



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

**TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESA
NEVER GIVE UP**

**RESPONSABLES
DANIEL FRANCISCO GARCÍA DELGADILLO
JEFERSSON YESID GÓMEZ ESCARRAGA**

**ASESORA
ANA AYALA**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE CULTURA FÍSICA DEPORTE Y RECREACIÓN
BOGOTÁ D.C
2020**



INTRODUCCIÓN

Hoy en día se evidencia un crecimiento en la demanda de servicios de ejercicio físico en jóvenes, adultos y adultos mayores en beneficio a su salud, como afirma Balboa y Cintra (2011). Por tal motivo, nace la idea de este proyecto que busca suplir la necesidad de un servicio en el campo de ejercicio físico para la salud en salas de musculación. Se ofrece servicios de asesoría online y entrenamiento personalizado; diseño de planes de entrenamiento basados en evidencia científica y planes nutricionales que se ajustan a las actividades diarias del cliente, con el objeto de generar adherencia al entrenamiento y hábitos de vida saludables. A consecuencia de, las personas podrán cumplir sus objetivos y continuarán manteniendo los resultados a lo largo del tiempo. Asimismo, satisfacer los requerimientos sociales en relación a una demanda de servicios, que aporta en los procesos de mejora de calidad de vida de los ciudadanos.

En el campo de entrenamiento físico, se tiene experiencia en asesorías online a partir del año 2018 y en entrenamiento personal desde el 2019. Por ende, experiencia entrenando personas en un rango de edad de 20 a 65 años, en condiciones aparentemente saludables y/o presencias de patologías como lo es hipertensión, diabetes mellitus, artrosis y artritis.

A partir de entonces, se busca resolver la problemática del sedentarismo, patologías y problemas de confianza con su cuerpo. Diariamente, crecen estas problemáticas debido a la falta de movimiento y la carencia de una nutrición balanceada. Sumado a esto, se apoya los procesos de salud en la sociedad, aportando a la imagen de la cultura física con la intención de ser reconocidos como profesionales de la salud con la capacidad de respaldar procesos de la mano de médicos y fisioterapeutas.

El propósito de este trabajo es la creación de una empresa de acondicionamiento físico llamada NEVER GIVE UP, el cual ofrece conocimientos en el ámbito del entrenamiento físico, salud, pedagógicos y administrativos debido al proceso que se tiene como profesionales de Cultura Física Deporte y Recreación. Por lo tanto, se posee la capacidad de preparar y ejecutar planes de entrenamientos personalizados y saludables por medio del acondicionamiento físico y/o ejercicio físico, bajo la ley 181 de 1995 que refiere a la promoción de la actividad física y ejercicio físico. Por consiguiente, orientados bajo los criterios estudiados en las materias de Programación del Ejercicio Físico, Enfermedades Crónicas y no Transmisibles, Administración, Marketing y Fisiología del Ejercicio.

En primer lugar, en el primer semestre INTRODUCCIÓN A LA ADMINISTRACIÓN se dio una vista general de la base teórica incentivando la idea de innovar y emprendimiento. En segundo semestre se desarrollaron las asignaturas de EVENTOS Y ESCENARIOS y MARCO LEGAL que nos enseñaron los parámetros legales que rigen el deporte y el ejercicio físico en Colombia y todo lo legal y protocolo para crear un evento deportivo. En tercer semestre en DISEÑO Y GESTIÓN DE PROYECTOS se desarrolla todo un plan para crear una empresa innovadora entendiendo todo lo que se requiere para crear una empresa y en sexto semestre en ADMINISTRACIÓN DE ORGANISMO DEPORTIVOS se comprendió el panorama general de las empresas su desarrollo interno y lo necesario para dirigir una empresa como un líder.



Cabe resaltar que Programación del Ejercicio Físico para la Salud contribuyó a evidenciar los programas de entrenamiento acorde a cada patología que pueda presentar una persona, con el fin de mejorar su condición sin afectar su salud.

En segundo lugar, Marketing aportó los conocimientos relacionados de cómo vender un producto o servicio, interpretando el mercado según su cultura y problemáticas. Además, de comprender cómo emitir un mensaje de modo que transmita la idea de negocio.

Por último, Patokinesis Enfermedades Crónicas no Transmisibles ayudó a comprender cómo las patologías afectan la salud y el desarrollo físico, social y psicológico de las personas y cómo el ejercicio físico altera su estado.

LOGO



Figura 1. Logo de la empresa NEVER GIVE UP. Tomada de los investigadores.

El logo está compuesto por una pesa y conjugado con el nombre de la empresa. El cual, alude que nunca se debe rendir y desistir de una meta u objetivo, con el fin de cumplirlos por medio del gimnasio. El color blanco refleja la claridad absoluta para cumplir los objetivos, en cuanto al negro, significa que se puede cumplir metas sin importar el momento.

SLOGAN

“Never Give up”

El slogan “Never Give Up” significa “Nunca te rindas” y busca promover la falta de disciplina, perseverancia y paciencia. Fue seleccionado teniendo en cuenta que es una problemática que afecta a la sociedad, dado que exige cumplir un objetivo. Además, su nombre permite motivar a los clientes para cumplir sus metas no solo a nivel competitivo sino personal.

MISIÓN



Never Give Up busca desarrollar planes de entrenamiento y guías nutricionales de forma personalizada, además del acompañamiento individual que se le dará a cada cliente. Esta organización pretende aumentar e incentivar la práctica del deporte y que logre motivar y captar el interés desde el más pequeño hasta el mayor de una comunidad. La razón de ser la empresa es evitar que las principales causas de muerte, como la mala alimentación y la falta de ejercicio físico, sigan ocasionando obesidad y enfermedades coronarias. Del mismo modo, se busca mejorar la independencia del adulto mayor cambiando la noción de que ser adulto mayor es un ser dependiente de otra persona o de una herramienta para realizar actividades del día. Los objetivos surgirán inicialmente en la ciudad de Bogotá, principalmente en la zona de chapinero y floresta.

VISIÓN

Para el año 2021, la empresa Never Give Up pretende alcanzar un reconocimiento como la primera empresa en asesoría online con un servicio integral. En el que ofrezca planes de entrenamiento guiados de forma detallada y específica, brindando un entrenamiento personalizado que cumpla con el objetivo de la persona, Ser reconocidos por procesos de calidad y eficientes en relación tiempo resultados, con base a la aplicación de los últimos estudios científicos enfocados en ejercicio físico y nutrición. Asimismo, ser distinguidos a nivel nacional, donde las empresas y gimnasios deseen hacer convenios con nuestra empresa, y así, llevar los planes de prevención y promoción de salud de estas empresas para sus trabajadores.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

En la empresa Never Give Up, los profesionales egresados de la Universidad Santo Tomás son reconocidos por respetar y apoyar los objetivos de los clientes. Inspirados en el humanismo tomasino que contribuyen de manera ética, creativa y crítica a la comunidad, directamente a la salud del ser humano, utilizando la actividad física y ejercicio físico como medio de bienestar para una mejor convivencia en la población.

El personal que labore con la empresa, será tratado como un ser humano basándonos en valores como el respeto, la responsabilidad y honestidad. Igualmente, comprendiendo la corporeidad que este trae, evitando al máximo la explotación del profesional y aumentando las posibilidades de empleo digno y bien pago para el mismo. A su vez, se le exigirá el rendimiento que este debe tener, con el fin de encarrilar los objetivos de él con los de la empresa.

En cuanto empresarial, se va a generar un fundamento importante que se transmitirá al cliente, se fomentará la confianza, el trabajo en equipo y la conciencia ecológica y comercial. Se busca enseñar un gasto sano para evitar el consumismo que se da en el entorno del fitness, adquiriendo productos innecesarios que puedan afectar la salud del

consumidor. Nuestros clientes serán tratados de manera digna, brindándole un servicio de la forma más honesta, ética y profesional.

Por otra parte, los clientes tendrán un trato condicionado bajo los valores del respeto y honestidad a favor de una comunicación asertiva para escuchar las opiniones, dudas y sugerencias de los usuarios.

Finalmente, se aplicará un trato justo a la competencia, fundamentado en una competencia sana, donde los precios serán racionales y sin perjudicarlos con tarifas bajas. Los comunicados desde el Departamento de Marketing tendrán un foco justo sin demeritar ni afectar la imagen de otras empresas.

MARCO REFERENCIAL

Ley de Ordenación del Comercio Minorista (LOCM)

Plazo de ejecución y pago: Si no se ha especificado el plazo de entrega del pedido, este será a partir del tercer día partiendo de la venta. No aplica devolución de efectivo y en casos de pagos con tarjeta crédito o débito todas las operaciones serán notificadas por el titular de las mismas.

Ley de Servicios de la Sociedad de la Información y de Comercio Electrónico (LSSI)

Esta Ley regula el contenido de la página “aviso legal”, en líneas generales, es la información necesaria para que el cliente se sienta protegido. El artículo 10 de la Ley 34/2002 del 11 de julio establece los datos que la empresa propietaria de la tienda online, está obligada a informar; el nombre de la empresa o profesional; los datos de contacto para que el comprador puede ejercer sus derechos (correo electrónico, domicilio postal, teléfono, etc.) y los datos de la empresa en el registro mercantil. En el ámbito de los productos, se debe indicar si en el precio que se exige está incluido los impuestos correspondientes, así como, si están incluidos o no los gastos de envío u otros conceptos.

Ley de protección de datos (LOPD)

Como cualquier otro negocio, siempre se almacenan datos de clientes, trabajadores, proveedores, etc. Esta información debe estar registrada en la Agencia de Protección de Datos. Como empresa o profesional se debe cumplir con la LOPD, e informar de este hecho a los clientes.

Política de Cookies

Se debe informar de forma visible y de fácil acceso, sobre las políticas de cookies. La ventana (POPUP) permite obtener el consentimiento del visitante a la página web de

NEVER GIVE UP, para el uso de cookies. Es necesario explicar qué es una cookie, el tipo de cookies que existen y cuáles se utilizan en la página de la empresa, y asimismo, como el uso o finalidad de las mismas. Por último, se debe colocar de manera clara las instrucciones necesarias para deshabilitar las cookies en cualquier navegador.

Ley del deporte

Esta empresa busca apoyar el cumplimiento de los objetivos de la ley 181 de 1995 donde se busca promover el aprovechamiento del tiempo libre, integrar personas de diferentes edades y condiciones para que participen en programas deportivos y de actividad física que mejoren su calidad de vida para la formación física y espiritual adecuadas en su 5 objetivo se enfoca en la creación de espacios que faciliten la actividad física como hábito de salud y mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar social.

Estatutos

Artículo 1°. Forma. La compañía que por este documento se constituye es una sociedad por acciones simplificada, de naturaleza comercial, que se denominará NEVER GIVE UP SAS, regida por las cláusulas contenidas en estos estatutos, en la Ley 1258 de 2008 y en las demás disposiciones legales relevantes.

En todos los actos y documentos que emanen de la sociedad, destinados a terceros, la denominación estará siempre seguida de las palabras: “sociedad por acciones simplificada” o de las iniciales “SAS”.

Artículo 2°. Objeto social. La sociedad tendrá como objeto principal venta de suplementos y prestación de servicios de entrenamiento. Así mismo, podrá realizar cualquier otra actividad económica lícita tanto en Colombia como en el extranjero.

La sociedad podrá llevar a cabo, en general, todas las operaciones, de cualquier naturaleza que ellas fueren, relacionadas con el objeto mencionado, así como cualesquiera actividades similares, conexas o complementarias o que permitan facilitar o desarrollar el comercio o la industria de la sociedad.

Artículo 3°. Domicilio. El domicilio principal de la sociedad será la ciudad de Bogotá D.C. y su dirección para notificaciones judiciales será la FIT FOR ALL FLORESTA, Centro de diseño floresta local 17 - Carrera 67A # 95 - 63. La sociedad podrá crear sucursales, agencias o dependencias en otros lugares del país o del exterior, por disposición de la asamblea general de accionistas.

Artículo 4°. Término de duración. El término de duración será indefinido.

Artículo 8°. Derechos que confieren las acciones. En el momento de la constitución de la sociedad, todos los títulos de capital emitidos pertenecen a la misma clase de acciones



ordinarias. A cada acción le corresponde un voto en las decisiones de la asamblea general de accionistas.

Los derechos y obligaciones que le confiere cada acción a su titular les serán transferidos a quien las adquiere, luego de efectuarse su cesión a cualquier título.

La propiedad de una acción implica la adhesión a los estatutos y a las decisiones colectivas de los accionistas.

SEGMENTO DE MERCADO

FICHA TÉCNICA	
Población	Hombres y mujeres mayores de 12 años de edad, residentes en la ciudad de Bogotá.
Objetivo del estudio	El presente formulario, tiene como finalidad conocer el nivel de aceptación de un grupo focal para la adquisición de un servicio de entrenamiento.
Técnica de recolección de datos	Encuesta por medio de la herramienta formularios de <i>Google</i> .
Tamaño de la muestra	30 personas.
Fecha de investigación	Febrero 28/02/2020
Realizada por	Daniel Garcia - Jefersson Gomez

Tabla 1. Ficha técnica de encuesta. Tomada de los investigadores.

Resumen de Investigación

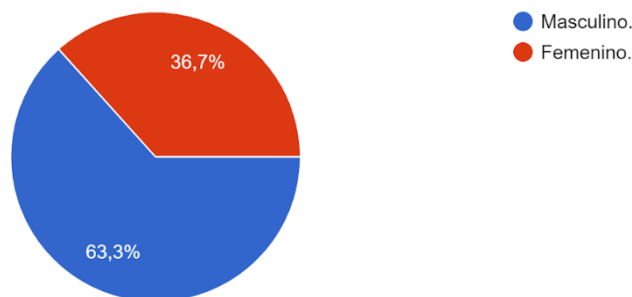
El objetivo de la investigación es determinar el nivel de participación de los usuarios en salas de musculación, indagando qué tan perceptivos estaban las personas para volver a participar en planes de entrenamiento, o del caso contrario, si nunca habían estado en uno. Con el fin de establecer si es de interés planes de entrenamiento personalizado y asesorías online y si había presencia de patologías que tan receptivos están para realizar programas de ejercicio físico.

Es de resaltar que una de las partes importantes de las encuestas era evaluar el miedo de las personas a realizar pagos online y evaluar la percepción del interés por adquirir una asesoría online. Se responde a estas preguntas por medio de un formato de encuesta realizada a un grupo poblacional de diferentes edades con diferentes patologías. Se logra identificar una recepción positiva del producto tanto el servicio de entrenador personal como la modalidad online. Debido a, gran parte de la población presenta patologías, estados de sobrepeso u obesidad dados a hábitos de vida no saludables, son estados en el que los usuarios deseen cambiar con nuestro servicio.



1. ¿Cuál es su género?

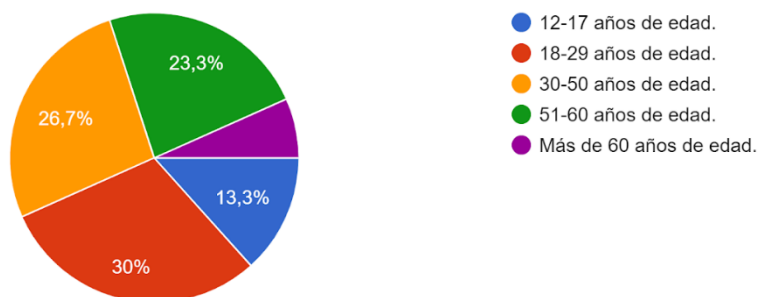
30 respuestas



La predominancia de los sujetos es el género masculino con un 63,3%.

2. ¿En qué rango de edad se encuentra?

30 respuestas

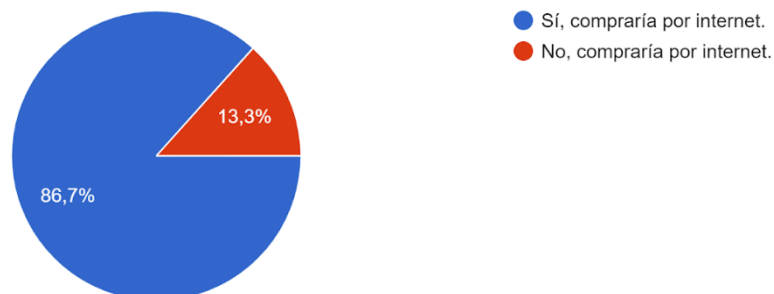


La principal población de los encuestados son adultos jóvenes entre 19 y 29 años de edad, correspondiendo a un 30% de la población encuestada. Seguido por, una población adultos entre los 30 y 50 años de edad con un 26,7%. Luego, por adultos entre 51 y 60 años de edad con el 23,3 %. Lo cual indica que nuestro mercado y marketing se deben enfocar en adultos entre los 18 y 60 años de edad, dejando la población adolescente y adultos mayores con menor interés en nuestro mercado publicitario.



3. ¿Confía en los pagos online?

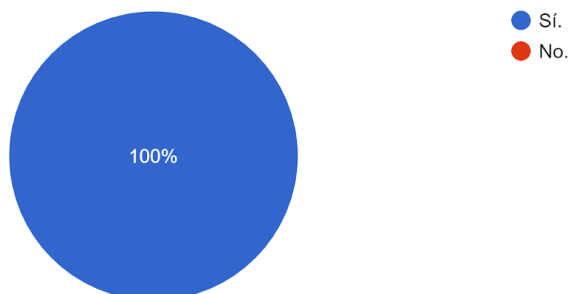
30 respuestas



Predomina las personas que tienen confianza para realizar compras en línea con un 86,7%, posiblemente debido que 13,3% son adultos mayores de 60 años y adolescentes menores de edad. La cual indica que, la mayor parte de la población estaría dispuesta a generar pagos online que será una de nuestras formas de pago principales.

4. ¿Le interesaría practicar un deporte o hacer ejercicio físico ?

30 respuestas

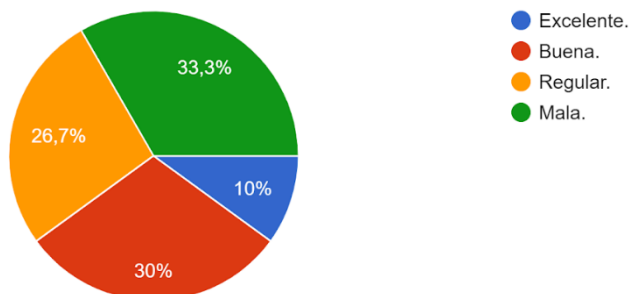


La totalidad de las personas corresponden al 100% con una participación de 30 personas encuestadas, que se interesan en realizar ejercicio físico a causa de que cada día hay mayor conciencia en la importancia del ejercicio físico para la salud. Además, se prevendría enfermedades en sujetos aparentemente sanas, promocionando salud para las personas que presenten enfermedades, limitando el desarrollo de enfermedades y mejorando el grado de independencia en adultos mayores.



5. ¿Cómo es su actual condición física?

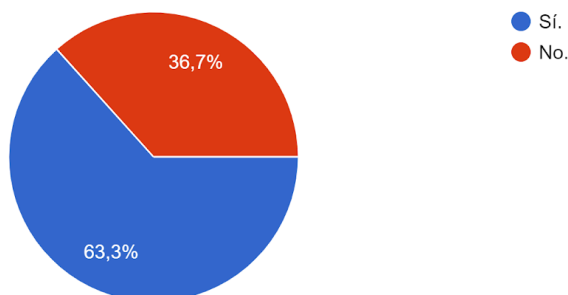
30 respuestas



Se refleja que de las personas entrevistadas, son pocas las que se consideran tener una condición idónea de estado físico con un resultado del 10%. Los sujetos que consideran tener un nivel bueno corresponde a un 30%, regular un 28,7% y malo un 33,3% siendo el mayor porcentaje. Se observa que, la mayor parte de la población encuestada son conscientes de que su condición física no es la mejor y requieren de un plan de entrenamiento para mejorar su calidad de vida

6. ¿Ha estado alguna vez en un gimnasio?

30 respuestas

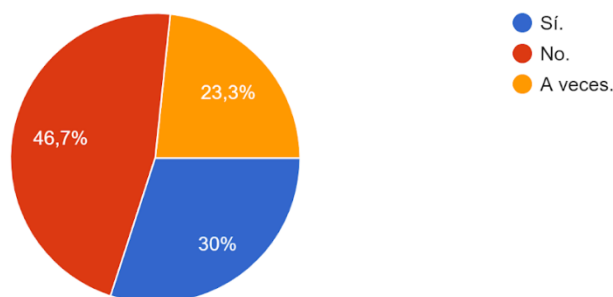


La mayoría de personas han estado en un gimnasio, el cual un 63,3% corresponde a las personas con experiencia entrenando, siendo sujetos más aptos para asesoría online. Mientras que, los sujetos que no han entrenado son sujetos idóneos para entrenamiento personal que en este caso corresponden al 36,7%.



7. ¿Tiene hábitos de vida saludable? Ejemplo: No fumar, no tomar bebidas alcohólicas, no consumir sustancias psicoactivas, nutrición balanceada, etc.

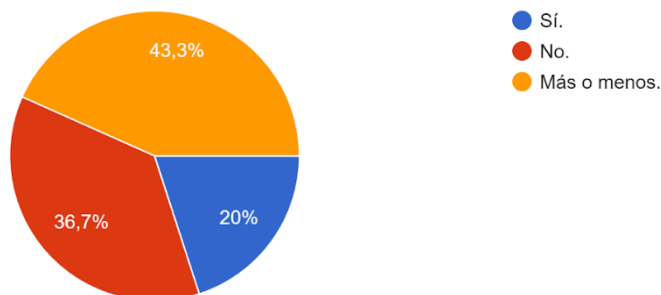
30 respuestas



Se evidencia un bajo porcentaje en las personas que consideran tener hábitos de vida saludable correspondiendo al 30%. Con respecto al 46.7% , refleja no tener hábitos saludables y el 23,3% dice tenerlos en algunas ocasiones; lo cual es un aspecto en los que se desarrolla nuestro programa de entrenamiento para que las personas se apropien de hábitos de vida saludables .

8. ¿Se encuentra a gusto con su estética corporal?

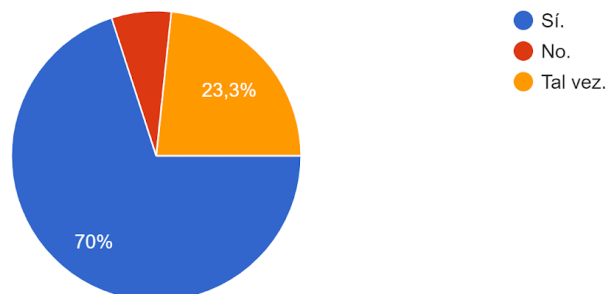
30 respuestas



El 20% de las personas se sienten a gusto con su cuerpo, debido a que la mayoría se siente incómoda por el porcentaje graso que tienen correspondiendo a un 36,7% y un 43,3% que no se sienten del todo agusto con su cuerpo. Esto favorece a el desarrollo de la empresa ya que se evidencia la presencia de la problemática de sobrepeso y problemas de autoestima por el estado físico de las personas, el cual es justo lo que se busca solucionar.

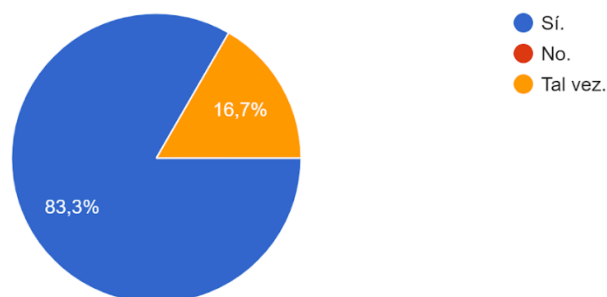


9. ¿Se encuentra interesado en adquirir un servicio de entrenamiento personal o asesoría Online?
30 respuestas



Se identifica que hay demanda del servicio que se ofrece con un 70% de personas interesadas en adquirir servicios de entrenamiento personal o asesoría online.

10. ¿Le gustaría adquirir un servicio que mejore su estética corporal y salud por medio de ejercicio físico?
30 respuestas

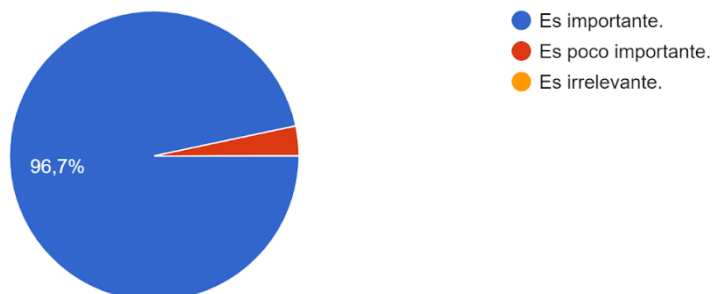


En su totalidad las personas tienen un interés por participar en programas de entrenamiento que mejoren su estética corporal y su salud con un 83,3 %, en su mayoría se encuentran seguros con nuestro servicio para mejorar su composición corporal, ue es el servicio en el que se enfoca la empresa mediante ejercicio físico.



11. ¿Qué criterio tiene al respecto de que este proceso lo lleve profesionales en Cultura Física?

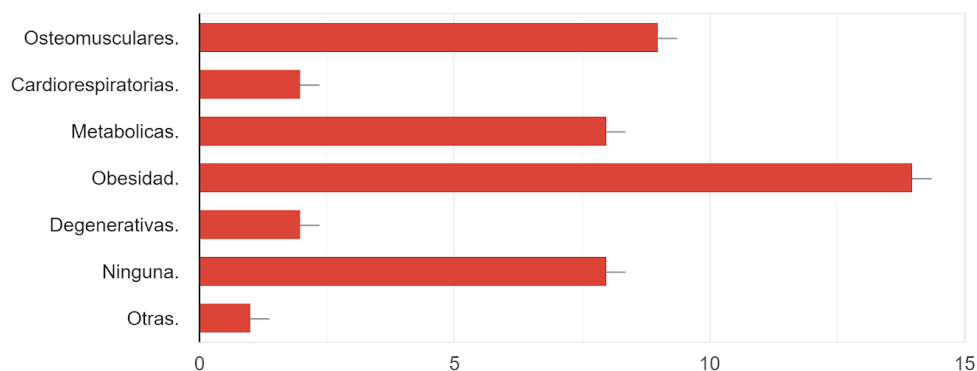
30 respuestas



Uno de los puntos de innovación es la promoción de un equipo profesional enfocado en evidencia científica lo cual demuestra que ese plus es importante para las personas ya que el 96,7% dicen que este es un factor significativo para ellos.

12. ¿Presenta alguna de las siguientes enfermedades o trastornos?

30 respuestas



Hay presencia de patologías en la mayoría de usuarios por lo que es importante la intervención de profesionales capacitados en el manejo de estas.



Introducción

El grupo de personas al que se encuentra dirigido el servicio de entrenamiento personal y asesoría online es a personas mayores de 12 años que quieran mejorar su composición corporal, que deseen mejorar su salud y condición física por medio del ejercicio físico. Principalmente en la ciudad de Bogotá, para que asistan a zonas de musculación, y de no ser el caso, puedan entrenar desde sus hogares. Se maneja usuarios de estrato socioeconómico de 3 a 6, todo esto con la intención de expandirnos a todo el país por medio de la asesoría online y llegar a tener reconocimiento internacional ofreciendo el plan online.

Nicho de Mercado

Nos dirigimos a un mercado de masas, enfocados en personas que buscan mejorar su calidad de vida por medio del ejercicio físico, nutrición balanceada y hábitos de vida saludable. Personas que quieren mejorar una o varias capacidades físicas condicionales y coordinativas que les limite su normal desarrollo en sus actividades diarias. Del mismo modo, atender la necesidad de mejorar su composición corporal, ya sea por motivo de salud o por de autoestima, autoconfianza y autoconcepto. Estamos orientados a un mercado segmentado, la razón de este servicio es para personas que pretendan mejorar su salud y/o estética corporal de manera segura y eficiente, de tal forma que, no se sacrifique su salud y tiempo para alcanzar las metas y objetivos en un tiempo óptimo.

Segmentación Geográfica

Principalmente nuestro mercado se desarrollará en la ciudad de Bogotá, tendremos dos ubicaciones:

FIT FOR ALL FLORESTA, Centro de diseño floresta local 17 - Carrera 67A # 95 - 63.



Figura 2. Fachada FIT FOR ALL Floresta. Tomada de Google Maps.



Figura 3. Ubicación mapa de FIT FOR ALL Floresta. Tomada de Google Maps.

STARK GYM de la calle 66 # 7 - 18.



Figura 4. Fachada STARK GYM de la Calle 66. Tomada de Google Maps.

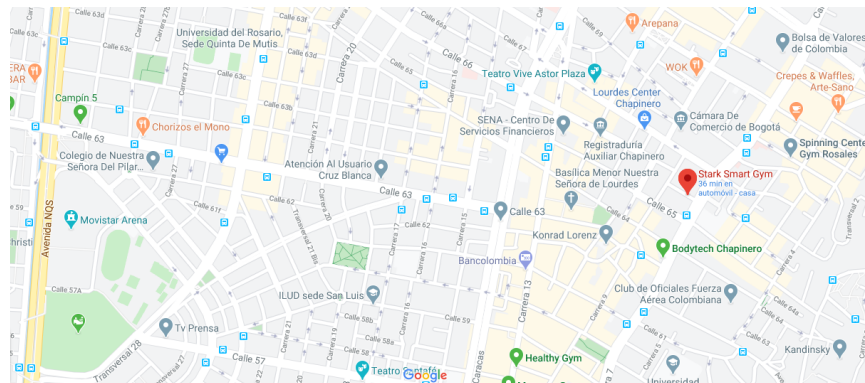


Figura 5. Fachada FIT FOR ALL Floresta. Tomada de Google Maps.

Segmentación Demográfica



Nuestros principales clientes son adultos mayores, es decir, personas mayores de 60 años, adolescentes y adultos jóvenes, como lo son personas entre 16 y 70 años, que padezcan o no enfermedades crónicas no transmisibles, como hipertensión, diabetes, sobrepeso, dislipidemia, hernias, escoliosis, artritis, artrosis y lesiones osteomusculares. Sin distinción de razas, géneros y/o etnias. Enfocados en personas recreativas y atletas de culturismo y fitness. Al ser un servicio online nuestros clientes pueden ser de Colombia, Sur América e incluso fuera del continente. Principalmente entre los estratos socioeconómicos 3 y 6.

Segmentación Psicográfica

En relación a la personalidad personas extrovertidas, introvertidas, individualistas, en estilo de vida serán personas que les interesen los ejercicios físicos, deporte, viajes, teatro, con valores como lo son el sentido de pertenencia, logro, solidaridad y respeto.

PROPUESTA DE VALOR

Servicio personalizado con la novedad de ofrecer un servicio integral en el momento de la compra y POST venta, dando a conocer nuestros planes de entrenamiento y estrategias nutricionales para una población con sobrepeso y obesidad. Nuestro elemento diferencial es el constante control de los usuarios para que continúen manteniendo sus resultados logrando cambios significados que perduren a lo largo de la vida de nuestros clientes.

Nuestro producto se caracteriza por ser el resultado de la unión de academia y experiencia para crear un servicio seguro e integral en el que se ofrece: plan de entrenamiento personalizado, plan nutricional personalizado, coaching nutricional, asesoría en ayudas ergogénicas, entrenamiento personalizado, venta de ayudas ergogénicas y evaluación de composición corporal. Todo basado en actualizaciones dadas por entidades e investigadores internacionales siguiendo siempre los lineamientos dados por la ciencia.

De igual forma, se quiere brindar una solución al aumento de enfermedades crónicas no transmisibles generadas por inactividad física y trastornos alimenticios. Para esto, se creó estrategias con base al ejercicio físico para el control de la masa corporal y estrategias nutricionales que disminuyan la tendencia de la pandemia del siglo XXI, mejor conocida como obesidad. Este trastorno metabólico, es una enfermedad sistémica, multifactorial y multicausal que desencadena diferentes enfermedades. Además, con el aumento en la prevalencia de estas enfermedades se ha dado un aumento en el interés por el entorno fitness, el cual ha generado mayor demanda, en el que se crean diferentes mercados desde gimnasios hasta productos adelgazantes. En este punto entra al mercado tendencias que ofrecen resultados milagrosos en corto tiempo, que pueden tener resultado o no y además pueden tener un impacto negativo en la salud de sus consumidores.



Se ofrece un producto que promocióne salud y prevenga enfermedades por medio del ejercicio físico y un control nutricional para que los consumidores alcancen sus objetivos sin afectar su salud.

Uno de nuestros enfoques principales será el de generar adherencia en las personas para que hagan del ejercicio físico y los planes nutricionales parte de sus hábitos y que aun después de alcanzar sus metas continúen en el proceso para mantener sus resultados. A diferencia de otros programas de entrenamientos y tendencias que logran los objetivos deseados, pero no continúan con un control sobre los usuarios ocasionando que estos regresen a sus hábitos anteriores perdiendo los resultados logrados.

Para dar resultados a las necesidades de las personas por mejorar su calidad de vida, mejorar su independencia en la edad adulta, evitar enfermedades crónicas no transmisibles, en caso de tener alguna enfermedad y consumir medicamento se satisface la necesidad de disminuir el impacto de la enfermedad y el aumento de la dosis de los medicamentos y mejorar la autoconfianza autopercepción de las personas mejorando su composición corporal y apoyar a los atletas de culturismo que deseen mejorar sus resultados en competencia. Llevándose a cabo de una forma accesible para que aquellas personas no tenían acceso a planes de entrenamiento y controles nutricionales puedan iniciar a cumplir sus metas mediante nuestra opción online para las personas que vivan fuera de Bogotá y aquellas personas que vivan en Bogotá podrán acceder a la opción online y también opción presencial.

CANALES

Los canales de comunicación serán directos dando a conocer nuestros servicios y productos en nuestro sitio web donde conocerán nuestra experiencia académica y laboral además de explicar detalladamente nuestros productos y podrán realizar desde la página web. Se incluirá un enlace para que ingresen al *Instagram* de la empresa, donde se subirán post con evidencia científica relacionados con entrenamiento, nutrición y dietética. Promoviendo resultados basados en investigaciones científicas de calidad y rigurosidad. Además de promover el conocimiento científico y no broscience.

Se usará las redes de contacto de los gimnasios STARK GYM y FIT FOR ALL. Además de, los perfiles de Instagram de nuestros atletas de fitness y culturismo, para dar a conocer nuestro perfil profesional, servicios, productos y mostrar las experiencias de nuestros clientes. En estos canales podrán opinar y evaluarnos, además de, realizar preguntas acerca de los servicios y productos, comprar directamente con nosotros donde encontrarán todas las opciones para pagos y soportes dadas por consignaciones bancarias o pagos en efectivos en las instalaciones de los gimnasios.

Se elevará la percepción de la marca mostrando los resultados de los usuarios que se tienen para demostrar que es un servicio estable que cumple con lo plasmado en los productos, una empresa comprometida con cumplir a los clientes con el servicio adquirido.



Para la evaluación de la proposición de valor de la organización en la página web se subieran enlaces de cuestionarios al igual que en los correos de los usuarios para que evalúan los procesos en relación a lo vendido con lo obtenido donde se publican gráficas de satisfacción, al igual que utilizar Instagram para preguntar a los clientes cómo se sienten como los servicios prestados por parte de la empresa

La compra se realizará por página web donde se ofrece el listado de servicios de asesoría online y entrenamiento personal además de la lista de suplementos disponible y directamente con los entrenadores. La post venta se hará por una llamada telefónica, video llamada o mensaje según la preferencia del usuario para conocer cómo se sintió en el proceso, también, un chequeo post venta para saber cómo se siente el sujeto después de terminar el proceso con el objetivo de que continúe manteniendo los resultado obtenidos.

RELACIONES CON LOS CLIENTES

La relación con los clientes será de tipo personal. Enfocados en la ASISTENCIA PERSONAL basándonos en la interacción humana. Ofreciendo acompañamiento los siete días de la semana 20 horas al día. Buscando mejorar cada día la interacción humana realizando en los gimnasios o por medio de llamadas, correos electrónicos, mensajes de texto en redes sociales.

Utilizando nuestra página web donde podrán observar la información del servicio, comprar e interactuar con en enlace que los enviará a nuestro Instagram, además tendremos el correo electrónico y la aplicación WhatsApp para la constante información y respuesta de dudas, para que puedan comunicarse con nosotros por cualquiera de estos medios y atender cada una de sus inquietudes en cualquier momento.

Llevándose a cabo de forma personal basándose en la captación de clientes y fidelización. Adquiriendo y reteniendo consumidores buscando fidelización con un proceso de información recíproca donde constantemente nos informan sus avances y cambios incluso cuando terminen el programa de entrenamiento para hacer un seguimiento de los resultados obtenidos con el fin de que no los pierdan a pesar de haber terminado el programada. Buscando que nos recomienden creciendo con el voz a voz

Siempre basándonos en valores como lo son el respeto, la responsabilidad y la honestidad, generando fidelización en los clientes mediante nuestro servicio integral para cumplir el objetivo del usuario desde el momento que realiza la compra y después de terminado el proceso buscando un control constante de los resultados obtenidos por el usuario.

El excelente servicio que se presentará, hará que Never up Giver crezca a través de aplicaciones como el Instagram, Facebook y el voz a voz, con el fin de ser líder nacional. Por eso ofrecemos una asesoría integral que asegurará resultados en un tiempo óptimo sin sacrificar tu salud planificando, periodizado, programando evaluando y diagnosticando según cada caso particular.



FUENTES DE INGRESO

Se basaran en venta de servicios de entrenamiento ofreciendo planes de entrenamiento online y personalizados, los planes nutricionales se incluirán en la asesoría online y en el entrenamiento personalizado y venta de ayudas ergo génicas, los planes de entrenamiento se dividen en asesoría online que consiste en enviar un plan de entrenamiento individualizado según el objetivo de la persona, experiencia y condiciones de salud este servicio ofrece el acompañamiento vía WhatsApp para responder dudas llevar un control con fotos y comentarios del cliente además de permitir videollamadas para una mejor interacción y corrección de ejercicios. La otra opción es entrenamiento personalizado en alguna de nuestras sedes donde se hace el acompañamiento en cada sesión de entrenamiento del cliente para motivar, enseñar y corregir los ejercicios y adaptar el entrenamiento según su condición día a día. Se desarrollara con fuentes de ingreso internas ya que serán recursos propios de cada inversionista.

Condiciones de pago

El pago por la prestación del servicio se realizará inmediatamente en las instalaciones de la planta o la asesoría online, el pago se realizará en efectivo en las instalaciones de los gimnasios y pagos online en la página web.

Fuente de financiación

Se buscará el arriendo de gimnasios STARK Y FIT FOR ALL, de 1.785.000 el mes, lo cual está cubierto por 5 personalizados de plan 1. (Tabla 2).

Fuente de ingreso

La fuente de ingreso se hará con un mecanismo de precios fijos, que tendrá una lista de precios dependiendo de las características y volumen

Precio de venta

El precio se define por planes que se realizaron mediante el costo de arriendo de las instalaciones smart fit y fit for all, para sacar un porcentaje de ganancias.

Proyección de ventas

Los servicios como ya se ha mencionado anteriormente es para ayudar a cambiar el hábito de vida de las personas por medio del ejercicio, los cuales ofrecemos por medio de planes de en entrenamiento, número 1 entrenamiento personal Fit for all floresta, número 2 entrenamiento personal STAR GYM calle 66 y número 3 asesoría online.



Los planes número 1 y número 2 se divide por sesiones de entrenamiento cuatro, ocho, doce, dieciséis y veinte sesiones, se envía el plan de entrenamiento dependiendo el número de sesiones, se programa la hora con el invitado para la sesión de clase totalmente personalizada, el plan número 3 se divide por semanas, cuatro, ocho y doce semanas, se envía el plan de entrenamiento por medio de correo electrónico, los tres planes tendrán el número de su entrenador para cualquier duda de su plan de entrenamiento y tendrán asesorías online.

Tabla 1

Entrenamiento personal Fit for all floresta	
Número sesiones en la semana	costo mensual
4	250.000
8	380.000
12	490.000
16	560.000
20	659.000

Tabla 2

entrenamiento personal STAR GYM calle 66	
Número sesiones a la semana	costo mensual
8	450.000
12	550.000
16	650.000
20	750.000

Tabla 3

asesoría online



Número semanas	costo
4	250.000
8	450.000
12	600.000

Tabla 4

Mes	Gimnasio	Planes	Sesiones	Personas	Costo	Total planes	Total
Junio	Fit for all floresta	1	4	1	250.000	250.000	6.166.000
		1	8	2	380.000	760000	
		1	12	4	490.000	1960000	
		1	16	1	560.000	560000	
		1	20	4	659.000	2636000	
Mes	Gimnasio	Planes	Sesiones	Personas	Costo	Total	Total
Junio	STAR GYM calle 66	2	8	2	450.000	900.000	7.500.000
		2	12	3	550.000	1650000	
		2	16	3	650.000	1950000	
		2	20	4	750.000	3000000	
		2					



Tabla 5

Mes	Gimnasio	Planes	Sesiones	Personas	Costo	Total planes	Total
Julio	Fit for all floresta	1	4	2	250.000	500.000	6.416.000
		1	8	2	380.000	760000	
		1	12	4	490.000	1960000	
		1	16	1	560.000	560000	
		1	20	4	659.000	2636000	
Mes	Gimnasio	Planes	Sesiones	Personas	Costo	Total	Total
Julio	STAR GYM calle 66	2	8	3	450.000	1.350.000	7.950.000
		2	12	3	550.000	1650000	
		2	16	3	650.000	1950000	
		2	20	4	750.000	3000000	
		2					

Tabla 6

Mes	Gimnasio	Planes	Sesiones	Personas	Costo	Total planes	Total
Agosto	Fit for all floresta	1	4	2	250.000	500.000	6.976.000
		1	8	2	380.000	760000	
		1	12	4	490.000	1960000	
		1	16	2	560.000	1120000	
		1	20	4	659.000	2636000	
Mes	Gimnasio	Planes	Sesiones	Personas	Costo	Total	Total
Agosto	STAR GYM calle 66	2	8	3	450.000	1.350.000	8.500.000
		2	12	4	550.000	2200000	
		2	16	3	650.000	1950000	
		2	20	4	750.000	3000000	
		2					

Tabla 7

Mes	Gimnasio	Planes	Sesiones	Personas	Costo	Total planes	Total
Septiembre	Fit for all floresta	1	4	2	250.000	500.000	7.536.000
		1	8	2	380.000	760000	
		1	12	4	490.000	1960000	
		1	16	3	560.000	1680000	
		1	20	4	659.000	2636000	
Mes	Gimnasio	Planes	Sesiones	Personas	Costo	Total	Total
Septiembre	STAR GYM calle 66	2	8	4	450.000	1.800.000	8.950.000
		2	12	4	550.000	2200000	
		2	16	3	650.000	1950000	
		2	20	4	750.000	3000000	
		2					



Tabla 8

Mes	Gimnasio	Planes	Sesiones	Personas	Costo	Total planes	Total
Octubre	Fit for all floresta	1	4	2	250.000	500.000	8.096.000
		1	8	2	380.000	760000	
		1	12	4	490.000	1960000	
		1	16	4	560.000	2240000	
		1	20	4	659.000	2636000	
Mes	Gimnasio	Planes	Sesiones	Personas	Costo	Total	Total
Octubre	STAR GYM calle 66	2	8	5	450.000	2.250.000	9.400.000
		2	12	4	550.000	2200000	
		2	16	3	650.000	1950000	
		2	20	4	750.000	3000000	
		2					

Tabla 9

Mes	Gimnasio	Planes	Sesiones	Personas	Costo	Total planes	Total
Noviembre	Fit for all floresta	1	4	2	250.000	500.000	8.476.000
		1	8	3	380.000	1140000	
		1	12	4	490.000	1960000	
		1	16	4	560.000	2240000	
		1	20	4	659.000	2636000	
Mes	Gimnasio	Planes	Sesiones	Personas	Costo	Total	Total
Noviembre	STAR GYM calle 66	2	8	5	450.000	2.250.000	10.050.000
		2	12	4	550.000	2200000	
		2	16	4	650.000	2600000	
		2	20	4	750.000	3000000	
		2					



Tabla 10

Mes	Gimnasio	Planes	Sesiones	Personas	Costo	Total planes	Total
Diciembre	Fit for all floresta	1	4	2	250.000	500.000	9.135.000
		1	8	3	380.000	1140000	
		1	12	4	490.000	1960000	
		1	16	4	560.000	2240000	
		1	20	5	659.000	3295000	
Mes	Gimnasio	Planes	Sesiones	Personas	Costo	Total	Total
Diciembre	STAR GYM calle 66	2	8	5	450.000	2.250.000	10.600.000
		2	12	5	550.000	2750000	
		2	16	4	650.000	2600000	
		2	20	4	750.000	3000000	
		2					

Como se puede observar en la tabla 4, en la actualidad ya se presentan con 19 personalizados lo cual hay una ganancia de 6.342.000, se plantea que en cada mes se inscriba un nuevo invitado, con el objetivo que el mes de diciembre de 2020 tengamos una ganancia de 15.450.000.



Venta de activos

Vamos a tener venta de suplementos de diferentes organizaciones para el objetivo de cada invitado con un valor adicional que el plan de entrenamiento mencionado anteriormente.

ELITE
NUTRITION
GROUP

JOHN CRUZ
MÓVIL: 350 261 7932
PBX: (1) 742 2671

LISTA DE PRECIOS CLIENTES ÉLITE | 2019

HIPERCALÓRICOS

MASS

**CREATINE
POWER**

PRESENTACIÓN

SABORES

PRECIO P.

PRECIO 25%

MEGAPLEX MASS	4 Lbs.	V	\$74.900	\$56.175
MEGAPLEX MASS	2 Lbs.	V	\$39.900	\$29.925
MEGAPLEX MASS	1.3 Lbs.	V	\$24.900	\$18.675
MEGAPLEX CREATINE POWER	10 Lbs.	V	\$134.900	\$101.175
MEGAPLEX CREATINE POWER	2 Lbs.	V	\$34.900	\$26.175

MÓDULOS PROTEICOS

BIPRO

MASS

CLASSIC

COMPLEX

DAY

NIGHT

MEGA

WHEY

PROTEIN

BIPRO CLASSIC	2lb	V / Ch / N	\$99.000	\$74.250
BIPRO CLASSIC	6lb	V	\$249.000	\$186.750
BIPRO MASS	3lb	V	\$99.000	\$74.250
BIPRO RIPPED	2.4lb	V	\$99.000	\$74.250
BIPRO LITE	2.4lb	V	\$99.000	\$74.250
MEGA WHEY	1.5 Lbs.	V	\$59.000	\$44.250
MEGA WHEY	3 Lbs.	V	\$109.000	\$81.750
COMPLEX DAY	2.1lb	V	\$89.000	\$66.750
COMPLEX NIGHT 8 HORAS	2.1lb	V	\$89.000	\$66.750
MEGASOY 90%	1.65 Lbs.	V	\$44.000	\$33.000
PROTEIN CAKE	Caja x 12 Sobres	V / CH	\$49.000	\$36.750
PROTEIN PANCAKE	750 g.	V	\$35.000	\$26.250

PÉRDIDA DE PESO

LITE

MASS

MEGAPLEX LITE	3 Lbs.	V	\$89.000	\$66.750
MEGAPLEX LITE CAJA	20 Sachets	V	\$79.900	\$59.925
MEGA LITE 0%	1.17 Lbs.	V	\$39.900	\$29.925

ENERGÍA Y RECUPERACIÓN

NITRO

RECOV

NITRO SS	2.46 Lbs.	FR.	\$89.000	\$66.750
NITRO SS CAJA	25 Sachets	FR.	\$69.900	\$52.425
NITROSHOCK	405 gr	FR.	\$89.900	\$67.425
MEGA CARBS	2.2 Lbs.	FR.	\$34.900	\$26.175
RECOV R	2.64 Lbs.	V	\$99.000	\$74.250

NUTRICIÓN GENERAL

Nut-Rx

Nut-Rx

Nut-Rx

ZOLÉ

NUT Rx	1.33 Lbs.	V	\$39.000	\$29.250
NUT Rx GC	400 g.	V	\$36.000	\$27.000
NUT Rx Kid's	400 g.	V	\$32.000	\$24.000
ZOLÉ	900 g.	V / N	\$24.000	\$18.000
ZOLÉ	454 g.	V / N	\$13.000	\$9.750

NUTRAMERICAN

ISO CLEAN

FITBAR

X

GAINZ

GAINZ 3.2 Lbs.	3.2 Lbs.	V	\$49.900	\$37.425
GAINZ 6.4 Lbs.	6.4 Lbs.	V	\$89.900	\$67.425
GAINZ 12.8 Lbs.	12.8 Lbs.	V	\$169.900	\$127.425
ISO CLEAN	2 Lbs.	V	\$119.900	\$89.925
ISO CLEAN 5 Lbs.	5 Lbs.	V	\$269.000	\$201.750
ENERGY X	25 Sachets	Limonada Cerezada	\$29.900	\$22.425
FIT BAR	Caja x 12 Barras	Coco / Choco	\$79.000	\$59.250

FITLAND

Entrenamiento personal Fit for all floresta	
# sesiones	Costo
4	250.000
8	380.000
12	490.000



16	560.000
20	659.000

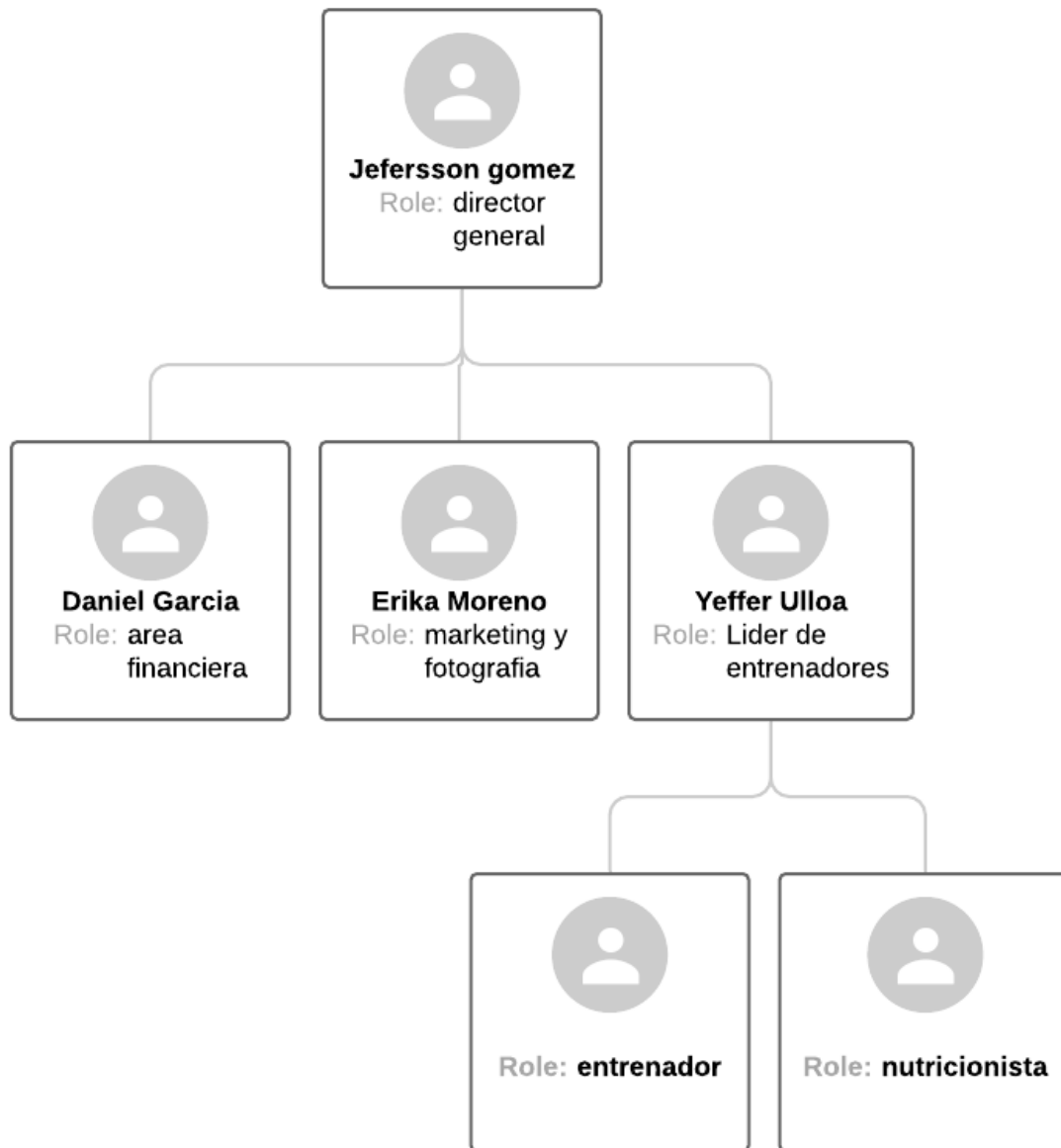
entrenamiento personal STAR GYM calle 66	
# sesiones	costo
8	450.000
12	550.000
16	650.000
20	750.000

asesoría online	
# semanas	costo
4	250.000
8	450.000
12	600.000

RECURSOS CLAVES



Los recursos con los que crearemos la propuesta de valor se basan principalmente en recursos humanos, intelectuales y tecnológicos donde la propuesta de valor de aplicaria desde estas tres clasificacion en lo humano teniendo los profesionales que estén a la vanguardia en los avances científicos relacionados con el entrenamiento aplicado al cambio de la composición corporal y ejercicio físico para la salud complementado con la relación de clientes respaldada por la creación de un entorno amigable y familiar que le permita a los usuarios sentirse cómodos y generen adherencia con el apoyo de herramientas tecnológicas para hacer los procesos de entrenamientos más individualizados,eficientes,precisos y con mayor control de los usuarios para obtener los mejores resultados . proyectandonos a hacer mayor uso de herramientas tecnológicas aplicadas al ejercicio físico.





RECURSOS	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
Intelectual	Registro de marca		
Humanos	director general y entrenador	según número de personalizados	
	área financiera	1.500.000	
	líder entrenadores	según número de personalizados	
	1 director de marketing	1.500.000	
recursos físicos	2 adipometro	80.000	160.000
	2 cinta métrica	90.000	180.000
	2 caliper	140.000	280.000
tecnológico	1 cámara fotográfica	3.000.000	3.000.000



	2 computadores	2.500.000	5.000.000
	2 celulares	2.000.000	4.000.000

ACTIVIDADES CLAVE

solución de problemas

Atendiendo los problemas individuales de cada uno de los individuos en relación a prevenir enfermedades con ejercicio físico o controlarlas en casa de ya presentar algún tipo de patología.

enfocándonos en la prestación de servicios de entrenamiento personal en las 2 sedes mencionadas, vender planes de entrenamiento de forma online para que las personas que no asistan a estos dos gimnasio tengan un plan de entrenamiento con todas las especificaciones necesarios para que puedan entrenar y la venta de suplementos que tenemos para ofrecer.

1. ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO

- Entrena con base científica
- El Plan de entrenamiento personalizado, a diferencia de otros planes de entrenamiento generalizados para la población, podrás ver resultados en menos tiempo sin afectar tu salud teniendo en cuenta protocolos de recuperación para evitar sobreentrenamiento y lesiones.
- Plan nutricional que busca una composición exacta para una alimentación saludable.
- Acompañamiento personal en las sesiones de entrenamiento.
- WhatsApp para responder dudas e inquietudes los 7 días de la semana.
- Establecimiento de metas y Control de resultados.
- Funciones como entrenador personal MOTIVAR para lograr el mejor rendimiento y cumplimiento de los objetivos. EVALUAR tu salud y resultados. ENTRENAR de forma segura y eficaz para cumplir tus metas personales. ENSEÑAR sobre un consumo inteligente en el campo nutricional.



2. ASESORÍA ONLINE

- Plan diseñado para Impulsar tu potencial, cumple la meta de verte como siempre quisiste. Diseñaremos un plan de entrenamiento de acuerdo a tu objetivo, experiencia y disponibilidad de tiempo. Un Plan Nutricional basado en tú día a día y gustos, además de acceder a videos guías y asesoría vía WhatsApp para responder todas tus inquietudes.

3. VENTA DE AYUDAS ERGOGÉNICAS

- Complementar los procesos nutricionales con suplementación inteligente, asesorando los productos ideales que puedan apoyar el proceso para cumplir el objetivo deseado

ASOCIACIONES CLAVE

Alianzas estratégicas entre empresas no competidoras debido a que se tiene alianza con marcas de suplementación y distribuidores para obtener descuentos en ayudas ergogénicas y así nosotros distribuirlas con un margen de ganancia del 25%

ALIANZAS			
EMPRESA	ACTIVIDAD DE LA EMPRESA	BENEFICIO PARA LA EMPRESA	BENEFICIO PARA NUESTRA EMPRESA
	venta de suplementos	incrementar sus ventas	25% de descuento
	venta de ayudas ergogénicas	mayor reconocimiento en el mercado	25% de descuento
	venta de suplementación deportiva	promover su consumo	25% de descuento



	venta de suplementación y accesorios deportivos	publicidad para la empresa	25% de descuento
---	---	----------------------------	------------------

ESTRUCTURA DE COSTOS

La empresa se enfoca en el valor del servicio que se ofrece atendiendo a la idea de minimizar costos pero sin ser esta la prioridad, la prioridad de la empresa es la calidad del valor que se ofrece impulsado por un servicio personalizado dirigido a un determinado grupo social con determinadas condiciones económicas. Los costos más importantes son los pagos por concepto de arrendamiento en las dos sedes de los gimnasios siendo costos fijos.

Costos fijos

Los costos fijos de Never Give up están representados de los arriendos de cada gimnasio y la nómina de los empleados

	Costo	Total (mes)
STAR GYM	2.500.000	7.285.000
Fit For all	1.785.000	
director de marketing	1.500.000	
área financiera	1.500.000	



Costo variables

Los costos variables de Never Give up están representados de los planes de entrenamiento para cada entrenador y la compra de suplementación que necesite los invitados.

concepto	costo	total(mes)
comisión de ganancias para los dos principales entrenadores que serán los principales beneficiarios de la empresa	entre 4.000.000 y 5.000.000	8.000.000
compras de inventario en suplementación	1.000.000-1.500.000	

Ingresos por servicio

Los ingresos de Never Give up están representados por los planes personalizados y asesorías online que se inscriban los invitados.

	Gimnasio	Planes	Valor total	Total
personalizados	STAR GYM	Diez	7.500.000	18.166.000
	Fit for all	Doce	6.166.000	
online	asesorías online	10	4.500.000	



Punto de equilibrio

Considerando los costos fijos y los costos variables en los que se incurren para formar la empresa, se evaluó el punto de equilibrio que se requiere para saber cuántos planes hay que ofertar para tener nuestro equilibrio. (con la siguiente fórmula).

Punto de Equilibrio=	Costos Fijos Totales
	Precio Unitario - Costo Variable Unitario

Planes:

1- STAR GYM de este plan se espera recaudar el 62% de los ingresos de Never Give Up de la empresa, que es un total de 16 planes, 4 planes de ocho días, de doce días, de dieciséis días y de 20 días para un total de 9.600.000

2- Fit for all de este plan se espera recaudar el 22% de los ingresos de Never Give Up de la empresa que es un total de (9) planes, (4) planes de cuatro días, un plan de ocho días y cuatro planes de doce días para un total de 3.340.000

3- Asesoría online de este plan se espera recaudar el 16% de los ingresos de Never Give Up de la empresa que es un total de 5 planes, un plan de cuatro semanas, dos planes de ocho semanas y dos planes de doce semanas para un total de 2.350.000.

Es decir que con treinta invitados que adquiere cada plan se asegura el cubrimiento de los costos fijos y variables de cada mes.



Balance General

CUENTAS	CIFRAS
	AÑO
ACTIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES	
Caja	16.285.000
Inventario en suplementos	1.500.000
implementos tecnológicos	12.000.000
implementos de valoración física	620.000
Subtotal	32.286.000
ACTIVOS FIJOS	0
Subtotal	0
TOTAL ACTIVOS	30.405.000
PASIVOS Y PATRIMONIOS	
PASIVOS CORRIENTES	
Salarios por pagar	3.000.000
Arriendos	4.285.000
Subtotal	7.285.000
PATRIMONIO	
Capital	16.285.000



TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO

30.855.000

Flujo de caja

En el flujo de caja, está representado a ocho meses con los detalles de ingreso y egresos de la empresa, el saldo neto por mes, es decir lo que ganamos al día en el mes y el saldo acumulado por mes, podemos determinar que el flujo de caja cada mes aumenta o se mantiene.

DETALLES DE INGRESOS	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8
ingresos personalizados	13.666.000	14.906.000	14.906.000	16.016.000	16.016.000	16.016.000	16.016.000	16.016.000
ingresos asesoría online	4.500.000	4.950.000	4.950.000	5.200.000	5.200.000	5.200.000	5.200.000	5.200.000
ingresos venta de suplementos	0	200.000	400.000	600.000	600.000	700.000	700.000	700.000
<u>TOTAL INGRESOS</u>	18.166.000	20.056.000	20.256.000	21.816.000	21.816.000	21.916.000	21.916.000	21.916.000
DETALLES EGRESOS (gastos)								
compra de suplementos	0	100.000	200.000	300.000	300.000	400.000	500.000	600.000
pago de arriendos	4.285.000	4.285.000	4.285.000	4.285.000	4.285.000	4.285.000	4.285.000	4.285.000
salarios	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000	7.000.000
<u>TOTAL EGRESOS</u>	11.285.000	11.285.000	11.285.000	11.285.000	11.285.000	11.285.000	11.285.000	11.285.000
<u>SALDO NETO POR MES</u>	229.366	292.366	299.033	351.033	351.033	354.366	354.366	354.366
<u>SALDO</u>	6.881.000	15.652	24.623.6	35.154.	45.68	56.316.6	65.959.	76.590.6



ACUMULADO POR MESES		.652	52	653	5.653	53	652	32
--------------------------------	--	------	----	-----	-------	----	-----	----

Impacto económico

Flujo de ingresos a 5 años

Flujo de Ingresos

	A
AÑO	VALOR
1	217992000
2	265732248
3	323927610,3
4	394867757
5	481343795,7
TOTAL	1683863411

El flujo de ingresos planteado a 5 años nos demuestra que la empresa poseerá una gran de ganancias, la empresa no va a ser afectada.

Flujo de Egresos

	B
AÑO	VALOR
1	147420000
2	167203764
3	189642509,1
4	215092533,9
5	243957951,9
TOTAL	963316758,9

En el flujo de egresos se identifica la inversión que tendrá que hacer la empresa cada año para su inmejorable fortalecimiento de la empresa.



Flujo de Efectivo Neto	
	A-B
AÑO	VALOR
1	70572000
2	98528484
3	134285101,2
4	179775223,1
5	237385843,8
TOTAL	720546652,1

El flujo neto como se observa en la gráfica es progresivo e importante es rentable, se puede ver que en cada año aumenta, teniendo ganancias altas en el año 3 al 5.

TIR

La tasa interna de rentabilidad, la presente tabla nos demuestra que el proyecto es rentable, analizando podemos observar la devolución del dinero en 5 años, en el primer año observamos que recuperamos la inversión inicial, en el año dos, tres cuatro y cinco podemos observar la ganancia de nuestra empresa y pensar en un nuevo objetivo empresarial

TIR	
-16285000	Inversion
70572000	año1
98528484	año2
134285101	año3
179775223	año4
237385844	año5

Valor presente Neto

Formulación de Datos VPN	
f1=	70572000
f2=	98528484
f3=	134285101,2
f4=	179775223,1
f5=	237385843,8
n=	5 años
i=	29%

El valor presente neto presenta rentabilidad al proyecto, es aceptado.



El valor presente neto el proyecto es aceptado, ya que es rentable, el valor presente neto tiene un 29%, nos demuestra que a un futuro la empresa va a tener estabilidad y puede pensar en nuevos objetivos o metas a nivel nacional o internacional.

REFERENCIAS

Cámara de Comercio de Bogotá. (2015). Modelo de estatutos. Acto constitutivo Sociedad por Acciones Simplificadas (SAS). Biblioteca Digital. Recuperado de <https://bibliotecadigital.ccb.org.co/handle/11520/14051>

Cintra, O., Balboa, Y. (2011). La actividad física un aporte para la salud. Buenos Aires. 159. Recuperado de <http://www.efdeportes.com/efd159/la-actividad-fisica-para-la-salud.htm>.

El Tiempo. (29 de junio de 2018). Política de datos de navegación. El Tiempo. Recuperado de <https://www.eltiempo.com/politica-de-cookies>

Herrera, D. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. Cooperativismo y Desarrollo 23 (107). Recuperado de <http://dx.doi.org/10.16925/co.v23i107.1252>
Innovación social y solidaridad

Ley N° 7. Legislación Consolidada, 15 de enero de 1996.

Ley N° 34. Noticias Jurídicas, 11 de julio de 2002. Artículo 10.

Ley N° 181. Ministerio de Educación de Colombia, 15 de enero de 1995.

Ley N° 1258. Secretaría Senado, 5 de diciembre de 2008.

Ley N° 1581. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, 27 de junio de 2012.