



**AFEP CENTER**

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

**Responsables:**

DANIEL ALBERTO DIAZ

CRISTIAN CAMILO MORALES MARTINEZ

**Asesor:**

JUAN CARLOS CORREDOR HERNANDEZ

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS**

**Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación Bogotá D.C.**

**Noviembre 2023**

## TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN .....	3
NOMBRE.....	4
LOGOTIPO.....	4
SLOGAN .....	5
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA.....	5
MISION .....	7
VISION .....	7
MARCO NORMATIVO .....	7
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....	8
CAPITULO I: PROPUESTA DE VALOR.....	11
CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO.....	13
CAPITULO III: CANALES .....	15
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES .....	18
CAPITULO V: INGRESOS.....	20
CAPITULO VI: ASOCIACIONES CLAVES .....	25
CAPITULO VII: RECURSOS CLAVES.....	27
CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES .....	30
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS .....	33
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA .....	36
MODELO CANVAS.....	38
REFERENCIAS.....	38

## INTRODUCCIÓN

En el mundo del fitness (acondicionamiento físico) existen variedades sin fin de gimnasios enfocados en la comodidad de los clientes, dejando a un lado de cierta manera a todos aquellos entrenadores que son los encargados de cambiar estos procesos en dichas personas. Esta carencia de acompañamiento (orientación y apoyo) por parte de profesionales puede limitar la efectividad y el alcance de los objetivos de salud y bienestar que muchos individuos buscan alcanzar (Katch, McArdle y Katch, 2001).

Surge la iniciativa de un grupo de estudiantes de Cultura Física para crear la empresa AFEP CENTER con el propósito de brindar un enfoque único al entrenamiento deportivo. La relevancia del fitness y del acondicionamiento físico como procesos de mejora de la salud ha sido destacada por autores como McArdle, Katch y Katch en su obra "Exercise Physiology: Nutrition, Energy, and Human Performance" (2001).

En este contexto, la programación del ejercicio toma un papel crucial para maximizar los resultados de la actividad física y el entrenamiento. Fleck y Kraemer enfatizan la importancia de una planificación adecuada para lograr un progreso sostenible (2012)

La visión de AFEP CENTER es promover el ejercicio como medio para alcanzar una vida saludable y plena, un enfoque respaldado por autores como Hales en su obra "An Invitation to Health: Live It Now!" (1997).

La empresa se compromete a llenar la brecha existente en el mercado, ofreciendo un acompañamiento integral y una experiencia transformadora, alineada con la visión de Knapik y Steelman en su libro "Strength and Conditioning: Biological Principles and Practical Applications" (2016).

La formación en disciplinas como la morfofisiología, fisiología, biomecánica, entrenamiento personal y prescripción del ejercicio proporciona las bases académicas para la propuesta de AFEP CENTER. La empresa busca elevar el estándar de calidad en el ámbito del fitness y el bienestar, inspirándose en autores como Baechle y Earle en su obra "Essentials of Strength Training and Conditioning" (2011).

AFEP CENTER aspira a ser reconocido a nivel nacional e internacional, llevando adelante la visión de generar un impacto diferenciador en el campo del fitness y el acondicionamiento físico (Knapik & Steelman, 2016).

AFEP CENTER nace con la misión de brindar un enfoque único al entrenamiento deportivo, promoviendo el ejercicio no solo como una actividad física, sino como un medio para alcanzar una vida saludable y plena. Nuestro propósito es generar un impacto diferenciador en comparación con otros gimnasios existentes en el mercado. Aspiramos a que tanto entrenadores como alumnos experimenten una verdadera transformación al unirse a nuestra comunidad, marcando una distancia palpable de las cadenas convencionales de gimnasios como Bodytech y Smartfit, entre otros.

## **NOMBRE**

AFEP CENTER (Centro de acondicionamiento físico por entrenadores personales)

## **LOGOTIPO**

### **Hombre**

Representación de los creadores y fundadores de AFEP CENTER

### **Circulo Alrededor Del Hombre**

Representa la idea central de llegar a cumplir sus objetivos

### **Estrella En El Pecho**

Éxito, sentirse orgulloso de dar lo mejor y en la empresa ofrecer el mejor servicio y ser reconocidos

### **Corona Triunfal**

La victoria por parte de la empresa en cumplir objetivos y metas de cada cliente y que cada cliente salga delante de lo mejor de sí para cumplir dichos propósitos

### **Color Negro**

Profesionalismo y seriedad en prestar un servicio

### **Color Rosa Claro**

Amabilidad calidez y pasión



## **SLOGAN**

Eres tu propio limite, Cada día nuestros clientes deben superarse ellos mismos para ser mejores, no hay competencia con los demás, solo competencia con uno mismo si no se logran las cosas es por el esfuerzo y dedicación que cada uno pone por tal razón siempre el limitan de lograr las cosas y el esfuerzo es uno mismo

## **FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA**

En AFEP CENTER, nuestra empresa se fundamenta en valores humanistas que guían cada aspecto de nuestro quehacer. El respeto, arraigado en la filosofía de Santo Tomás de Aquino, se erige como pilar fundamental. "El respeto es la base de cualquier relación armoniosa", nos recuerda Aquino, enfatizando la importancia de tratar a cada individuo con dignidad y consideración (Martinez,2016).

La diversidad, que refleja la riqueza de nuestras diferencias, se entrelaza con la visión de la Cátedra Humanista. Como expresó María Zambrano, destacada filósofa, "la diversidad

es el canto y la promesa de la vida" (Saltzman,2022). Reconocemos y celebramos la variedad de perspectivas y experiencias, pues estas enriquecen nuestro enfoque y fortalecen nuestra comunidad.

La calidad, una búsqueda constante en nuestra empresa, es respaldada por las palabras de W. Edwards Deming, experto en gestión de calidad: "No hay sustituto para la calidad" (Deming, 1989). Esta afirmación resalta nuestra dedicación a proporcionar servicios excepcionales y a superar las expectativas, elevando nuestros estándares día tras día.

La creatividad y la innovación, valores que nos impulsan a la excelencia, son inspiradas por el pensamiento de Steve Jobs: "La creatividad es simplemente conectar cosas" (Cooper, 2014). Este enfoque nos motiva a combinar elementos únicos y a pensar de manera única para ofrecer soluciones frescas y dinámicas a nuestros clientes.

Por último, la fidelidad y la unión, valores intrínsecos en la Cátedra Humanista, son fundamentales para construir relaciones sólidas en nuestro equipo. Como lo expresó Mahatma Gandhi, líder y pensador, "la fidelidad a pocas cosas es suficiente" (Gianzo, 2021). Estamos comprometidos con mantener la confianza y el apoyo mutuo entre todos los miembros de nuestra empresa, forjando una comunidad unida y resiliente.

A través de la adopción de estos valores humanistas, nos esforzamos por crear un entorno en el cual nuestros clientes, nuestro equipo y nuestra empresa puedan prosperar en armonía. La fundamentación humanista en nuestra empresa, AFEP CENTER, se refleja en nuestros valores empresariales, los cuales están enraizados en la filosofía del respeto, la diversidad, la calidad, la creatividad y la fidelidad. Estos valores nos guían en la búsqueda constante de la excelencia y en la construcción de relaciones significativas tanto con nuestros clientes como con nuestro equipo interno. A través de la incorporación de estos valores humanistas en nuestra empresa, buscamos no solo ofrecer servicios excepcionales en el ámbito

del fitness y el entrenamiento deportivo, sino también cultivar un ambiente en el que todas las personas involucradas puedan crecer, prosperar y sentirse valoradas.

### **MISION**

En AFEP CENTER, nos dedicamos a potenciar el éxito de nuestros entrenadores personales y, a través de ellos, transformar la salud y el bienestar de nuestros clientes. Brindamos servicios de fitness de alta calidad, ofreciendo a nuestros entrenadores las herramientas y el entorno propicio para inspirar y guiar a las personas hacia un estilo de vida activo y saludable. Nos comprometemos a ser el apoyo incondicional de nuestros entrenadores personales, proporcionándoles instalaciones modernas, programas de entrenamiento innovadores y un equipo profesional dedicado a maximizar su impacto positivo

### **VISION**

Visualizamos AFEP CENTER como el epicentro del desarrollo profesional para entrenadores personales, destacándonos por ser un referente en la industria del fitness. Buscamos ofrecer programas y servicios que no solo transformen la vida de nuestros clientes, sino que también empoderen y enriquezcan la trayectoria de nuestros entrenadores personales. Nuestra visión es ser reconocidos como el aliado indispensable de los entrenadores en su búsqueda de excelencia y éxito, contribuyendo así al crecimiento continuo de la comunidad fitness

### **MARCO NORMATIVO**

#### **Cumplimiento Legal**

AFEP CENTER se compromete a operar cumpliendo con todas las leyes y regulaciones relacionadas con el fitness y el bienestar, asegurando un entorno legalmente sólido para el trabajo de los entrenadores personales.

#### **Ética y Profesionalismo**

La ética y el profesionalismo serán los principios fundamentales en todas las interacciones con entrenadores personales, clientes y otros profesionales del fitness. AFEP CENTER fomentará un ambiente basado en la integridad y el respeto mutuo.

### **Desarrollo Integral de los Entrenadores**

AFEP CENTER se compromete a ofrecer programas de desarrollo profesional continuo, asegurando que los entrenadores personales cuenten con las habilidades y conocimientos más actualizados para brindar servicios de calidad excepcional.

### **Diversidad e Inclusión**

AFEP CENTER promoverá la diversidad y la inclusión en todas las áreas de su operación, asegurándose de que todos los entrenadores personales se sientan valorados y respaldados, independientemente de su origen o identidad.

### **Seguridad y Salud Ocupacional**

La seguridad y salud de los entrenadores personales serán prioridades. AFEP CENTER implementará medidas efectivas para garantizar un entorno de trabajo seguro y saludable.

### **Transparencia en la Comunicación**

AFEP CENTER se compromete a mantener una comunicación clara y transparente con los entrenadores personales, asegurando una comprensión mutua de servicios, políticas y oportunidades de desarrollo

Este marco normativo refleja el enfoque centrado en el apoyo y desarrollo de los entrenadores personales en AFEP CENTER.

## **INVESTIGACIÓN DE MERCADOS**

La investigación de mercado llevada a cabo por AFEP CENTER es esencial para comprender y abordar las necesidades no satisfechas en el mercado del fitness. La empresa se enfoca en tres pilares fundamentales: el logro de objetivos, el acompañamiento constante y la

obtención de resultados tangibles. Estos aspectos son cruciales en un contexto donde los gimnasios convencionales a menudo dejan insatisfechos a los clientes en términos de alcanzar sus metas de acondicionamiento físico.

Una de las propuestas clave de AFEP CENTER es proporcionar un enfoque integral y personalizado para satisfacer estas necesidades. Mediante el seguimiento cercano y la planificación detallada, la empresa se compromete a ayudar a los clientes a lograr sus objetivos de manera gradual y sostenible. Esta atención individualizada es una respuesta directa a la insatisfacción comúnmente experimentada en los gimnasios tradicionales.

Otro aspecto relevante identificado por la investigación es el desafío que enfrentan los entrenadores personales para brindar sus servicios en gimnasios comerciales. La restricción económica de tener que pagar una mensualidad adicional para entrenar a sus propios clientes puede ser una barrera significativa. AFEP CENTER aprovecha esta oportunidad, ofreciendo una plataforma donde los entrenadores pueden ejercer su labor sin limitaciones financieras. Esto no solo beneficia a los entrenadores, sino que también enriquece la oferta de servicios de la empresa, creando un círculo virtuoso de colaboración.

El análisis competitivo presentado en forma de tabla demuestra la diversidad de competidores en el mercado del fitness. Esta evaluación de la competencia es esencial para posicionarse de manera efectiva y destacar en este sector competitivo. La información sobre los competidores, sus servicios y precios proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas.

Tabla 1

<i>Nombre, precios y servicio que ofrece la competencia de gimnasios</i>		
NOMBRE	SERVICIO	PRECIO
STARK Smart gym	Zona de musculación, cardio, clases grupales	\$89,900
Smart fit	Zona de musculación, cardio, clases grupales	\$79,900
Bodytech	Zona de musculación	\$175,000

FITNESS 24 SEVEN	Zona solo para mujeres, acceso a la plataforma	\$59,000
SPINNING CENTER GYM	Todas las sedes, todas las zonas	\$89,000

*Nota:* Esta tabla refleja la diversidad de competidores en términos de servicios y precios, lo que nos ha proporcionado una visión completa del mercado en el que operamos.

Tabla2

*Matriz DOFA de competencias*

Competidor	fortalezas	Oportunidades	Debilidades	Amenazas
STARK Smart gym	- Tecnología avanzada en equipos y seguimiento.	- Posibilidad de expansión a nuevas ubicaciones.	- Costos de membresía relativamente altos.	- Entrada de nuevos competidores con tecnología similar.
Smart fit	- Modelo de bajo costo y membresías pagaderas.	- Demanda creciente de servicios de fitness.	- Posiblemente menos enfoque en servicios personalizados.	- Competencia intensa en precios con otros gimnasios.
Bodytech	- Reconocimiento de marca y ubicaciones premium.	- Tendencia creciente hacia estilos de vida saludables.	- Costos de membresía más elevados que algunos competidores.	- Posibilidad de pérdida de clientes por precios altos.
FITNESS 24 SEVEN	- Acceso 24/7 y flexibilidad en horarios.	- Creación de programas exclusivos para miembros.	- Limitación en servicios de entrenamiento personalizado.	- Competencia con gimnasios locales en ubicaciones clave.
SPINNING CENTER GYM	- Especialización en programas de hilatura.	- Tendencia creciente hacia entrenamientos especializados.	- Menos diversidad en términos de equipos y servicios.	- Posible saturación del mercado en programas de spinning.

*Nota:* Esta tabla de DOFA ayuda a la empresa a determinar las posibles falencias de cada uno

Al concluir el análisis DOFA, AFEP CENTER se enfoca en identificar las posibles falencias de sus competidores para trazar estrategias sólidas basadas en estas observaciones. La detección de debilidades, como costos altos y limitaciones en servicios personalizados, proporciona información valiosa. La empresa busca destacar sus fortalezas y abordar las

deficiencias identificadas. A través de su modelo de negocio centrado en la personalización, integral y flexibilidad establece un estándar más alto en la industria del fitness.

La propuesta de valor, centrada en la oferta de un espacio sin restricciones económicas para entrenadores personales es una estrategia inteligente, reconociendo la importancia crucial de estos profesionales en la experiencia del cliente. Los entrenadores personales no solo son vistos como proveedores de servicios, sino como aliados clave en el fitness de los clientes , brindando motivación, orientación experta y una conexión personal que va más allá de lo convencional. Con un enfoque integral y valores humanistas, la empresa está bien posicionada para brindar servicios en el competitivo panorama del fitness.

## **CAPITULO I: PROPUESTA DE VALOR**

La propuesta de valor de AFEP CENTER se presenta como el corazón de nuestra visión, representando cómo nos destacamos en un mercado lleno de opciones. Siguiendo la definición de Michael Lanning y Edward Michaels (2015) en "Value Proposition Design", nuestra propuesta de valor es la esencia que motiva a nuestros clientes a elegirnos y cómo esperamos que experimenten nuestra oferta.

Propuesta de Valor de AFEP CENTER, Te ofrecemos mucho más que un gimnasio. Nuestra propuesta de valor se basa en un enfoque humano y personalizado que te acompaña en cada paso de tu viaje de fitness. A través de la atención dedicada de nuestros entrenadores certificados y la planificación meticulosa de programas de entrenamiento, te brindamos el soporte necesario para alcanzar tus objetivos de salud y bienestar. Valoramos la diversidad, la calidad y la creatividad, asegurándonos de que tu experiencia en nuestro gimnasio sea significativa y transformadora. Además, no solo cuidamos de nuestros clientes, sino también de nuestros entrenadores, permitiéndoles ejercer su labor sin restricciones financieras y proporcionándoles oportunidades de crecimiento. Nuestra comunidad unida y comprometida te brinda un entorno donde puedes prosperar y alcanzar tu máximo potencial."

Dentro de este contexto de valor excepcional, AFEP CENTER ofrece un amplio abanico de clases y certificaciones que se ajustan a las necesidades y metas de cada individuo. Desde entrenamiento funcional y cardio hasta yoga y mindfulness, nuestros expertos entrenadores imparten clases diseñadas para desafiar y nutrir a nuestros clientes. Además, ofrecemos certificaciones especializadas que permiten a aquellos que desean profundizar sus conocimientos y habilidades en áreas específicas del fitness tener la oportunidad de hacerlo.

La versatilidad también se refleja en nuestras opciones de paquetes y precios. Reconocemos que cada persona es única y sus necesidades son diferentes, por lo que hemos diseñado una gama de paquetes que varían en acceso a clases, sesiones de entrenamiento personal, uso de instalaciones y certificaciones. Esto proporciona a nuestros clientes y entrenadores la libertad de elegir el paquete que mejor se adapte a sus objetivos y presupuesto, asegurando una experiencia personalizada y flexible para cada individuo.

En resumen, la propuesta de valor de AFEP CENTER va más allá de ser un simple eslogan; es un compromiso profundo con la transformación personal, la atención integral y los valores humanos, todo ello centrado en el cliente. Nuestro tipo de propuesta de valor se basa en la personalización, la integral y la flexibilidad como elementos fundamentales. A través de la oferta de servicios exclusivos y adaptados a las necesidades individuales, buscamos establecer una conexión emocional con nuestros clientes. No solo nos enfocamos en brindar resultados físicos, sino en proporcionar una experiencia transformadora y significativa.

Esta estrategia de propuesta de valor se integra de manera coherente con un modelo de negocio orientado a la diferenciación y la fidelización. Aquí, la calidad del servicio y la atención a las necesidades específicas ocupan un lugar prioritario. Nuestro enfoque se centra en ofrecer una experiencia de fitness única, enraizada en valores como el respeto, la diversidad, la calidad, la creatividad y la fidelidad. Con una amplia gama de servicios que incluyen opciones para clientes propios, entrenadores personales externos y cursos/certificaciones, nos

comprometemos a crear un entorno propicio para que las personas prosperen y alcancen su máximo potencial.

## **CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO**

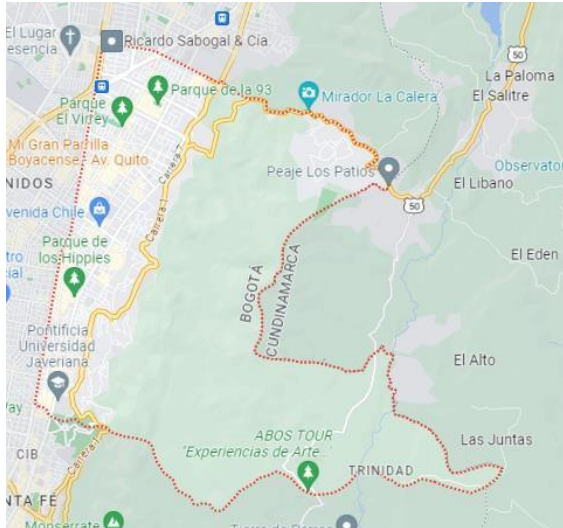
El segmento de mercado de AFEP CENTER se caracteriza por una diversidad de perfiles que buscan mejorar su bienestar físico y mental. Como menciona Philip Kotler (2013) en su obra "Marketing Management", la segmentación de mercado permite a las empresas comprender y atender las necesidades específicas de grupos de consumidores únicos.

### **Segmento Demográfico**

Este enfoque se centra en la edad y el estado de salud de los individuos. Los jóvenes adultos, que abarcan edades de 18 a 35 años, buscan mantenerse activos y en forma, mientras que los adultos mayores, con edades de 55 años en adelante, desean preservar su salud y vitalidad. El estatus de salud varía desde personas con condiciones médicas controladas hasta aquellos que buscan prevenir problemas de salud futuros.

### **Segmento Geográfico**

La ubicación geográfica de los clientes también es relevante en nuestra segmentación. Nuestra empresa se encuentra en una ubicación central, lo que atrae a personas de la localidad y áreas cercanas en busca de opciones de fitness convenientes y accesibles dentro de este se ubica en chapinero Bogotá o a sus alrededores, ya que esta ubicación es central, además en estos lugares se podrán acomodar en relación a los precios propuestos la publico



### **Segmento Psicográfico**

Las actitudes y formas de pensar son fundamentales. Los jóvenes adultos valoran el ejercicio como parte de un estilo de vida activo y saludable, mientras que los adultos mayores buscan mantener su movilidad y bienestar general. Los entrenadores personales, por su parte, buscan un espacio para su formación continua y para conectar con nuevos clientes.

### **Segmento Conductual**

Las actividades diarias varían según la edad y el rol. Los jóvenes adultos tienen vidas ocupadas y buscan una rutina flexible de ejercicios. Los adultos mayores pueden preferir horarios más tranquilos. Los entrenadores personales tienen una agenda dedicada a la formación y atención a sus clientes.

El DANE señala que el 11.5% de la población realiza actividad física. Este segmento incluye a los entrenadores personales, clientes interesados en el fitness y personas que desean adquirir conocimientos sobre ejercicio. (Rojas,2022)

Dada esta diversidad, AFEP CENTER adopta un tipo de mercado "segmentado". Cada grupo tiene necesidades específicas: los entrenadores personales buscan un espacio de entrenamiento y oportunidades de crecimiento profesional, los clientes buscan mejorar su salud y estilo de vida, y los interesados en fitness buscan conocimiento. Nuestro objetivo es atender

las necesidades únicas de cada grupo, brindando servicios personalizados y relevantes que enriquezcan sus experiencias y les permitan alcanzar sus objetivos específicos.

### **CAPITULO III: CANALES**

De acuerdo con el autor y experto en marketing Philip Cateora (2010) en su libro "International Marketing", un canal de distribución es "un conjunto de organizaciones interdependientes involucradas en el proceso de hacer un producto o servicio disponible para su uso o consumo por parte del consumidor o usuario comercial"

El producto de AFEP CENTER será distribuido a través de diferentes canales, dentro de los tipos tanto directos como indirectos, durante su etapa de creación y operación. Estos canales desempeñan diversas funciones para llevar nuestros servicios a los clientes y garantizar su satisfacción a lo largo de su experiencia. Aquí están las cinco funciones clave de los canales de distribución en nuestro contexto

#### **Fases del Canal**

##### ***Canal de Percepción o de Información***

Este canal tiene el propósito de crear conciencia entre los clientes potenciales sobre los beneficios y valores únicos que ofrece AFEP CENTER. Utilizamos estrategias de marketing digital, publicidad en línea y relaciones públicas para informar y educar al público sobre nuestros servicios y cómo pueden mejorar su bienestar.

##### ***Canal de Evaluación***

Una vez que los clientes potenciales conocen nuestros servicios, necesitan evaluar si estos se alinean con sus necesidades y objetivos. En este canal, proporcionamos contenido valioso en nuestro sitio web, blogs y redes sociales que explora en profundidad los beneficios y enfoques de nuestros programas, ayudando a los clientes a tomar decisiones informadas.

##### ***Canal de Compra***

Este canal facilita la adquisición de nuestros servicios. A través de plataformas en línea seguras y nuestro sitio web, los clientes pueden explorar opciones de paquetes, reservar clases y realizar pagos de manera cómoda y sencilla, se podrán hacer transacciones por medio de PSE a cualquier banco, además de esto se recibe tarjetas de crédito

### ***Entrega***

La entrega de nuestros servicios es un aspecto crucial de la experiencia del cliente. Nuestro enfoque de entrega se centra en proporcionar instalaciones de alta calidad para las clases y las sesiones de entrenamiento personal, donde los clientes pueden experimentar directamente los beneficios de nuestros programas, se manejará un horario de 24 horas de lunes a sábado y 12 horas los días domingos y festivos, su prenda a vestir será de forma deportiva para los entrenadores como para los usuarios

### ***Posventa***

El servicio posventa es fundamental para el mantenimiento de la satisfacción del cliente. A través de canales como el servicio de atención al cliente, encuestas de satisfacción y seguimiento personalizado, nos aseguramos de que nuestros clientes se sientan valorados y respaldados incluso después de completar sus sesiones y por último se harán descuentos por permanencia en la empresa ya sea para certificaciones o mensualidades

Estos canales de distribución, con sus funciones específicas, se integran para brindar una experiencia completa y satisfactoria a nuestros clientes en AFEP CENTER

### **Tipos de Canales**

AFEP CENTER empleará diversos tipos de canales directos e indirectos para llegar a sus clientes y mantener una comunicación efectiva. Estos canales se adaptarán a las preferencias y comportamientos de los usuarios en la industria del fitness. Algunos de los tipos de canales a utilizar son:

#### ***Canales Físicos***

**Ubicaciones de Gimnasios y Centros de Entrenamiento.** Puntos de contacto directo con los clientes, brindando la experiencia física de las instalaciones.

**Eventos y Patrocinios Locales.** Participación en eventos comunitarios y patrocinios para aumentar la visibilidad y atraer nuevos clientes.

### *Canales Digitales*

**Plataforma en Línea.** Un sitio web robusto que proporciona información sobre servicios, programación de clases, perfiles de entrenadores y opciones de membresía.

**Redes Sociales.** Utilización activa de plataformas como Instagram, Facebook y Twitter para interactuar con la comunidad, compartir contenido relevante y promocionar ofertas especiales.

**Publicidad en Línea.** Campañas pagadas a través de Google Ads u otras plataformas para aumentar la visibilidad en búsquedas relevantes.

### *Canales de Relaciones con Clientes*

**Atención al Cliente Personalizada.** Interacción directa en las instalaciones para resolver consultas, recopilar comentarios y proporcionar orientación.

**Seguimiento de Progreso.** Comunicación periódica con los clientes para evaluar su progreso, adaptar los planes de entrenamiento y mantener la motivación.

### *Canales de Ventas*

**Ventas en las Instalaciones.** Equipos de ventas presentes en las ubicaciones para ofrecer membresías, programas de entrenamiento personalizados y productos adicionales.

**Plataforma en Línea para Membresías.** Facilitar la suscripción en línea para membresías y programas especiales.

### *Canales de Marketing*

**Contenido de Blog y Videos.** Crear contenido educativo y motivacional para el blog del sitio web y plataformas de video.

**Programas de Referidos.** Incentivar a los clientes actuales para que refieran nuevos miembros a cambio de beneficios especiales.

### ***Canales de Colaboración***

**Alianzas con Empresas Locales.** Colaboraciones con restaurantes saludables, tiendas de alimentos orgánicos u otros negocios afines para promociones conjuntas.

**Participación en Programas de Salud Comunitaria.** Colaboración con programas locales de bienestar y salud para aumentar la visibilidad y la participación.

La combinación de estos canales asegurará que AFEP CENTER alcance a una audiencia diversa, ofreciendo una experiencia integral y construyendo relaciones sólidas con sus clientes y la comunidad fitness en general.

## **CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES**

Según Theodore Levitt, conocido por su trabajo en el marketing y la gestión, la relación con el cliente es un componente esencial del marketing moderno. En su artículo "Marketing Myopia" (2011), Levitt enfatiza que las empresas deben centrarse en satisfacer y comprender a los clientes a largo plazo en lugar de solo vender productos a corto plazo. La relación con el cliente se refiere a cómo una empresa interactúa y se comunica con sus clientes para construir conexiones duraderas y satisfacer sus necesidades en curso.

En línea con los objetivos de AFEP CENTER, establecidos en el capítulo de Relación con Clientes, se busca forjar conexiones sólidas y duraderas con nuestros clientes, basadas en la comprensión y el apoyo continuo a sus objetivos de salud y bienestar. Estos objetivos incluyen:

### **Captar Nuevos Clientes**

Para atraer a nuevos clientes, AFEP CENTER implementará estrategias como descuentos especiales, clases de prueba gratuitas y el programa "Lleva un Amigo cada

Semana". Además, se establecerá un plan de referidos, donde los clientes actuales pueden compartir sus experiencias positivas y recibir incentivos por cada nuevo cliente referido.

### **Fidelizar a los Clientes**

La fidelización de clientes será fomentada mediante un enfoque personalizado. Se ofrecerán diagnósticos de salud iniciales para comprender las necesidades individuales de cada cliente. El acompañamiento constante y el seguimiento cercano a lo largo de su viaje de fitness fortalecerán la conexión entre AFEP CENTER y sus clientes. Además, se otorgarán obsequios o beneficios especiales en reconocimiento de la duración de su membresía.

### **Aumento de Clientes**

La expansión y el mantenimiento de la base de datos de clientes son fundamentales. Se implementarán estrategias para aumentar esta base, como promociones exclusivas para suscriptores del boletín informativo, además de mantener y enriquecer esta base de datos a través de la recopilación continua de datos relevantes y actualizados.

### **Estimulación de Ventas**

La estimulación de ventas se logrará mediante la oferta de cursos suplementarios y ropa relacionada con el fitness. Esto no solo complementará la experiencia de entrenamiento, sino que también generará oportunidades de ingresos adicionales.

Dentro de las categorías de relación con los clientes se encuentran:

#### **Asistencia Personal**

Interacción directa para satisfacer las necesidades específicas de los clientes, ya sea en términos de entrenamiento, asesoramiento o consultas relacionadas con su bienestar.

#### **Exclusiva**

Para clientes que buscan experiencias personalizadas, se ofrecerán servicios exclusivos como entrenamientos personalizados y membresías premium que brinden atención individualizada.

## Autoservicio

Se brindará apoyo adicional a través de recomendaciones de entrenadores personales para ayudar a los clientes a alcanzar sus objetivos específicos, complementando los servicios estándar ofrecidos por la empresa.

Para mejorar y fortalecer estos aspectos, cada cliente contará con un código promocional que brindará descuentos a nuevos clientes. Esta iniciativa no solo incentiva a los clientes actuales a compartir su experiencia, sino que también permite que nuevos individuos se unan a AFEP CENTER con beneficios adicionales, promoviendo un ciclo de crecimiento y satisfacción.

## CAPITULO V: INGRESOS

El ingreso es la cantidad de dinero que la empresa recibe por la venta de sus productos o servicios. Es uno de los factores más importantes para el éxito de una empresa, ya que determina su capacidad para cubrir sus gastos y generar ganancias (OIT, 2023).

Teniendo en cuenta los competidores mostrados en tabla anterior se mostrará en la siguiente tabla se muestran los servicios y el precio que tendrá AFEP CENTER

Tabla 3

*Precios estimados el primer año*

<b>Mensualidad de 1 mes</b>	<b>120.000</b>
<b>Mensualidad de 3 meses</b>	300.000
<b>Mensualidad de 6 meses</b>	580.000
<b>Mensualidad de 12 meses</b>	1.100.000
<b>Mensualidad de 1 mes + entrenador personal</b>	800.000
<b>Mensualidad de 3 mes + entrenador personal</b>	2.300.000
<b>Mensualidad de 6 mes + entrenador personal</b>	4.500.000
<b>Mensualidad de 12 mes + entrenador personal</b>	8.900.000
<b>Membresía para entrenadores personales por 6 meses</b>	\$5.000.000
<b>Membresía para entrenadores personales por 12 meses</b>	\$9.900.000
<b>Certificaciones y cursos cada 6 meses</b>	\$600.000

Para calcular dichos precios se realizó un análisis de costos y competencia encontrando que AFEP CENTER adopta una estrategia de precios mensuales que se adapta a la duración de la membresía y la inclusión de entrenador personal, brindando opciones flexibles a sus clientes. Sus tarifas oscilan desde \$120,000 por mes hasta \$8,900,000 por 12 meses con entrenador personal, reflejando un rango diverso para satisfacer diversas necesidades, en comparación con la competencia, que presenta precios que varían entre \$59,000 y \$175,000 mensuales. La oferta de AFEP CENTER destaca por su flexibilidad y servicios personalizados, justificando las estructuras de precios. La variabilidad en los servicios y precios de la competencia permite que AFEP CENTER se diferencie en el mercado. En resumen, este análisis proporciona una visión completa de la estrategia de precios de AFEP CENTER y su posición relativa frente a los competidores, después de demostrar estos análisis se identificó cuales sus precios se hace un estimado de flujo de ingresos mes a mes.

Tabla 4

*Flujo de ingresos mes a mes (enero a marzo)*

<b>FLUJO DE INGRESOS MES A MES</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Precio</b>	<b>Enero</b>	<b>Febrero</b>	<b>Marzo</b>
<b>Mensualidad de 1 mes</b>	120.000	15	14	14
<b>Mensualidad de 3 meses</b>	300.000	13	1	1
<b>Mensualidad de 6 meses</b>	580.000	9	1	1
<b>Mensualidad de 12 meses</b>	1.100.000	10	6	5
<b>Mensualidad de 1 mes + entrenador personal</b>	800.000	1	3	3
<b>Mensualidad de 3 mes + entrenador personal</b>	2.300.000	1	6	1
<b>Mensualidad de 6 mes + entrenador personal</b>	4.500.000	1	5	1
<b>Mensualidad de 12 mes + entrenador personal</b>	8.900.000	1	4	5
<b>Membresía para entrenadores personales por 6 meses</b>	\$5.000.000	3	6	5
<b>Membresía para entrenadores personales por 12 meses</b>	\$9.900.000	1	3	4
<b>Certificaciones y cursos cada 6 meses</b>	\$600.000	4	0	0

<b>Total, servicios</b>		59	49	40
<b>Ingresos del primer año</b>	\$2.105.920.000	\$65.720.000	\$143.160.000	\$126.360.000

Tabla 5

*Flujo de ingresos mes a mes (abril a julio)*

<b>FLUJO DE INGRESOS MES A MES</b>				
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Abril</b>	<b>Mayo</b>	<b>Junio</b>	<b>Julio</b>
<b>Mensualidad de 1 mes</b>	14	14	16	17
<b>Mensualidad de 3 meses</b>	1	1	1	1
<b>Mensualidad de 6 meses</b>	1	1	1	1
<b>Mensualidad de 12 meses</b>	4	2	6	5
<b>Mensualidad de 1 mes + entrenador personal</b>	3	3	3	4
<b>Mensualidad de 3 meses + entrenador personal</b>	1	2	4	1
<b>Mensualidad de 6 meses + entrenador personal</b>	4	6	1	4
<b>Mensualidad de 12 meses + entrenador personal</b>	6	6	6	7
<b>Membresía para entrenadores personales por 6 meses</b>	1	1	3	1
<b>Membresía para entrenadores personales por 12 meses</b>	7	7	6	6
<b>Certificaciones y cursos cada 6 meses</b>	0	0	0	9
<b>Total servicios</b>	42	43	47	56
<b>Ingresos del primer año</b>	\$157.360.000	\$166.460.000	\$153.300.000	\$164.020.000

Tabla 6

*Flujos de ingresos mes a mes (agosto a diciembre)*

<b>FLUJO DE INGRESOS MES A MES</b>					
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Agosto</b>	<b>Septiembre</b>	<b>Octubre</b>	<b>Noviembre</b>	<b>Diciembre</b>
<b>Mensualidad de 1 mes</b>	18	21	23	22	23
<b>Mensualidad de 3 meses</b>	1	1	1	1	1

<b>Mensualidad de 6 meses</b>	1	1	1	1	1
<b>Mensualidad de 12 meses</b>	7	8	8	11	10
<b>Mensualidad de 1 mes + entrenador personal</b>	6	5	5	5	5
<b>Mensualidad de 3 meses + entrenador personal</b>	3	1	1	4	4
<b>Mensualidad de 6 meses + entrenador personal</b>	4	1		12	13
<b>Mensualidad de 12 meses + entrenador personal</b>	7	7	9	9	9
<b>Membresía para entrenadores personales por 6 meses</b>	1	1	4	1	5
<b>Membresía para entrenadores personales por 12 meses</b>	9	11	6	4	15
<b>Certificaciones y cursos cada 6 meses</b>	0	0	0	0	13
<b>Total, servicios del primer año</b>	57	57	58	70	99
<b>Ingresos del primer año</b>	\$196.840.000	\$199.200.000	\$178.240.000	\$207.520.000	\$347.740.000

Se hace un estimado de ingresos en el mes según objetividad de precios y competencia

Tabla 7

*Ingreso promedio del primer mes*

<b>Producto/Servicio</b>	<b>Precio x Mes</b>	<b>Ventas</b>	<b>Ingresos</b>
<b>Mensualidad de 1 mes</b>	<b>120.000</b>	<b>22</b>	<b>\$2.640.000</b>
<b>Mensualidad de 3 meses</b>	<b>100.000</b>	<b>12</b>	<b>\$1.200.000</b>
<b>Mensualidad de 6 meses</b>	<b>96.667</b>	<b>7</b>	<b>\$676.667</b>
<b>Mensualidad de 12 meses</b>	<b>91.667</b>	<b>5</b>	<b>\$458.333</b>
<b>Mensualidad de 1 mes + entrenador personal</b>	<b>800.000</b>	<b>12</b>	<b>\$9.600.000</b>
<b>Mensualidad de 3 meses + entrenador personal</b>	<b>766.667</b>	<b>10</b>	<b>\$7.666.667</b>

Mensualidad de 6 mes + entrenador personal	750.000	7	\$5.250.000
Mensualidad de 12 mes + entrenador personal	741.667	5	\$3.708.333
Membresía para entrenadores personales por 6 meses	833.333	10	\$8.333.333
Membresía para entrenadores personales por 12 meses	825.000	5	\$4.125.000
Certificaciones y cursos cada 6 meses	100.000	15	\$1.500.000
<b>TOTAL, DE INGRESOS</b>	<b>\$45.158.333</b>		

Tabla 8

*Flujo de caja y egresos mes a mes (enero a abril)*

<b>FLUJO DE CAJA DEL PRIMER AÑO</b>					
DESCRIPCIÓN	Inversión	Enero	Febrero	Marzo	Abril
<b>Inversión inicial</b>	- \$168.933.967				
<b>Ingresos</b>		\$65.720.000	\$143.160.000	\$126.360.000	\$157.360.000
<b>Costos totales</b>		\$34.553.792	\$32.460.042	\$30.575.667	\$30.994.417
<b>Utilidades/Perdidas</b>	- \$168.933.967	\$31.166.208	\$110.699.958	\$95.784.333	\$126.365.583

Tabla 9

*Flujo de caja y egresos mes a mes (mayo a septiembre)*

<b>FLUJO DE CAJA DEL PRIMER AÑO</b>					
DESCRIPCIÓN	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
<b>Inversión inicial</b>					
<b>Ingresos</b>	\$166.460.000	\$153.300.000	\$164.020.000	\$196.840.000	\$199.200.000
<b>Costos totales</b>	\$31.203.792	\$32.041.292	\$33.925.667	\$34.135.042	\$34.135.042
<b>Utilidades/Perdidas</b>	\$135.256.208	\$121.258.708	\$130.094.333	\$162.704.958	\$165.064.958

Tabla 10

*Flujos de caja y egresos mes a mes (octubre a diciembre)*

<b>FLUJO DE CAJA DEL PRIMER AÑO</b>				
DESCRIPCIÓN	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
<b>Inversión inicial</b>				-\$168.933.967
<b>Ingresos</b>	\$178.240.000	\$207.520.000	\$347.740.000	\$2.105.920.000
<b>Costos totales</b>	\$34.344.417	\$36.856.917	\$42.928.792	\$408.154.875
<b>Utilidades/Perdidas</b>	\$143.895.583	\$170.663.083	\$304.811.208	\$1.528.831.158

*Nota:* Representa la relación de ingresos y egresos como flujo de caja entre ingresos y costos

Teniendo en cuenta la siguiente tabla se encuentra que el promedio de personas atendidas por mes es de 80 con un precio promedio de \$564.479

Dentro de las Formas de generación y proyección de ingresos de un mes encontramos las primas de suscripción ya sea por la mensualidad a cada cliente, las certificaciones y cursos en unos determinados meses Esta proyección se conoce como ingreso recurrente además también se encuentra el ingreso de transacciones que es la membresía que pagaría cada entrenador personal o cada cliente que haga su pago cada tres meses o cada seis meses según representa en la tabla anterior

Se mantendrán precios fijos durante todo el año, teniendo en cuenta la inflación anual los precios cambiarán cada año para el año 2024 el pronóstico es un aumento del 3.5% según el banco de la república (2023) por tal razón los precios para este año se manejan ya expuestos en la tabla

## **CAPITULO VI: ASOCIACIONES CLAVES**

Según (Cavero,2020) las asociaciones claves son se refieren a individuos, organizaciones o empresas que desempeñan un papel fundamental en el éxito de un negocio o proyecto específico. Estos socios clave pueden estar involucrados en diversas áreas, como el suministro de recursos, la distribución, la tecnología, la inversión financiera, o cualquier otra función crítica que respalde las operaciones y los objetivos de la empresa.

### **Tipos de Asociaciones Clave**

#### ***Asociaciones de Tráfico en Página Web***

Un ejemplo ilustrativo de este tipo de asociación es la colaboración de empresas con plataformas como Facebook para aumentar el tráfico de sus páginas web. Esto puede llevar a una mayor visibilidad y, por lo tanto, a un aumento en la clientela.

Relaciones de Comprador-Suplidor. AFEP CENTER, como empresa de acondicionamiento físico, puede establecer relaciones sólidas con proveedores de equipos de

gimnasio. Esta colaboración garantiza la disponibilidad de materiales y recursos esenciales para mantener su funcionamiento.

Además, la empresa podría considerar la subcontratación de ciertas actividades que no son el núcleo de su negocio, como la limpieza y el mantenimiento. Esto permite a AFEP CENTER concentrarse en su especialización principal.

## **Motivadores y Beneficios de las Asociaciones Clave**

### *Adquisición de Recursos y Capacidades Específicas*

Las asociaciones clave brindan acceso a recursos, conocimientos y capacidades que una empresa puede no tener internamente. En el caso de AFEP CENTER, colaborar con cadenas de venta de maquinaria para gimnasio proporciona acceso a equipos especializados y tecnología de vanguardia. Esto puede resultar en una oferta de servicios más completa y de mayor calidad para sus clientes.

Facilitan el acceso a recursos y capacidades que permiten el crecimiento y la excelencia en el servicio. En el caso de AFEP CENTER, las asociaciones con proveedores y cadenas de suministro específicas son esenciales para garantizar la disponibilidad de equipos y materiales necesarios para su funcionamiento, lo que, a su vez, contribuye al éxito y la satisfacción del cliente.

Tabla 11

#### *Alianzas a realizar*

<b>Empresa Aliada</b>	<b>Beneficios para AFEP CENTER</b>	<b>Beneficios para la Empresa Aliada</b>
<b>Proveedor de Equipos de Gimnasio (industrias fitness, evolution fitness, gym shop)</b>	Acceso a equipos de última generación y tecnología de vanguardia.	Ampliación de su presencia en el mercado a través de la asociación con un gimnasio reconocido.
<b>Servicio de Limpieza y Mantenimiento (Anna group, gym solutions, gym shopcol)</b>	Concentración en especialización principal sin preocupaciones operativas.	Garantía de ingresos regulares y asociación con una empresa líder en la industria del fitness.

<b>Plataformas de Publicidad en Línea (Facebook, Instagram, tik tok, Google) y voz a voz</b>	Aumento del tráfico web y visibilidad en plataformas digitales y voz a voz	Obtención de ingresos a través de la publicidad y asociación con un centro de fitness popular y descuentos para clientes
--	--	--

## CAPITULO VII: RECURSOS CLAVES

Según la OIT (2023), los recursos clave son los activos, capacidades y elementos esenciales que una empresa o proyecto necesita para operar y lograr sus objetivos estratégicos. Estos recursos incluyen recursos financieros, humanos, tecnológicos, físicos, de propiedad intelectual, de red y alianzas, de datos e información, de marketing y marca, de gestión y procesos, y de conocimiento y aprendizaje.

### Recursos Físicos

Los recursos físicos son Los recursos físicos se refieren a los activos tangibles que una organización o empresa utiliza en sus operaciones diarias para llevar a cabo sus actividades y alcanzar sus objetivos. (Garcia,2018)

Tabla 12

#### *recursos físicos*

Recurso Físico	Función
Ubicaciones de Gimnasios y Centros de Entrenamiento	Brindan espacios físicos para llevar a cabo las actividades de fitness, entrenamiento y clases.
Equipamiento y Maquinaria	Proporcionan los instrumentos necesarios para realizar ejercicios, entrenamientos y programas específicos.
Materiales de entrenamiento	Incluyen pesas, esteras de yoga, balones medicinales y otros elementos necesarios para las sesiones de entrenamiento.
Vestuarios y Áreas de Entrenamiento Grupal	Ofrecen instalaciones para que los clientes se cambien y duchas, además de espacios para clases y entrenamientos grupales.

Tabla 13

#### *Recursos Intelectuales*

Recurso Intelectual	Función
Personal Especializado	- Contratar entrenadores y personal de fitness calificado para brindar servicios de calidad. - Contar con nutricionistas y profesionales de la salud para ofrecer asesoramiento adecuado.

		- Formar un equipo de gestión competente para la administración y toma de decisiones.
Programas de Entrenamiento	de	- Desarrollar programas de entrenamiento efectivos y personalizados para los clientes. - Adaptar los programas a las necesidades individuales y metas de condición física. - Mantenerse actualizado en las últimas tendencias y avances en el fitness
Propiedad Intelectual		- Proteger y registrar cualquier propiedad intelectual relacionada con programas de entrenamiento. - Mantener la confidencialidad de los secretos comerciales y prácticas únicas de AFEP CENTER.
Investigación y Desarrollo	y	- Realizar investigaciones continuas para mejorar los servicios y la experiencia del cliente. - Innovar en nuevas técnicas de entrenamiento y enfoques de bienestar. - Evaluar y adaptarse a las tendencias cambiantes en la industria del fitness.

Tabla 14

*Recursos técnicos*

Recurso Técnico	Función
Sistema de Gestión de Clientes	Permite el seguimiento de la información personal, historial de entrenamiento y preferencias de los clientes.
Plataforma en Línea	Facilita la reserva de clases, accede a programas de entrenamiento personalizado y seguimiento del progreso en línea.
Equipos de Tecnología Fitness	Incluyen dispositivos de seguimiento, monitores de frecuencia cardíaca y otras tecnologías integradas en el entrenamiento.
Software de Diseño de Programas	Ayuda en la creación y personalización de programas de entrenamiento adaptados a las necesidades individuales.

Tabla 15

*Recursos tecnológicos*

Recurso Tecnológico	Función
Plataforma en Línea	Ofrece información sobre servicios, programación de clases, perfiles de entrenadores y membresías.
Sistema de Reservas en Línea	Permite a los clientes reservar clases y sesiones de entrenamiento personal a través de la web.
Equipos de Fitness Modernos	Tecnología avanzada en equipos de musculación, cardio y seguimiento del rendimiento.
Software de Gestión	Facilita la administración de membresías, seguimiento de clientes y programación de clases.

**Talento Humanos**

los recursos humanos son "el conjunto de personas que integran una organización, con sus conocimientos, habilidades, actitudes, motivaciones y experiencias". En otras palabras, los recursos humanos son las personas que trabajan en una empresa u organización. (Chiavenato,2019)

Los recursos humanos son un activo importante para cualquier empresa u organización. Son responsables de la producción de bienes y servicios, y de la consecución de los objetivos de la organización.

Tabla 16

*Talentos humanos*

Talento Humano	Función	Calificaciones Educativas Sugeridas
Director Ejecutivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Toma de decisiones estratégicas.</li> <li>- Supervisión y gestión general.</li> <li>- Desarrollo de estrategias de negocio.</li> <li>- Relaciones con inversores y socios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Grado en Administración de Empresas o campos relacionados.</li> <li>- Experiencia previa en la dirección de empresas o startups.</li> </ul>
Gerente de Operaciones	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Supervisión de las operaciones diarias.</li> <li>- Coordinación de personal y recursos.</li> <li>- Garantizar la calidad de los servicios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título en Gestión de Operaciones o campos similares.</li> <li>- Experiencia en gestión operativa.</li> </ul>
Coordinador de Entrenamiento	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseño de programas de entrenamiento.</li> <li>- Supervisión de entrenadores.</li> <li>- Evaluación del progreso de los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título en Ciencias del Deporte o Educación Física.</li> <li>- Certificaciones en entrenamiento personal.</li> </ul>
Entrenadores Personales	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Proporcionar entrenamiento personalizado.</li> <li>- Desarrollar planes de acondicionamiento físico.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título en Ciencias del Deporte o Educación Física.</li> <li>- Certificaciones reconocidas en entrenamiento personal.</li> </ul>
Nutricionista	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Asesoramiento nutricional a los clientes.</li> <li>- Diseño de planes de alimentación saludable.</li> <li>- Realización de evaluaciones de salud.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Licenciatura en Nutrición o Dietética.</li> <li>- Registro profesional como dietista o nutricionista.</li> </ul>

Personal Recepción	de	- Atención al cliente y gestión de citas. - Gestión de registros y pagos.	- Diploma en Servicio al Cliente o similar. - Habilidades de comunicación y servicio al cliente.
		- Conocimiento de software de gestión.	

## Recursos Económicos

Los recursos económicos son los medios de los que dispone una persona, empresa u organización para llevar a cabo sus actividades. Pueden ser de naturaleza tangible, como el dinero, los bienes y los servicios, o de naturaleza intangible, como el conocimiento, la experiencia y la capacidad emprendedora. (Rodríguez,2019)

Tabla 17

### *Recursos económicos*

Recurso Económico		Descripción
Capital Inicial		Estrategia para obtener el capital necesario para el lanzamiento, incluyendo inversiones de fundadores, inversionistas externos, préstamos bancarios o programas de financiamiento de emprendimientos.
Costos Operación	de	Gastos operativos que incluyen alquiler, servicios públicos, salarios, costos de publicidad y otros gastos comerciales.
Imprevistos (20% de costos)		Reserva destinada para cubrir gastos inesperados o imprevistos, calculada como el 20% de los costos mensuales.
Financiamiento Continuo		Estrategia para financiar las operaciones en curso, incluyendo ingresos generados a través de membresías de gimnasios, tarifas de entrenamiento personal y otras fuentes de ingresos.

## CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades clave son un elemento fundamental en el lienzo de modelo de negocio Canvas, una herramienta utilizada para describir y diseñar modelos de negocios. Estas actividades representan las tareas esenciales que una empresa debe realizar para crear y entregar su Proposición de Valor (los productos o servicios que ofrece) y operar de manera efectiva. (Pigneur,2010).

Por tal razón nuestra actividad clave es **Solución de Problemas**: La categoría de actividades más importante para AFEP CENTER ya que nuestra empresa se enfoca en ayudar a los clientes a lograr sus objetivos de fitness, lo que implica un conjunto de actividades centradas en diseñar y proporcionar programas de entrenamiento efectivos, asesoramiento nutricional, seguimiento del progreso y motivación continua.

### **Diseño de Programas de Entrenamiento Personalizado (Responsable entrenador jefe o Coordinador de Entrenadores)**

#### ***Macro ciclo, Micro ciclo y Mesociclo***

Esta actividad implica la planificación y diseño de programas de entrenamiento personalizados para cada cliente. El "macro ciclo" se refiere a la estructura general de entrenamiento a lo largo de varios meses. El "micro ciclo" se centra en las sesiones de entrenamiento individuales, mientras que el "mesociclo" se refiere a un período de varias semanas. El entrenador principal, en colaboración con otros entrenadores, será responsable de crear estos planes de entrenamiento adaptados a las metas y necesidades de los clientes.

### **Evaluación Física y Establecimiento de Metas (responsable: Evaluador Físico o Entrenador Principal)**

#### ***Medidas Antropométricas***

Se realizarán mediciones precisas de parámetros físicos como peso, altura, circunferencia, pliegues cutáneos, etc. Estos datos ayudarán a evaluar el estado físico inicial del cliente.

#### ***Establecimiento de Metas***

Basándose en los resultados de la evaluación física y las metas personales del cliente, el evaluador físico o el entrenador principal colaborarán con el cliente para establecer metas específicas y alcanzables.

### **Asesoramiento Nutricional y Planes Dietéticos (responsable: Nutricionista o Dietista Registrado)**

### ***Cálculo de Calorías Diarias***

El nutricionista calculará las necesidades calóricas diarias del cliente según sus objetivos, que pueden ser pérdida de peso, aumento de masa muscular u otros. Se elaborarán planes dietéticos personalizados que incluyan recomendaciones sobre la ingesta de alimentos y la distribución de macronutrientes.

### **Seguimiento y Evaluación del Progreso del Cliente (responsable: Entrenador Personal Asignado)**

#### ***Frecuencia de Seguimiento***

Se establecerá una frecuencia de seguimiento, que puede ser cada 3 meses o mensual, dependiendo de la mensualidad que el cliente haya seleccionado.

#### ***Evaluación Continua***

En cada seguimiento, el entrenador personal asignado revisará el progreso del cliente en relación con sus metas. Se podrán realizar nuevas mediciones y ajustes en el programa de entrenamiento y la dieta si es necesario.

### **Motivación y Apoyo Constante (responsable: Todo el Equipo de Entrenadores)**

#### ***Comunicación Continua***

El equipo de entrenadores estará en contacto constante con los clientes para brindar apoyo y motivación. Esto puede incluir mensajes de ánimo, recordatorios de sesiones de entrenamiento y seguimiento de la adherencia al plan.

#### ***Apoyo Personalizado***

Los entrenadores estarán disponibles para responder preguntas y resolver dudas de los clientes en cualquier momento.

#### ***Eventos y Desafío***

Se pueden organizar eventos especiales, desafíos o competencias internas para mantener a los clientes motivados y comprometidos con sus objetivos.

Estas actividades clave se llevarán a cabo de manera coordinada por el equipo de AFEP CENTER, que incluirá entrenadores, nutricionistas, evaluadores físicos y otros profesionales según sea necesario. Cada actividad es esencial para brindar un servicio integral y de alta calidad a los clientes, ayudándolos a alcanzar sus metas de fitness de manera efectiva y segura.

### **CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS**

Una estructura de costos es un desglose detallado de todos los gastos y gastos asociados con la operación de un negocio. Esta estructura se utiliza para identificar y cuantificar los diversos componentes de costo que una empresa incurre para producir bienes o servicios. La comprensión de la estructura de costos es fundamental para la gestión financiera y estratégica de una empresa, ya que permite tomar decisiones informadas sobre precios, eficiencia operativa y rentabilidad. (Foster,2012)

Tabla 18

*Costos fijos*

<b>COSTOS FIJOS</b>			
<b>CENTRO DE COSTOS</b>	<b>PRECIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>COSTOS FIJOS</b>
<b>ARRIENDO</b>	\$5.000.000	1	\$5.000.000
<b>SECRETARIA</b>	\$1.800.000	1	\$1.800.000
<b>ADMINISTRADOR</b>	\$2.000.000	1	\$2.000.000
<b>DEPRECIACIÓN</b>	\$2.600.333	1	\$2.600.333
<b>CONTADOR</b>	\$500.000	1	\$500.000
<b>RECURSOS TECNICOS</b>	\$400.000	1	\$400.000
<b>RECUROS TECNOLOGICOS</b>	\$400.000	1	\$400.000
		<b>TOTAL, FIJOS</b>	<b>COSTOS \$12.700.333</b>

Tabla 19

*Costos Nomina*

<b>COSTO NOMINA</b>					
<b>ACTIVO</b>	<b>SALARIO</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>CONTRATO</b>	<b>HORAS MENSUALES</b>	<b>COSTO MENSUAL</b>
<b>ADMINISTRADOR</b>	\$2.000.000	1	Mensual		\$2.000.000
<b>CONTADOR</b>	\$500.000	1	Mensual		\$500.000

<b>COORDINADOR</b>	\$1.200.000	1	Mensual	\$1.200.000
<b>ENTRENADORES</b>	\$800.000	4	Mensual	\$3.200.000
<b>TOTAL, COSTOS FIJOS</b>				\$6.900.000

Tabla 20

*Costos Variables*

<b>CENTRO DE COSTOS</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>		
	<b>PRECIO PROM.</b>	<b>CANTIDAD PROM.</b>	<b>COSTOS VARIABLES PROM.</b>
<b>PAPELERIA</b>	\$100.000	1	\$100.000
<b>COORDINADOR</b>	\$1.200.000	1	\$1.200.000
<b>ENTRENADORES</b>	\$2.000.000	5	\$10.000.000
<b>NUTRICIONISTA</b>	\$2.500.000	2	\$5.000.000
<b>SERVICIOS DE LUZ, AGUA, TELEFONIA E INTERNET</b>	\$200.000	1	\$200.000
<b>DOTACIÓN UNIFORME</b>	\$50.000	5	\$250.000
<b>TOTAL, COSTOS VARIABLES</b>			<b>\$16.750.000</b>

Tabla 21

*Costo Variable Unitario*

<b>CENTRO DE COSTOS</b>	<b>COSTOS VARIABLES</b>		
	<b>PRECIO PROM.</b>	<b>CANTIDAD PROM.</b>	<b>COSTOS VARIABLES PROM.</b>
<b>PAPELERIA</b>	\$100.000	1	\$100.000
<b>COORDINADOR</b>	\$1.200.000	1	\$1.200.000
<b>ENTRENADORES</b>	\$2.000.000	5	\$10.000.000
<b>NUTRICIONISTA</b>	\$2.500.000	2	\$5.000.000
<b>SERVICIOS DE LUZ, AGUA, TELEFONIA E INTERNET</b>	\$200.000	1	\$200.000
<b>DOTACIÓN UNIFORME</b>	\$50.000	5	\$250.000
<b>No. Personas</b>	<b>80</b>	<b>Costo Variable Unitario</b>	<b>\$ 209.375</b>

Tabla 22

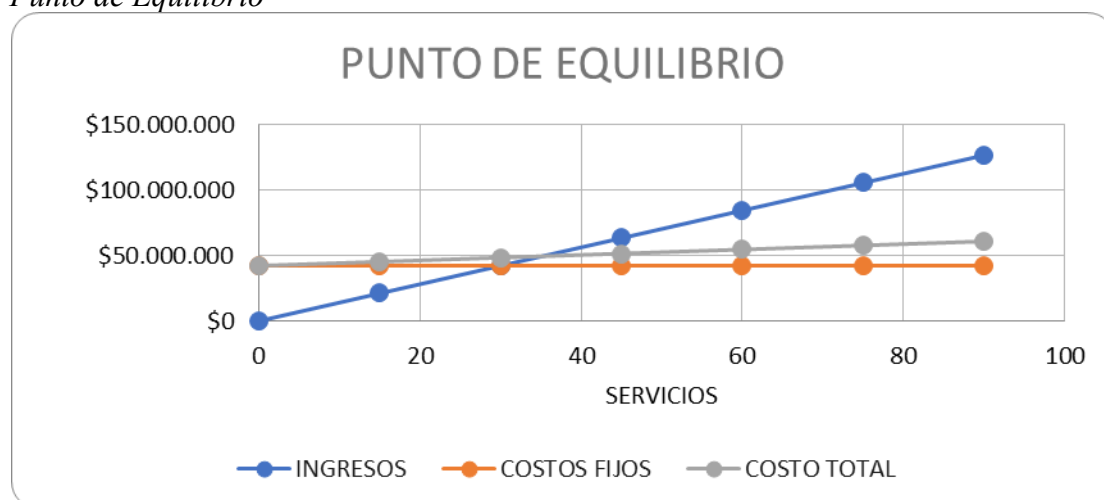
*Depreciación de activos*

<b>DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS</b>
--------------------------------

ACTIVO	PRECIO DE COMPRA	CANTIDAD	TOTAL	MESES A DEPRECIAR	COSTO MENSUAL
Computador portátil	\$1.600.000	1	\$1.600.000	48	\$33.333
Celular	\$836.000	1	\$836.000	48	\$17.417
Máquinas de cardio	\$1.500.000	4	\$6.000.000	48	\$125.000
Pesas	\$5.000.000	5	\$25.000.000	48	\$520.833
máquinas de tren inferior	\$4.000.000	10	\$40.000.000	48	\$833.333
máquinas de tren superior	\$4.000.000	10	\$40.000.000	48	\$833.333
Bancos	\$1.000.000	4	\$4.000.000	48	\$83.333
Racks	\$2.000.000	3	\$6.000.000	48	\$125.000
Basculas	\$650.000	1	\$650.000	24	\$27.083
cinta métrica	\$20.000	2	\$40.000	24	\$1.667
				48	\$0
	<b>\$124.126.000</b>	<b>TOTAL,</b>			<b>\$2.600.333</b>
		<b>DEPRECIACIÓN</b>			<b>3</b>

Grafica 1

*Punto de Equilibrio*



*Nota.* Relación de ingresos costos fijos y costos totales en relación al punto de equilibrio sobre servicios prestados.

Esta grafica demuestra el número de servicios necesarios para encontrar el punto de equilibrio en relaciona ingresos y egresos según Tabla 35.8 clientes mensuales

Tabla 23

*Valor de Equilibrio*

<b>Valor de Equilibrio=</b>	<b>Punto de Equilibrio * Precio Unitario</b>	
<b>PE=</b>	35,8	\$564,479
<b>VE=</b>	<b>\$ 20.188.650</b>	<b>Pesos</b>

**PE (Punto de Equilibrio)**

Indica la cantidad de unidades que deben venderse para cubrir todos los costos y no incurrir en pérdidas. En este caso, el punto de equilibrio es 35,8 unidades.

**Precio Unitario**

Es el precio al que se vende cada unidad del producto o servicio.

**Valor de Equilibrio (VE)**

Representa el ingreso total necesario para alcanzar el punto de equilibrio. Se calcula multiplicando el punto de equilibrio por el precio unitario. En este caso, el valor de equilibrio es \$20.188.650 pesos

Para estar en punto de equilibrio en relación a ingresos y egresos es necesario realizar 35,8 ventas con un precio promedio de \$564.479

**CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA**

La evaluación financiera es el proceso de analizar los beneficios y los costes de una inversión o un proyecto para determinar su rentabilidad. La evaluación financiera se utiliza para tomar decisiones de inversión, como decidir si invertir en un nuevo producto, expandir un negocio o adquirir otra empresa. También se utiliza para evaluar el rendimiento de una inversión existente (Garcia,2016). Inversión inicial \$ -\$168.933.967con una inflación de 14%

Tabla 24

*Flujos de Efectivo*

**Flujo de Efectivo Neto**

A-B	
Año	Valor
<b>1</b>	\$ 188.496.000
<b>2</b>	\$ 261.622.430
<b>3</b>	\$ 362.589.878
<b>Total</b>	\$ 812.708.309

*Nota.* A designación a flujo de ingresos, B designación a flujo de egresos

Tabla 25

*Flujos de Ingresos*

<b>Flujo de Ingresos</b>	
A	
Año	Valor
<b>1</b>	\$ 541.900.000
<b>2</b>	\$ 728.963.880
<b>3</b>	\$ 980.602.211
<b>Total</b>	\$ 2.251.466.091

*Nota.* A es a designación a flujo de ingresos

Tabla 26

*Flujos de Egresos*

<b>Flujo de Egresos</b>	
B	
Año	Valor
<b>1</b>	\$ 353.404.000
<b>2</b>	\$ 467.341.450
<b>3</b>	\$ 618.012.333
<b>Total</b>	\$ 1.438.757.783

*Nota.* B designación a flujo de egresos

Tabla 27

*Indicadores de Evaluación Financiera*

<b>VNA=VPN=</b>	<b>\$327.080.116</b>		
	<b>TERCER año</b>		<b>PRIMER año</b>
<b>TIR=</b>	<b>130,91%</b>		<b>43,64%</b>
<b>PRI=</b>	\$ 198.096.000		
	\$ 16.508.000		
<b>PRI=</b>	<b>10,18015306</b>	<b>MESES</b>	<b>11 meses</b>

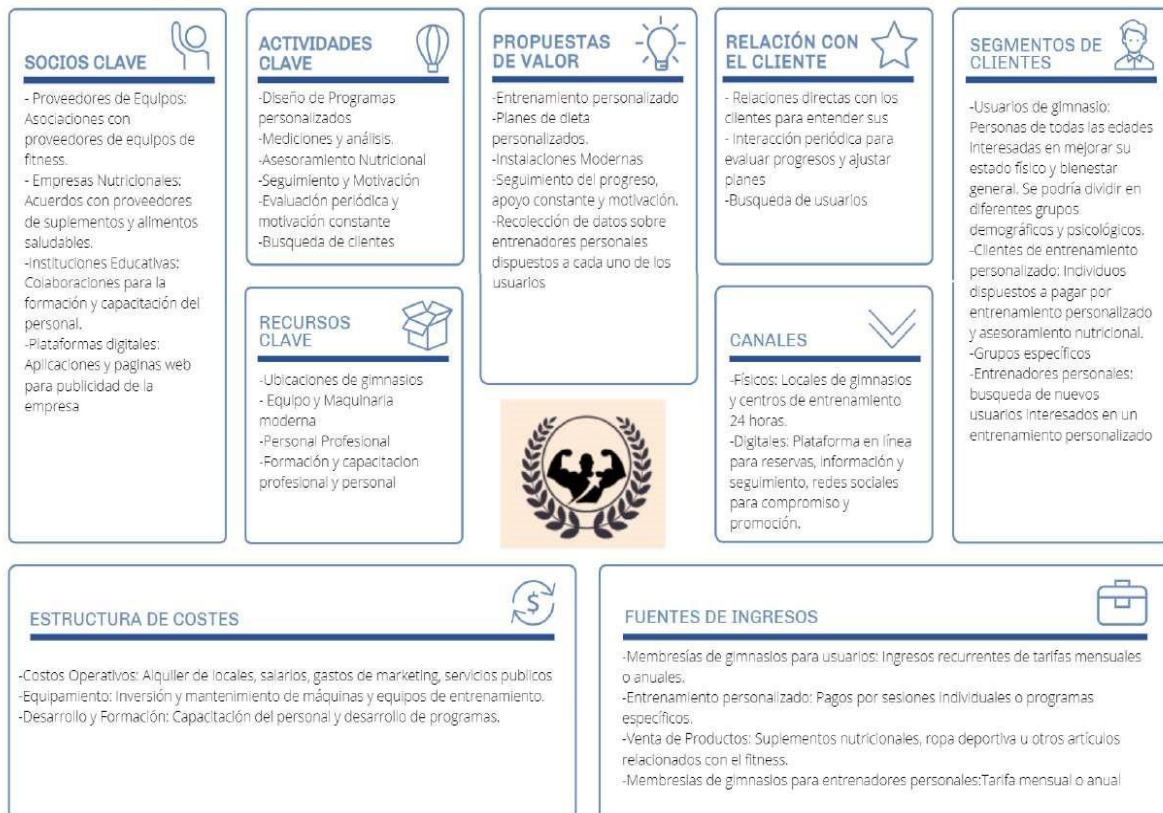
*Nota.* VPN (Valor presente neto), TIR (Tasa interna de retorno), PRI (Periodo de recuperación de la inversión)

La evaluación financiera del proyecto revela indicadores positivos en términos de Valor Neto Actual (VNA) o Valor Presente Neto (VPN) con un valor de \$327.080.116, indicando que

los flujos de efectivo generados superan la inversión inicial. La Tasa Interna de Retorno (TIR) es notablemente alta, alcanzando el 130,91% para el tercer año y el 43,64% para el primer año, sugiriendo una considerable rentabilidad en relación a la inversión inicial. Además, el Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI) es relativamente corto, aproximadamente 10 meses y 18 días, señalando que la inversión se recuperará en un plazo razonable. Estos indicadores financieros positivos respaldan la viabilidad del proyecto desde una perspectiva económica y financiera.

## MODELO CANVAS

### MODELO CANVA: AFEP CENTER



## REFERENCIAS

- Alonso, L., & Rodríguez, M. (2019). *Gestión de recursos económicos*. Barcelona: Ediciones UOC.
- Baechle, T. R., & Earle, R. W. (2011). *Fundamentos del entrenamiento y acondicionamiento de fuerza*. Editorial.

- Banco de la República. (2023). *Inflación anual para 2024*.
- Beth Cooper, B. (2014, 18 de junio). *El secreto de la creatividad, la inteligencia y el pensamiento científico*. El futuro del trabajo.
- Cateora, P. (2010). *Comercialización Internacional*. Editorial.
- Cavero, J. (2020). *Las asociaciones clave en la gestión empresarial*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Chiavenato, I. (2019). *Administración de recursos humanos*. México: McGraw-Hill.
- Deming, W. E. (1989). *Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis* (1ª ed.). Madrid: Díaz de Santos.
- Fleck, S. J., & Kraemer, W. J. (2012). *Diseño de programas de entrenamiento de resistencia*. Editorial.
- García, J. L. (2018). *Administración de recursos físicos*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- García, J., & Sánchez, J. (2016). *Gestión de finanzas*. Madrid: Ediciones Paraninfo.
- Gianzo, F. J. (2021). *La verdad como fundamento en Lev Tolstói y Mohandas K. Gandhi. Una interpretación para la ética de la no violencia*. *Revista de paz y conflicto*, 14(1), 133-158.
- Hales, D. (1997). *Una invitación a la salud: ¡vívela ahora!* Editorial.
- Hornigren, C. T., Foster, G., & Datar, S. M. (2012). *Cost accounting: A managerial emphasis* (14th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Knapik, J., & Steelman, R. (2016). *Fuerza y acondicionamiento: principios biológicos y aplicaciones prácticas*. Editorial.
- Kotler, P. (2013). *Gerencia de Mercadeo*. Editorial.
- Lanning, M., & Michaels, E. (2015). *Diseño de propuesta de valor: cómo crear productos y servicios que los clientes desean*. Editorial.
- Levitt, T. (2011). *La miopía del marketing*. Editorial.

- Martínez, Jean. (2016). *La dignidad de la persona humana en santo tomás de aquino. una lectura moral acerca de la ancianidad*. Intus Legere Filosofía.
- McArdle, W. D., Katch, F. I., & Katch, V. L. (2001). *Fisiología del ejercicio: nutrición, energía y rendimiento humano*. Editorial.
- Organización Internacional del Trabajo. (2023). *Emprendimiento y desarrollo económico*. Ginebra: OIT.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Generación de modelos de negocio: Un manual para visionarios, innovadores y revolucionarios*. Deusto.
- Rojas, O. G. A. (2022, 14 de junio). *Esta es la cifra que produce y le aporta el deporte a la economía del país*. El Tiempo.
- Saltzman, A., & Bolaños, M. F. S. (2022). *Cambiar la mirada, transformar el mundo*. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*. Ensayos, (152), 157-167.