con procesador ⁵¹ I3 memoria RAM de 4 y disco duro de 1 Tera

2 ¿Qué recursos clave requieren nuestros canales de distribución?

Tabla 17. Recursos Claves para los Canales de Distribución.

Tipo de Recurso		Cantidad	Precio
Recursos técnicos y tecnológicos	Celular	1	500.000 pesos
	Portátil	1	750.000 pesos
	Tarjetas de presentación	1000	150.000 pesos
	Volantes o folletos impresos	1000	100.000 pesos
	Pósters publicitarios	2	70.000 pesos

Los recursos clave para nuestros canales de distribución son un celular y un portátil, que no permitan tener acceso a las redes sociales, página web y correos electrónicos, por otro lado las tarjetas de presentación, los volantes o folletos impresos, sumados a los pósters publicitarios nos ayudaran a fomentar el voz a voz y a incrementar el número de clientes interesados por nuestros servicios.

2 ¿Qué recursos clave requiere la relación con el cliente?

Tabla 18. Recursos Claves para la Relación con el Cliente.

Tipo de Recurso		Cantidad	Precio
Talento Humano	Fisioterapeuta Profesional	1	2.000.000 pesos
	Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación	1	2.000.000 pesos

Cabe aclarar que los profesionales en estas dos áreas de estudio son la fuente de confianza y empatía que tiene Quafit para con sus clientes, por esa razón toda su formación integral debe estar al servicio de las necesidades y objetivos del ²cliente.

¿Qué recursos clave requiere las fuentes de ingreso?

Tabla 19. Recursos Clave para las Fuentes de Ingreso.

Tipo de Recurso		Cantidad	Precio
Recurso	Cuenta Bancaria	No específico	No específico
Técnico	Facturas o cuentas de cobro	No específico	No específico

La cuenta bancaria y las facturas o cuentas de cobro en donde se evidenciarán los acuerdos de pago son los recursos clave para las fuentes de ingreso de Quafit.

CAPITULO VII: ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades clave son las acciones más importantes que la empresa debe hacer para que funcione, siendo así Quafit debe tener actividades de resolución de problemas ya que debemos buscar constantemente soluciones para que el servicio se adapte a cada uno de nuestros clientes y les brinde los mayores beneficios; estas soluciones deben ser innovadoras y deben aplicarse en todo el proceso de la prestación del servicio al cliente.

¿Qué actividades clave se requieren realizar para poder hacer nuestra propuesta de valor?

Quafit, dado a **que** presta servicios en zonas residenciales, clubes deportivos o sociales debe tener como actividades clave, la divulgación de sus servicios por medio de todos sus canales, es decir debe publicar, chatear, consultar y buscar en las redes sociales, página web y correo electrónico toda la información que atraiga y vincule a clientes interesados en la propuesta de valor. Además Quafit debe brindar orientación y acompañamiento en todo el proceso del servicio, lo que significa que debe utilizar todas las estrategias de mercadeo y negociación para atraer a los clientes, luego debe brindar un servicio de calidad durante las sesiones, cuando no se tengan las sesiones, Quafit estará realizando un acompañamiento del proceso de rehabilitación y acondicionamiento de los clientes; posteriormente al servicio prestado Quafit estará solicitándole al cliente una retroalimentación del proceso y dejará al cliente con las puertas abiertas para que esté pendiente de adquirir nuevos servicios con la empresa. En resumen, todas las actividades encaminadas a dar una excelente calidad de servicio antes, durante y después al cliente serán actividades claves para **que nuestra propuesta de valor** sea coherente.

¿Qué actividades clave requieren nuestros canales de distribución?

Nuestros canales de distribución requieren de la divulgación de nuestros servicios por medio de publicar, chatear, consultar y buscar en las redes sociales, página web y correo electrónico toda la información que atraiga y vincule a clientes interesados en la propuesta de valor; así como de distribuir y explicar la información contenida en pósters, tarjetas de presentación y folletos publicitarios que contengan nuestro portafolio de servicios y nuestra propuesta de valor para que los clientes tengan clara la propuesta y se vinculen.

¿Qué actividades clave requiere la relación con el cliente?

La relación con el cliente requiere de que Quafit a través de sus profesionales brinde una orientación y compañía al cliente durante el proceso de cambios de hábitos y creencias, este profesional debe dar buenas pautas para el cumplimiento de los objetivos en las sesiones, debe aconsejar y escuchar todas las inquietudes y comentarios que tenga el cliente, así mismo deberá brindarle confianza y empatía al cliente durante todo el proceso con el fin de que el cliente encuentre un apoyo en el profesional y de esa manera se logre una experiencia enriquecedora y exitosa.

2 ¿Qué actividades clave requiere las fuentes de ingreso?

Las actividades clave que requieren las fuentes de ingreso son compartir de manera clara la información de la cuenta bancaria a los clientes para que las consignaciones se efectúen sin ningún inconveniente, Quafit también tendrá que llegar a acuerdos honestos, transparentes y equitativos con el fin de que el cliente y la empresa logren el intercambio del pago por servicios sin que alguna de las partes quede insatisfecho.

CAPÍTULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES

Las asociaciones claves son las relaciones o contactos estratégicos con los que cuenta la empresa para fortalecer su competitividad y tener un funcionamiento óptimo del negocio.

Quafit opta por tener asociaciones para la optimización y la economía a escala ya que busca en sus socios reducir costos y compartir recursos que pueden beneficiar a la relación, mientras Quafit busca socios que le brinden indumentaria, acceso a escenarios deportivos y equipos para el entrenamiento, Quafit genera un nicho de clientes interesados en utilizar o pagar por los escenarios y productos que sus socios le brindan.

La alianza estratégica entre empresas no competidoras del mercado facilita la cooperación que radica en abastecimiento de recursos para Quafit y esos mismos recursos son publicidad que llega a sus clientes y que Quafit genera estrategias de oferta a sus socios para que los clientes paguen por los productos y servicios de los socios.

¿Quiénes son nuestros socios clave?

Los posibles socios clave son aquellos conjuntos residenciales o clubes sociales y deportivos que nos brinden acceso y que tengan dentro de sus instalaciones piscinas para desarrollar nuestros programas terapéuticos y los entrenamientos de acondicionamiento, a cambio recibirán servicios enfocados ³⁶ en la mejora de la calidad de vida de sus afiliados y residentes, lo que les traerá reconocimiento y gratitud.

Otros posibles socios son comercializadoras de equipos de entrenamiento en natación con la finalidad de que nos doten de implementos especializados para el desarrollo de nuestros servicios a cambio de publicidad y reconocimiento de marca.

Nuestros proveedores clave pueden ser comercializadoras de equipos y dotación en natación, por ejemplo las empresas de Speedo o Arena nos pueden proveer de dotación y equipos que optimicen el desarrollo y práctica de nuestros servicios.

Tabla 20. Asociaciones Claves.

Socios Clave	Qué ganan ellos	Qué gana Quafit
Arena	Publicidad a bajo costo, reconocimiento de la marca y nicho de clientes con intención de compra	Recursos técnicos de indumentaria, uniformes y equipos de entrenamiento acuático
Conjuntos residenciales y clubes con piscina	Reconocimiento como espacio para el fomento de la salud, lo que genera mayor sentido de pertenencia de las personas que confluyen en esos sitios; mejor relación entre la administración de inmueble con sus asociados	Escenarios físicos acordes y adecuados para realizar la prestación de los servicios a los clientes

28

¿Cuáles son los recursos claves que estamos adquiriendo de los socios?

Los recursos clave que adquirimos de nuestros socios son, los escenarios deportivos como las piscinas; indumentaria o uniformes con publicidad del socio y de Quafit, equipos de entrenamiento acuático con publicidad del socio y de Quafit.

2

¿Cuáles son las actividades clave que hacen los socios?

Las actividades claves que hacen los socios son, dotar de indumentaria y equipos de vanguardia a los profesionales de Quafit que diseñan y desarrollan ejercicios que responden a nuestros servicios ofertados.

Otra actividad es crear ofertas y convenios de equipos e indumentaria a los clientes de Quafit con el fin de afianzar a un cliente en común para beneficio de ambas empresas.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

La estructura de costos encamina y brinda organización al funcionamiento de la empresa así mismo le dice a la empresa como distribuir los costos del producto o servicio que ofrece de manera que sea más rentable y la propuesta de valor se mantenga atractiva y vigente.

En el caso de Quafit, esta se centra en clasificar la estructura de costos bajo la creación valor hacia los clientes de manera que los clientes se encuentren satisfechos porque sus necesidades fueron resultas con calidad y eso permita tener mayores ingresos, con lo cual el manejo de costos será más rentable.

Tabla 21. Flujo de Caja Mes Enero

Mes	Tipo de Recurso		Cantidad	Precio	Costo Fijo	Costo Variable
Enero	Recurso Físico	Alquiler de la piscina	1	10.000 pesos	X	
	Recursos Técnicos	Kit Bandas elásticas	1	3.750 pesos cuota a1 año	X	

		Hand Paddle	1 par	5.575 pesos cuota a 1 año	X	
		Mancuernas de espuma para piscina	1 par	6.500 pesos cuota a 1 año	X	
		Kickboard	1	6.333 pesos cuota a 1 año	X	
		Pullbuoy	1	7.541 pesos cuota a 1 año	X	
		Swim Keel	1	9.616 pesos cuota a 1 año	X	
		Tarjetas de presentación	83	12.450 pesos cuota a 1 año	X	
		Volantes o folletos impresos	83	8.300 pesos cuota a 1 año	X	
		Pósters publicitarios	1	5.833 pesos cuota a 1 año	X	
	Talento Humano	Fisioterapeuta Profesional	1	2.000.000 pesos	X	
		Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación	1	2.000.000 pesos	x	
	Recursos Tecnológicos	Celular	1	41.666 pesos cuota a 1 año	X	

		Portátil	1	62.500 pesos cuota a 1 año	X	
--	--	----------	---	-------------------------------	---	--

Tabla 22. Flujo de Caja Mes Febrero

Mes	Tipo de Recurso		Cantidad	Precio	Costo Fijo	Costo Variable
Febrero	Recurso Físico	Alquiler de la piscina	1	10.000 pesos	X	
	Recursos Técnicos	Kit Bandas elásticas	1	3.750 pesos cuota a 1 año	X	
		Hand Paddle	1 par	5.575 pesos cuota a 1 año	X	
		Mancuernas de espuma para piscina	1 par	6.500 pesos cuota a 1 año	X	
		Kickboard	1	6.333 pesos cuota a 1 año	X	
		Pullbuoy	1	7.541 pesos cuota a 1 año	X	
		Swim Keel	1	9.616 pesos cuota a 1 año	X	
		Tarjetas de presentación	83	12.450 pesos cuota a 1 año	X	
		Volantes o folletos impresos	83	8.300 pesos cuota a 1 año	X	

		Pósters publicitarios	1	5.833 pesos cuota a 1 año	X	
	1 Talento Humano	Fisioterapeuta Profesional	1	2.000.000 pesos	X	
		Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación	1	2.000.000 pesos	x	
	Recursos Tecnológicos	Celular	1	41.666 pesos cuota a 1 año	X	
		Portátil	1	62.500 pesos cuota a 1 año	X	

Tabla 23. Flujo de Caja Mes Marzo

Mes	Tipo de Recurso		Cantidad	Precio	Costo Fijo	Costo Variable
Marzo	Recurso Físico	Alquiler de la piscina	1	10.000 pesos	X	
	Recursos Técnicos	Kit Bandas elásticas	1	3.750 pesos cuota a 1 año	X	
		Hand Paddle	1 par	5.575 pesos cuota a 1 año	X	
		Mancuernas de espuma para piscina	1 par	6.500 pesos cuota a 1 año	X	

		Kickboard	1	6.333 pesos cuota a 1 año	X	
		Pullbuoy	1	7.541 pesos cuota a 1 año	X	
		Swim Keel	1	9.616 pesos cuota a 1 año	X	
		Tarjetas de presentación	83	12.450 pesos cuota a 1 año	X	
		Volantes o folletos impresos	83	8.300 pesos cuota a 1 año	X	
		Pósters publicitarios	1	5.833 pesos cuota a 1 año	X	
	1 Talento Humano	Fisioterapeuta Profesional	1	2.000.000 pesos	X	
		Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación	1	2.000.000 pesos	x	
	Recursos Tecnológicos	Celular	1	41.666 pesos cuota a 1 año	X	
		Portátil	1	62.500 pesos cuota a 1 año	X	

Tabla 24. Flujo de Caja Mes Abril

Mes	Tipo de Recurso		Cantidad	Precio	Costo Fijo	Costo Variable
Abril	Recurso Físico	Alquiler de la piscina	1	10.000 pesos	X	
	Recursos Técnicos	Kit Bandas elásticas	1	3.750 pesos cuota a 1 año	X	
		Hand Paddle	1 par	5.575 pesos cuota a 1 año	X	
		Mancuernas de espuma para piscina	1 par	6.500 pesos cuota a 1 año	X	
		Kickboard	1	6.333 pesos cuota a 1 año	X	
		Pullbuoy	1	7.541 pesos cuota a 1 año	X	
		Swim Keel	1	9.616 pesos cuota a 1 año	X	
		Tarjetas de presentación	83	12.450 pesos cuota a 1 año	X	
		Volantes o folletos impresos	83	8.300 pesos cuota a 1 año	X	
		Pósters publicitarios	1	5.833 pesos cuota a 1 año	X	

	1 Talento Humano	Fisioterapeuta Profesional	1	2.000.000 pesos	X	
		Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación	1	2.000.000 pesos	x	
	Recursos Tecnológicos	Celular	1	41.666 pesos cuota a 1 año	X	
		Portátil	1	62.500 pesos cuota a 1 año	X	

Tabla 25. Flujo de Caja Mes Mayo

Mes	Tipo de Recurso		Cantidad	Precio	Costo Fijo	Costo Variable
Ma yo	Recurso Físico	Alquiler de la piscina	1	10.000 pesos	X	
	Recursos Técnicos	Kit Bandas elásticas	1	3.750 pesos cuota a 1 año	X	
		Hand Paddle	1 par	5.575 pesos cuota a 1 año	X	
		Mancuernas de espuma para piscina	1 par	6.500 pesos cuota a 1 año	X	
		Kickboard	1	6.333 pesos cuota a 1 año	X	

		Pullbuoy	1	7.541 pesos cuota a 1 año	X	
		Swim Keel	1	9.616 pesos cuota a 1 año	X	
		Tarjetas de presentación	83	12.450 pesos cuota a 1 año	X	
		Volantes o folletos impresos	83	8.300 pesos cuota a 1 año	X	
		Pósters publicitarios	1	5.833 pesos cuota a 1 año	X	
	1 Talento Humano	Fisioterapeuta Profesional	1	2.000.000 pesos	X	
		Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación	1	2.000.000 pesos	x	
	Recursos Tecnológicos	Celular	1	41.666 pesos cuota a 1 año	X	
		Portátil	1	62.500 pesos cuota a 1 año	X	

Tabla 26. Flujo de Caja Mes Junio

Mes	Tipo de Recurso		Cantidad	Precio	Costo Fijo	Costo Variable
Junio	Recurso Físico	Alquiler de la piscina	1	10.000 pesos	X	
	Recursos Técnicos	Kit Bandas elásticas	1	3.750 pesos cuota a 1 año	X	
		Hand Paddle	1 par	5.575 pesos cuota a 1 año	X	
		Mancuernas de espuma para piscina	1 par	6.500 pesos cuota a 1 año	X	
		Kickboard	1	6.333 pesos cuota a 1 año	X	
		Pullbuoy	1	7.541 pesos cuota a 1 año	X	
		Swim Keel	1	9.616 pesos cuota a 1 año	X	
		Tarjetas de presentación	83	12.450 pesos cuota a 1 año	X	
		Volantes o folletos impresos	83	8.300 pesos cuota a 1 año	X	
		Pósters publicitarios	1	5.833 pesos cuota a 1 año	X	

	1 Talento Humano	Fisioterapeuta Profesional	1	2.000.000 pesos	X	
		Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación	1	2.000.000 pesos	X	
	Recursos Tecnológicos	Celular	1	41.666 pesos cuota a 1 año	X	
		Portátil	1	62.500 pesos cuota a 1 año	X	

Tabla 27. Flujo de Caja Mes Julio

Mes	Tipo de Recurso		Cantidad	Precio	Costo Fijo	Costo Variable
Julio	Recurso Físico	Alquiler de la piscina	1	10.000 pesos	X	
	Recursos Técnicos	Kit Bandas elásticas	1	3.750 pesos cuota a 1 año	X	
		Hand Paddle	1 par	5.575 pesos cuota a 1 año	X	
		Mancuernas de espuma para piscina	1 par	6.500 pesos cuota a 1 año	X	

		Kickboard	1	6.333 pesos cuota a 1 año	X	
		Pullbuoy	1	7.541 pesos cuota a 1 año	X	
		Swim Keel	1	9.616 pesos cuota a 1 año	X	
		Tarjetas de presentación	83	12.450 pesos cuota a 1 año	X	
		Volantes o folletos impresos	83	8.300 pesos cuota a 1 año	X	
		Pósters publicitarios	1	5.833 pesos cuota a 1 año	X	
	1 Talento Humano	Fisioterapeuta Profesional	1	2.000.000 pesos	X	
		Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación	1	2.000.000 pesos	x	
	Recursos Tecnológicos	Celular	1	41.666 pesos cuota a 1 año	X	
		Portátil	1	62.500 pesos cuota a 1 año	X	

Tabla 28. Flujo de Caja Mes Agosto

Mes	Tipo de Recurso		Cantidad	Precio	Costo Fijo	Costo Variable
Agosto	Recurso Físico	Alquiler de la piscina	1	10.000 pesos	X	
	Recursos Técnicos	Kit Bandas elásticas	1	3.750 pesos cuota a 1 año	X	
		Hand Paddle	1 par	5.575 pesos cuota a 1 año	X	
		Mancuernas de espuma para piscina	1 par	6.500 pesos cuota a 1 año	X	
		Kickboard	1	6.333 pesos cuota a 1 año	X	
		Pullbuoy	1	7.541 pesos cuota a 1 año	X	
		Swim Keel	1	9.616 pesos cuota a 1 año	X	
		Tarjetas de presentación	83	12.450 pesos cuota a 1 año	X	
		Volantes o folletos impresos	83	8.300 pesos cuota a 1 año	X	
		Pósters publicitarios	1	5.833 pesos cuota a 1 año	X	

	1 Talento Humano	Fisioterapeuta Profesional	1	2.000.000 pesos	X	
		Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación	1	2.000.000 pesos	x	
	Recursos Tecnológicos	Celular	1	41.666 pesos cuota a 1 año	X	
		Portátil	1	62.500 pesos cuota a 1 año	X	

Tabla 29. Flujo de Caja Mes Septiembre

Mes	Tipo de Recurso		Cantidad	Precio	Costo Fijo	Costo Variable
Septiembre	Recurso Físico	Alquiler de la piscina	1	10.000 pesos	X	
	Recursos Técnicos	Kit Bandas elásticas	1	3.750 pesos cuota a 1 año	X	
		Hand Paddle	1 par	5.575 pesos cuota a 1 año	X	
		Mancuernas de espuma para piscina	1 par	6.500 pesos cuota a 1 año	X	
		Kickboard	1	6.333 pesos cuota a 1 año	X	

		Pullbuoy	1	7.541 pesos cuota a 1 año	X	
		Swim Keel	1	9.616 pesos cuota a 1 año	X	
		Tarjetas de presentación	83	12.450 pesos cuota a 1 año	X	
		Volantes o folletos impresos	83	8.300 pesos cuota a 1 año	X	
		Pósters publicitarios	1	5.833 pesos cuota a 1 año	X	
	1 Talento Humano	Fisioterapeuta Profesional	1	2.000.000 pesos	X	
		Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación	1	2.000.000 pesos	x	
	Recursos Tecnológicos	Celular	1	41.666 pesos cuota a 1 año	X	
		Portátil	1	62.500 pesos cuota a 1 año	X	

Tabla 30. Flujo de Caja Mes Octubre

Mes	Tipo de Recurso		Cantidad	Precio	Costo Fijo	Costo Variable
Octubre	Recurso Físico	Alquiler de la piscina	1	10.000 pesos	X	
	Recursos Técnicos	Kit Bandas elásticas	1	3.750 pesos cuota a 1 año	X	
		Hand Paddle	1 par	5.575 pesos cuota a 1 año	X	
		Mancuernas de espuma para piscina	1 par	6.500 pesos cuota a 1 año	X	
		Kickboard	1	6.333 pesos cuota a 1 año	X	
		Pullbuoy	1	7.541 pesos cuota a 1 año	X	
		Swim Keel	1	9.616 pesos cuota a 1 año	X	
		Tarjetas de presentación	83	12.450 pesos cuota a 1 año	X	
		Volantes o folletos impresos	83	8.300 pesos cuota a 1 año	X	
		Pósters publicitarios	1	5.833 pesos cuota a 1 año	X	

	1 Talento Humano	Fisioterapeuta Profesional	1	2.000.000 pesos	X	
		Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación	1	2.000.000 pesos	x	
	Recursos Tecnológicos	Celular	1	41.666 pesos cuota a 1 año	X	
		Portátil	1	62.500 pesos cuota a 1 año	X	

Tabla 31. Flujo de Caja Mes Noviembre

Mes	Tipo de Recurso		Cantidad	Precio	Costo Fijo	Costo Variable
No vie mbr e	Recurso Físico	Alquiler de la piscina	1	10.000 pesos	X	
	Recursos Técnicos	Kit Bandas elásticas	1	3.750 pesos cuota a 1 año	X	
		Hand Paddle	1 par	5.575 pesos cuota a 1 año	X	
		Mancuernas de espuma para piscina	1 par	6.500 pesos cuota a 1 año	X	
		Kickboard	1	6.333 pesos cuota a 1 año	X	

		Pullbuoy	1	7.541 pesos cuota a 1 año	X	
		Swim Keel	1	9.616 pesos cuota a 1 año	X	
		Tarjetas de presentación	83	12.450 pesos cuota a 1 año	X	
		Volantes o folletos impresos	83	8.300 pesos cuota a 1 año	X	
		Pósters publicitarios	1	5.833 pesos cuota a 1 año	X	
	1 Talento Humano	Fisioterapeuta Profesional	1	2.000.000 pesos	X	
		Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación	1	2.000.000 pesos	x	
	Recursos Tecnológicos	Celular	1	41.666 pesos cuota a 1 año	X	
		Portátil	1	62.500 pesos cuota a 1 año	X	

Tabla 32. Flujo de Caja Mes Diciembre

Mes	Tipo de Recurso		Cantidad	Precio	Costo Fijo	Costo Variable
Diciembre	Recurso Físico	Alquiler de la piscina	1	10.000 pesos	X	
	Recursos Técnicos	Kit Bandas elásticas	1	3.750 pesos cuota a 1 año	X	
		Hand Paddle	1 par	5.575 pesos cuota a 1 año	X	
		Mancuernas de espuma para piscina	1 par	6.500 pesos cuota a 1 año	X	
		Kickboard	1	6.333 pesos cuota a 1 año	X	
		Pullbuoy	1	7.541 pesos cuota a 1 año	X	
		Swim Keel	1	9.616 pesos cuota a 1 año	X	
		Tarjetas de presentación	87	13.050 pesos cuota a 1 año	X	
		Volantes o folletos impresos	87	8.700 pesos cuota a 1 año	X	
		Pósters publicitarios	1	5.833 pesos cuota a 1 año	X	

	1 Talento Humano	Fisioterapeuta Profesional	1	2.000.000 pesos	X	
		Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación	1	2.000.000 pesos	x	
	Recursos Tecnológicos	Celular	1	41.666 pesos cuota a 1 año	X	
		Portátil	1	62.500 pesos cuota a 1 año	X	

Todas las tablas anteriores son la representación de costos mes a mes durante todo un año.

²
¿Cuáles son los costes más importantes de nuestro modelo de negocio?

Los costes más importantes de Quafit son los desplazamientos desde y hasta las piscinas y la manutención de los canales de distribución para mantener una oferta constante en el mercado con el fin de atraer clientes.

¿Cuáles son los recursos clave más caros?

Los recursos clave más caros son los equipos de entrenamiento acuático y el salario de los profesionales que diseñan y desarrollan nuestra propuesta de valor.

¿Cuáles son las actividades clave más caras?

Las actividades clave más caras son la distribución de pósters publicitarios, tarjetas de presentación y folletos con los servicios de Quafit, ya que implica realizar múltiples desplazamientos por diversas zonas de la ciudad para que los clientes objetivo se interesen.

CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO

El impacto que Quafit tiene se ve reflejado a nivel social, económico y tecnológico; en cuanto al ámbito social este logra un impacto importante ya que al brindar soluciones a las personas con enfermedades crónicas no transmisibles y personas con lesiones osteomusculares; estas personas querrán replicar esos hábitos y creencias que los llevaron a un mejor estado; los clientes adoptarán esas creencias y hábitos benéficos para su vida.

De la mano con este impacto benéfico en la salud de nuestros clientes y las personas de su entorno, se encuentra que Quafit al brindar sus servicios está ayudando a nivel nacional a disminuir las estadísticas de sedentarismo, la estadística de personas con riesgo de mortalidad por enfermedades crónicas no transmisibles, también impacta en la reducción de casos de accidentes laborales y las enfermedades laborales.

Es así que Quafit tiene un impacto social en todos los niveles de la sociedad, lo que le permite ser un proyecto integral y coherente con la transformación de los hábitos y creencias sobre la salud, el bienestar y la calidad de vida de las personas en el contexto colombiano.

En cuanto al impacto económico observaremos que Quafit es una propuesta rentable y viable de realizar.

Tabla 32. Flujo de Caja Mes Enero

33	Mes	Enero		
Ingresos		Egresos		Saldo
Programas	1.970.000 pesos	Recursos	10.000 pesos	
Terapéuticos		Físicos		
Programas	de 7.020.000 pesos	Recursos	65.898 pesos	
Acondicionamiento		Técnicos		
		Talento	4.000.000 pesos	
		Humano		
		Recursos	104.166 pesos	
		Tecnológicos		
		Desplazamien	115.200 pesos	
		tos		
	8.990.000 pesos		4.295.264 pesos	4.694.736 pesos

Tabla 33. Flujo de Caja Mes Febrero

Mes	Febrero		
Ingresos		Egresos	Saldo
Programas	1.970.000 pesos	Recursos	10.000 pesos
Terapéuticos		Físicos	
Programas de	7.020.000 pesos	Recursos	65.898 pesos
Acondicionamiento		Técnicos	
		Talento	4.000.000 pesos
		Humano	
		Recursos	104.166 pesos
		Tecnológicos	
		Desplazamientos	115.200 pesos
	8.990.000 pesos		4.295.264 pesos
			4.694.736 pesos

Tabla 34. Flujo de Caja Mes Marzo

Mes	Marzo		
Ingresos		Egresos	Saldo
Programas	1.970.000 pesos	Recursos	10.000 pesos
Terapéuticos		Físicos	
Programas de	7.020.000 pesos	Recursos	65.898 pesos
Acondicionamiento		Técnicos	
		Talento	4.000.000 pesos
		Humano	
		Recursos	104.166 pesos
		Tecnológicos	
		Desplazamientos	115.200 pesos
	8.990.000 pesos		4.295.264 pesos
			4.694.736 pesos

Tabla 35. Flujo de Caja Mes Abril

Mes	Abril		
Ingresos		Egresos	Saldo
Programas	1.970.000 pesos	Recursos	10.000 pesos
Terapéuticos		Físicos	
Programas de	7.020.000 pesos	Recursos	65.898 pesos
Acondicionamiento		Técnicos	
		Talento	4.000.000 pesos
		Humano	
		Recursos	104.166 pesos
		Tecnológicos	
		Desplazamientos	115.200 pesos
	8.990.000 pesos		4.295.264 pesos
			4.694.736 pesos

Tabla 36. Flujo de Caja Mes Mayo

Mes	Mayo		
Ingresos		Egresos	Saldo
Programas	1.970.000 pesos	Recursos	10.000 pesos
Terapéuticos		Físicos	
Programas de	7.020.000 pesos	Recursos	65.898 pesos
Acondicionamiento		Técnicos	
		Talento	4.000.000 pesos
		Humano	
		Recursos	104.166 pesos
		Tecnológicos	
		Desplazamientos	115.200 pesos
	8.990.000 pesos		4.295.264 pesos
			4.694.736 pesos

Tabla 37. Flujo de Caja Mes Junio

Mes	Junio		
Ingresos		Egresos	Saldo
Programas	1.970.000 pesos	Recursos	10.000 pesos
Terapéuticos		Físicos	
Programas de	7.020.000 pesos	Recursos	65.898 pesos
Acondicionamiento		Técnicos	
		Talento	4.000.000 pesos
		Humano	
		Recursos	104.166 pesos
		Tecnológicos	
		Desplazamientos	115.200 pesos
	8.990.000 pesos		4.295.264 pesos
			4.694.736 pesos

Tabla 38. Flujo de Caja Mes Julio

Mes	Julio		
Ingresos		Egresos	Saldo
Programas	1.970.000 pesos	Recursos	10.000 pesos
Terapéuticos		Físicos	
Programas de	7.020.000 pesos	Recursos	65.898 pesos
Acondicionamiento		Técnicos	
		Talento	4.000.000 pesos
		Humano	
		Recursos	104.166 pesos
		Tecnológicos	
		Desplazamientos	115.200 pesos
	8.990.000 pesos		4.295.264 pesos
			4.694.736 pesos

Tabla 39. Flujo de Caja Mes Agosto

Mes	Agosto		
Ingresos		Egresos	Saldo
Programas	1.970.000 pesos	Recursos	10.000 pesos
Terapéuticos		Físicos	
Programas de	7.020.000 pesos	Recursos	65.898 pesos
Acondicionamiento		Técnicos	
		Talento	4.000.000 pesos
		Humano	
		Recursos	104.166 pesos
		Tecnológicos	
		Desplazamientos	115.200 pesos
	8.990.000 pesos		4.295.264 pesos
			4.694.736 pesos

Tabla 40. Flujo de Caja Mes Septiembre

Mes	Septiembre		
Ingresos		Egresos	Saldo
Programas	1.970.000 pesos	Recursos	10.000 pesos
Terapéuticos		Físicos	
Programas de	7.020.000 pesos	Recursos	65.898 pesos
Acondicionamiento		Técnicos	
		Talento	4.000.000 pesos
		Humano	
		Recursos	104.166 pesos
		Tecnológicos	
		Desplazamientos	115.200 pesos
	8.990.000 pesos	4.295.264 pesos	4.694.736 pesos

Tabla 41. Flujo de Caja Mes Octubre

Mes	Octubre		
Ingresos		Egresos	Saldo
Programas	1.970.000 pesos	Recursos	10.000 pesos
Terapéuticos		Físicos	
Programas de	7.020.000 pesos	Recursos	65.898 pesos
Acondicionamiento		Técnicos	
		Talento	4.000.000 pesos
		Humano	
		Recursos	104.166 pesos
		Tecnológicos	
		Desplazamientos	115.200 pesos
	8.990.000 pesos		4.295.264 pesos
			4.694.736 pesos

Tabla 42. Flujo de Caja Mes Noviembre

Mes	Noviembre		
Ingresos		Egresos	Saldo
Programas	1.970.000 pesos	Recursos	10.000 pesos
Terapéuticos		Físicos	
Programas de	7.020.000 pesos	Recursos	65.898 pesos
Acondicionamiento		Técnicos	
		Talento	4.000.000 pesos
		Humano	
		Recursos	104.166 pesos
		Tecnológicos	
		Desplazamientos	115.200 pesos
	8.990.000 pesos		4.295.264 pesos
			4.694.736 pesos

Tabla 43. Flujo de Caja Mes Diciembre

Mes	Enero		
Ingresos		Egresos	Saldo
Programas	1.970.000 pesos	Recursos Físicos	10.000 pesos
Terapéuticos			
Programas de	7.020.000 pesos	Recursos Técnicos	65.898 pesos
Acondicionamiento			
		Talento Humano	4.000.000 pesos
		Recursos	104.166 pesos
		Tecnológicos	
		Desplazamientos	115.200 pesos
	8.990.000 pesos		4.295.264 pesos
			4.694.736 pesos

Tabla 44. Flujo de Caja Anual

Año	2020		
Ingresos		Egresos	Saldo
Servicios	107.880.000 pesos	Recursos	51.543.168 pesos
			56.336.832 pesos
	100%		47,77 %
			52,22 %

Las tablas de la 32 a la 44 muestran el flujo de caja mes a mes y anual de Quafit en su primer año, ya que en el segundo año los costos se modifican porque ya no se necesita invertir en implementos, sino en el mantenimiento de los mismos.

Tabla 45. Balance General

Balance General		Fecha:		1 de Enero de 2020	
Activo		Pasivo		Patrimonio	
Pago por sesión de terapia	70.000 pesos	Kit Bandas elásticas	42.200 pesos	Total Patrimonio	2.821.100 pesos
Pago por programa terapéutico básico	350.000 pesos	Hand Paddle	71.600 pesos		
Pago por programa terapéutico avanzado	650.000 pesos	Mancuernas de espuma para piscina	78.000 pesos		
Pago por programa terapéutico de acompañamiento	900.000 pesos	Kickboard	76.000 pesos		
Pago por entrenamiento de adaptación	900.000 pesos	Pullbuoy	90.500 pesos		
Pago por entrenamiento de consolidación	2.520.000 pesos	Swim Keel	115.400 pesos		

Pago por entrenamiento de acompañamiento	3.600.000 pesos	Tarjetas de presentación	150.000 pesos		
Total activo corriente	8.990.000 pesos	Volantes o folletos impresos	100.000 pesos		
Total activo no corriente	0 pesos	Pósters publicitarios	70.000 pesos		
Total activo	8.990.000 pesos	Celular	500.000 pesos		
		Portátil	750.000 pesos		
		Total pasivo corriente	2.043.700 pesos		
		Fisioterapeuta Profesional	2.000.000 pesos		
		Profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación	2.000.000 pesos		
		Desplazamientos	115.200 pesos		
		Alquiler de la piscina	10.000 pesos		
		Total pasivo a largo plazo	4.125.200 pesos		

		Total pasivo	6.168.900 pesos	Total pasivo y patrimonio	80990.000
--	--	---------------------	-----------------	----------------------------------	-----------

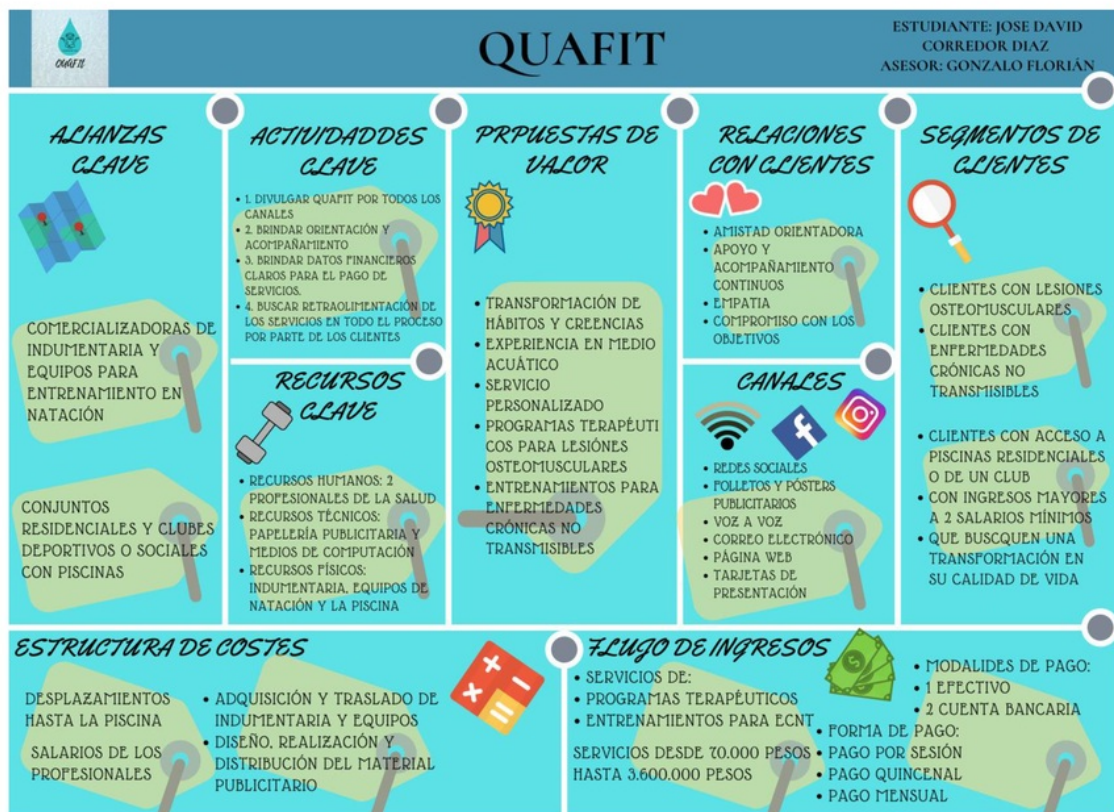
La tabla 45 muestra el balance general de Quafit para la fecha del 1 de Enero del 2020; este evidencia una coherencia entre los activos y la suma de los pasivos más el patrimonio, permitiendo así que no hayan desequilibrios financieros.

Tasa interna de retorno y Valor presente neto

Estas herramientas financieras nos van a permitir saber que tan rentable es Quafit como proyecto de negocio.

Año	Flujos Quafit	TIR	VPN
0	-51543168	110%	162.141.969
1	56336832		
2	58497480		
3	58497480		
4	58497480		
5	58497480		
6	58497480		

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ¹² Broach, E. (2012). Evidence based practice and techniques in aquatic therapy for recreation therapy. *African Journal for Physical, Health Education, Recreation and Dance*, December 2012 (Supplement 3), 40-51.
- Fondo de Riesgos Laborales. (s.f.). Estadísticas 2018 – ²⁴ Fondo de Riesgos Laborales. Recuperado 19 marzo, 2019, de http://www.fondoriesgoslaborales.gov.co/info_estadistica/estadisticas-2018/
- González Muralles, H. J. (2012). *Manual Técnico de Diseño y Construcción de Piscinas* (Ed. rev.). ⁴⁰ Recuperado de http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/02/02_3311.pdf ¹⁴
- Hinman, R. S, Heywood, S. E, & Day, A. R. (2007, enero). Aquatic physical therapy for hip and knee osteoarthritis: results of a single-blind randomized controlled trial. - ³¹ PubMed - NCBI. Recuperado 8 mayo, 2019, de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/17142642>
- ⁶ Il-Myeong Kim, Sung-Jin Kim, Hae-Ryoung Park, Ji-Hyang Lim, Sung-Woon Kim. (Octubre 2015). The Long-Term Effect of Aquarobics Exercise Program on Physical Function and Mental Health in Elderly Women. *Indian Journal of Science and Technology*, 8, 12. 14/03/2019, De EBSCO Base de datos.
- ⁹ Instituto Nacional de Artritis y Enfermedades Musculoesqueléticas y de la Piel Institutos Nacionales de la Salud. (2014, Noviembre). ¿Qué son las lesiones deportivas? Recuperado 17 abril, 2019, de https://www.niams.nih.gov/sites/default/files/catalog/files/sports_injuries_ff_espanol.pdf ²⁷

Localidad Barrios Unidos [mapa].⁴ Recuperado de: <http://www.sdp.gov.co/gestion-estudios-estrategicos/estratificacion/estratificacion-por-localidad>

Localidad Chapinero [mapa].⁴ Recuperado de: <http://www.sdp.gov.co/gestion-estudios-estrategicos/estratificacion/estratificacion-por-localidad>

Localidad Fontibón [mapa].⁴ Recuperado de: <http://www.sdp.gov.co/gestion-estudios-estrategicos/estratificacion/estratificacion-por-localidad>

Localidad Suba [mapa].⁴ Recuperado de: <http://www.sdp.gov.co/gestion-estudios-estrategicos/estratificacion/estratificacion-por-localidad>

Localidad Teusaquillo [mapa].⁴ Recuperado de: <http://www.sdp.gov.co/gestion-estudios-estrategicos/estratificacion/estratificacion-por-localidad>

Localidad Usaquén [mapa].⁴ Recuperado de: <http://www.sdp.gov.co/gestion-estudios-estrategicos/estratificacion/estratificacion-por-localidad>

⁵ Ministerio de Salud y Protección Social de Colombia. (2017, 21 noviembre). Gobierno presenta Encuesta Nacional de Situación Nutricional de Colombia (ENSIN) 2015 [Comunicado de prensa]. Recuperado 8 mayo, 2019, de <https://www.minsalud.gov.co/Paginas/Gobierno-presenta-Encuesta-Nacional-de-Situaci%C3%B3n-Nutricional-de-Colombia-ENSIN-2015.aspx>

¹⁰ Nandy Fajardo-López, N., & Fabiola Moscoso-Alvarado, F. (2013, 1 octubre). Entrenamiento de la capacidad aeróbica por medio de la terapia acuática en niños con parálisis cerebral tipo diplegia espástica | Fajardo-López | Revista de la Facultad de Medicina. Recuperado 27 marzo, ²⁰2019, de <https://revistas.unal.edu.co/index.php/revfacmed/article/view/42777/47613>

¹⁶ Palomba, R. (2002, 24 julio). Calidad de Vida: Conceptos y medidas [Presentación de powerpoint]. Recuperado 17 abril, 2019, de https://www.cepal.org/celade/agenda/2/10592/envejecimientorpl_ppt.pdf

¹⁹ Rodríguez Fuentes, G., & Iglesias Santos, R. (2002). Bases físicas de la hidroterapia. Recuperado 26 marzo, 2019, de http://www.sld.cu/galerias/pdf/sitios/rehabilitacion-fis/bases_fisicas_de_la_hidroterapia.pdf

¹¹ Vinuesa Lope, M., & Vinuesa Jiménez, I. (2016). *Conceptos y métodos para el entrenamiento físico* (Ed. rev.). Recuperado de https://publicaciones.defensa.gob.es/media/downloadable/files/links/c/o/conceptos-y-m_todos-para-el-entrenamiento-f_sico.pdf

QUAFIT

INFORME DE ORIGINALIDAD

12%

INDICE DE SIMILITUD

9%

FUENTES DE
INTERNET

3%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL
ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1

Submitted to Universidad Santo Tomas

Trabajo del estudiante

2%

2

prezi.com

Fuente de Internet

1%

3

Submitted to Gimnasio Campestre San Rafael

Trabajo del estudiante

1%

4

Submitted to Universidad Militar Nueva Granada

Trabajo del estudiante

1%

5

www.fiancolombia.org

Fuente de Internet

<1%

6

www.halliwicktherapy.org

Fuente de Internet

<1%

7

www.alcaldiabogota.gov.co

Fuente de Internet

<1%

8

www.authorstream.com

Fuente de Internet

<1%

9

Submitted to Colegio Anglo Colombiano

Trabajo del estudiante

<1%

10	www.asociacionaidea.com Fuente de Internet	<1 %
11	Submitted to Universidad Anahuac México Sur Trabajo del estudiante	<1 %
12	Submitted to University of Newcastle Trabajo del estudiante	<1 %
13	senaregionalvalle.wordpress.com Fuente de Internet	<1 %
14	Submitted to Hawaii Pacific University Trabajo del estudiante	<1 %
15	issuu.com Fuente de Internet	<1 %
16	Submitted to Universidad de Lima Trabajo del estudiante	<1 %
17	Submitted to Instituto Superior de Artes, Ciencias y Comunicación IACC Trabajo del estudiante	<1 %
18	revistas.unal.edu.co Fuente de Internet	<1 %
19	Submitted to Universidad Internacional Isabel I de Castilla Trabajo del estudiante	<1 %
20	Submitted to University College London Trabajo del estudiante	<1 %

21	www.asivamosensalud.org Fuente de Internet	<1 %
22	www.ceub.edu.bo Fuente de Internet	<1 %
23	steemit.com Fuente de Internet	<1 %
24	Submitted to Fundación Universitaria del Area Andina Trabajo del estudiante	<1 %
25	Submitted to INACAP Trabajo del estudiante	<1 %
26	repository.unad.edu.co Fuente de Internet	<1 %
27	Submitted to Maryland University of Integrative Health Trabajo del estudiante	<1 %
28	Submitted to Universidad San Francisco de Quito Trabajo del estudiante	<1 %
29	neelanguages.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
30	320digital.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
31	www.aladuino.com.mx	

Fuente de Internet

<1 %

32

www.clarauribe.com

Fuente de Internet

<1 %

33

es.scribd.com

Fuente de Internet

<1 %

34

Submitted to The University of Manchester

Trabajo del estudiante

<1 %

35

Submitted to Systems Link

Trabajo del estudiante

<1 %

36

174.129.218.71

Fuente de Internet

<1 %

37

docplayer.es

Fuente de Internet

<1 %

38

www.deportes.gov.ar

Fuente de Internet

<1 %

39

scielo.isciii.es

Fuente de Internet

<1 %

40

www.fadp.edu.co

Fuente de Internet

<1 %

41

www.conocemimundo.com

Fuente de Internet

<1 %

42

www.munitrujillo.gob.pe

Fuente de Internet

<1 %

43	pfizer.es Fuente de Internet	<1 %
44	www.cuao.edu.co Fuente de Internet	<1 %
45	www.scielo.org.co Fuente de Internet	<1 %
46	ribuc.ucp.edu.co:8080 Fuente de Internet	<1 %
47	repository.eafit.edu.co Fuente de Internet	<1 %
48	Submitted to London School of Economics and Political Science Trabajo del estudiante	<1 %
49	upcommons.upc.edu Fuente de Internet	<1 %
50	www.debate-cultural.org.ve Fuente de Internet	<1 %
51	Submitted to Universidad Pontificia Bolivariana Trabajo del estudiante	<1 %
52	spamzoo.blogspot.com Fuente de Internet	<1 %
53	digibug.ugr.es Fuente de Internet	<1 %

54

oa.upm.es

Fuente de Internet

<1 %

55

Submitted to Pontificia Universidad Catolica del Peru

Trabajo del estudiante

<1 %

56

John E. Spillan, Nicholas Virzi. "Chapter 9 Looking to the Future", Springer Science and Business Media LLC, 2017

Publicación

<1 %

57

Submitted to Universidad del Norte, Colombia

Trabajo del estudiante

<1 %

58

Submitted to Universidad Nacional de Colombia

Trabajo del estudiante

<1 %

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias

Apagado

Excluir bibliografía

Apagado