



WILLY'S GYM

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESA

Responsables:

NOE LEONARDO SANCHEZ VARGAS

CAMILO CUELLAR SILVA

ANDRES PUERTO SILVA

Asesor:

GONZALO FLORIAN VELASQUEZ

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogota D.C

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
logo slogan Misión	
Visión	
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	5
MARCO REFERENCIAL	7
Social - normativo	
INVESTIGACIÓN	27
CAPÍTULO 1 : SEGMENTOS DE MERCADO	28
CAPÍTULO 2 : PROPOSICIONES DE VALOR	32
CAPÍTULO 3 : CANALES	33
CAPÍTULO 4 : RELACIONES CON CLIENTES	33
CAPÍTULO 5 : INGRESOS	34
CAPÍTULO 6 : RECURSOS CLAVE	39
CAPÍTULO 7 : ACTIVIDADES CLAVE	44
CAPÍTULO 8 : ASOCIACIONES CLAVE	46
CAPÍTULO 9 : ESTRUCTURA DE COSTOS	48
CAPÍTULO 10 : EVALUACIÓN DEL IMPACTO	50
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO	54

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

INTRODUCCIÓN

La empresa Willy's GYM surge de la identificación de una problemática social, la cual es el estrés laboral; circunstancia habitual por la que muchos ciudadanos bogotanos padecen; además de las pésimas usanzas de vida que afectan la cotidianidad de los sujetos. Según la Organización Mundial de la Salud (OMS) un 60% de los ciudadanos en el orden global no hace actividad física, dentro de los límites de lo necesario para optimizar los beneficios respecto a la salud, implicando que el no hacer actividades físicas puede erigirse como un potencial riesgo para contraer enfermedades no transmisibles (ENT) como "como los accidentes cerebrovasculares, la diabetes y el cáncer"(Organización mundial de la salud (OMS), 2017). Asimismo en el año 2018 la OMS (2018), con base en las estadísticas del año 2010 confirmó que un 81% del grupo de jóvenes bajo el rango de de 11 a 17 años de edad no eran activos en hacer ejercicio; conllevando una preocupación porque la inactividad puede incidir de manera negativa en la salud y claramente en el bienestar de vida.

Se colige que el posible inconveniente de la inactividad, se debe en parte, a precaria contribución de las personas en la actividad física en los tiempos de descanso o y a un crecimiento exponencial de las conductas sedentarias (Moreno A , Puertas M, Castañeda V, & Castro S, 2019) que pueden concretarse en las laborales diarias y del hogar. A su vez se encuentran otros factores como escasez en el tiempo, galbana, desatención, apatía y la edad (Valero Valenzuela, Gómez López, Gavala Gómez , Ruiz J, & García M, 2007, pág. 13) o aquellas obligaciones que devienen de los estudios o de las obligaciones laborales que se aúnan a la falta de tiempo, inconvenientes en la salud, posibles lesiones, falta de motivación de estímulo y de apoyo (Rodrigues R, Boned P, & Garrido M, 2009, pág. 249).

Aunado a lo anterior, otro factor evidenciado que respecta a la inactividad física, que debe ser tenido en cuenta, es que los establecimientos fitness, que se encuentran en la zona del Willy's Gym, son principalmente de musculación y en la muestra poblacional del sector, se ha identificado un propósito específico, el cual es tener una condición sana de vida y mantener un índice de vida óptimo, como lo puede afirmar Cintra Cala y Balboa Navarro (2011,) respecto a que la actividad física ayuda a elevar el ánimo, decrece las patologías de depresión y desazón, incrementa la energía, aumenta el amor propio y mejora la imagen física "más no llegar a obtener un rendimiento deportivo específico" (2011, pág. 2).

Es relevante añadir que el no hacer actividad física se ha tomado como un complicación de salud, por el cual los Estados han venido aplicando políticas públicas que ayuden a mitigar el impacto negativo de la inactividad; siendo relevantes las recomendaciones de

la OMS, la Unesco, la Oficina de las Naciones Unidas sobre el Deporte para el Desarrollo y la Paz (UNOSDP). También ésta situación se ha prestado para que las industrias del cuidado del cuerpo como gimnasios, centros de acondicionamiento, box y entrenadores personales hayan decidido invertir en el mejoramiento de la salud; implicando una visión altruista por sus pares.

Por otro lado, en Colombia, el fitness se ha visto en creciente aumento en lo que respecta al incentivo de inversión en empresas que tengan como objeto social la actividad física (Landa, 2016), por ejemplo, que según el registro mercantil de Cámara de Comercio, se han abierto 1.752 gimnasios; y que los ingreso per cápita en este sector son de 376 millones de dólares con quizá, 979 mil usuarios vinculados (Cubillos M, 2018). Lo anterior es importante porque, además, según Diario Portafolio, (2015) Colombia está la cuarta posición en Latinoamérica en apertura y facturación de gimnasios; y en los últimos dos años se han abierto más de 50 gimnasios de la misma categoría del Bodytech en la Ciudad de Bogotá, incluso para cambiar su modelo de negocio a franquicias (Portafolio, 2017). A esto se le suma la nueva tendencia de lo que es el crossfit y del estereotipo fit, pues el crecimiento del fitness en Colombia ha tomado fuerza a nivel mundial, vendiendo la imagen de chicos y chicas fuertes con músculos bien definidos que muestran gran preocupación por el cuidado de su cuerpo o su imagen.

Por último, la mitigación de la inactividad, se ha visto permeada por el mercado y por la creación de empresas que permita una mayor cobertura sobre la población, en el cumplimiento del objetivo de hacer actividad física. Asimismo, aún los establecimientos de actividad física, son propuestas de negocio rentables, en cuanto hay oferta de usuarios y el crecimiento del fitness, siga en auge. De igual forma, el fin altruista de ayudar a que la población mitigue los impactos de la inactividad física pueden ayudar a disminuir y garantizar mayor calidad de vida y salud. Por esas dos razones la generación de empresas con objeto social de desarrollar actividad física es una propuesta de negocio que es viable en términos económicos. Por ende, Willy's Gym será un negocio con fines altruistas y rentable.

Logo:



Representa en letra W en mayúscula la cual es el nombre del fundador de la empresa, además de tener un impacto visual directo al representar metafóricamente un

electrocardiograma en su mismo nombre, en el cual se pretende evidenciar el aumento de la frecuencia cardiaca ocasionado por la actividad física.

Slogan:

Logra el objetivo

En el slogan se evidencia un mensaje plenamente positivo de lo que es el cumplimiento de metas y objetivos propuestos por los usuarios ya que quien ingrese a la familia Willy's gym tendrá la certeza de que lograra lo que se proponga.

Misión: WILLY'S GYM desea prestar un servicio integral, basado en los conocimientos académicamente soportados de entrenamiento deportivo y enfocados en el cumplimiento de los objetivos sea cuales sean, de cada uno de nuestros usuarios.

Visión: WILLY'S GYM quiere ser reconocidos como marca bajo el formato de de entrenamiento funcional y personalizado, dentro del segmento de gimnasios livianos en bogotá y en Colombia.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

La postura ética que toma la familia Willy's Gym, está inspirada en Santo Tomás de Aquino, respecto al concepto de eudaimonía que el Aquinate predicó desde la noción de felicidad "intra terrena". En este sentido, Santo Tomás considera que "todo agente se mueve por un fin"(Quesada P, 2011, pág. 67). Por tal razón, el fin, según lo dirimido por santo Tomás es "“aquello a donde se dirige el impulso del agente, y sólo cuando este impulso se ha conseguido, se ha consumado el fin” (Quesada P, 2011, pág. 67), y la teleología del proyecto, es la creación de hábitos saludables por medio de la actividad física.

Para efectos de éste proyecto, el fin es mitigar la inactividad y fortalecer el hábito de una adecuada actividad física que tenga una repercusión positiva en el usuario que se suscriba en Willy's Gym, El fin tomista, es aquel impulso que puede tener el usuario para lograr sus objetivos en desarrollo físico y psicológico conforme ejecute los programas que brinda el establecimiento comercial. Por esa razón, se instaura en los miembros fundadores de la S.A.S con razón social Willy's Gym, el precepto Tomasino del Ver, Juzgar y Actuar, es decir, ver la necesidad de la población para mitigar la inactividad, y crear hábitos saludables que ayuden a los objetivos de cada usuario, el juzgar, implica la responsabilidad de usuario y entrenadores de hacer los mejores planes de ejercicio para las necesidades de sus usuarios y aplicar debidamente los conocimientos adquiridos durante el pregrado. El actuar, se ejecutará conforme a los delineamientos de

la responsabilidad social, el altruismo, el bienestar común e individual, el trato digno y justo de los miembros fundadores, entrenadores hacia los usuarios del establecimiento comercial.

Los planes de entrenamiento y el trato a los usuarios de Willy's Gym, estarán delineados por lo que Butcher y Schneider (1998) denominan como la persecución de los bienes internos del deporte por parte de los usuarios, en la medida en que se preserve la motivación con la que inician éstos, la actividad física, y fortalecerla en el proceso. De igual modo, como fundadores debemos preparar a los empleados en lo que Sebastián Solanes (2014) dijo, respecto de que la praxis sea interesante y que el usuario pueda expresar su ingenio y experimentar formas diferentes que no extralimiten la capacidad de éste, también que sea un desafío, implemente un flashback que permita evaluar que tan bien o mal se desempeña en la práctica profesional y que coexista una motivación conjunta y de elección libre.

La praxis ética debe ser ejecutada por los fundadores, empleados y usuarios de forma limpia, transparente y sana frente a otros establecimientos comerciales que puedan generar una competencia leal en la zona y en el medio fitness; pues la empresa Willy's Gym, se abstendrá de realizar actos de competencia desleal que puedan perjudicar la reputación o el "good will" de otros establecimientos; al punto de generar un descrédito. Además el fin altruista se vislumbra porque el servicio a ofrecer está enfocado a una población que desea tener un cuidado de la salud y creciente bienestar mediante el ejercicio físico. Por esa razón, como profesionales tomasinos, serán axiomas de vida, los valores integrales y morales desde la perspectiva humanista; ya que resultan indispensables, necesarios e intachables para un actuar responsable.

Por ende, desde la concepción tomasiana de la educación, se reflejan los criterios axiológicos de la siguiente manera:

- 1 Responsabilidad: cumpliendo a cabalidad con las tareas requeridas para llevar de la mejor manera los procesos de los usuarios y/o pacientes.
2. Respeto: como eje central de la comunicación interna de la compañía y el trato hacia terceros, sean o no miembros de la comunidad Willy's Gym.
3. Verdad: en la fundamentación científico-teórica, que respalda las decisiones tomadas, tras los procesos metodológicos y de programación del ejercicio físico, para cada uno de los usuarios / pacientes que así lo requieren.
4. Mejoramiento: constante de los miembros de Willy's Gym, en términos de actualización para ofrecer siempre los mejores procesos y procedimientos a la

vanguardia de lo que ofrece la comunidad científica alrededor del deporte, la salud y el bienestar.

Como empresa se espera, una masiva adherencia de clientes a los planes que ofrecen Willy's Gym, en los que se vea un crecimiento constante por parte de los usuarios que deseen empezar o mantener una vida sana y al mismo tiempo crecer como promotores de salud en Colombia. Por otra parte, como egresados en el área salud y promotores de la actividad física en salud, se pretende crear conciencia y el hábito de llevar una vida sana bajo los beneficios del ejercicio, implicando la inclusión de los recursos metodológicos que aporta el campo fitness, para que exista un índice positivo de crecimiento en el conjunto de personas que tienden a ser apáticas a las experiencias de dichos programas de entrenamiento; ya sea por diferentes factores sociales, que generan rechazo en el ámbito del deporte y demás actividades que benefician la buena salud. La empresa siguiendo los valores tomasinos lo que busca es un bien común dentro de la sociedad; aportando desde la actividad física, hábitos de disciplina, conciencia, salud, autocuidado, autoestima entre otros. Por último, el entrenamiento deportivo siempre estará basado en la verdad y evidencia científica, con un amplio soporte académico.

MARCO REFERENCIAL

Social.

La compañía Willy's Gym se dedica a brindar un servicio de actividad física que mejore la salud y aumente el rendimiento deportivo, esta empresa está dentro del régimen intermedio de la secretaría de salud, en este reporte profesional se definirá empresa como un sistema de coordinación central de una unidad de dirección y planificación cuyo capital es propiedad particular, establecida bajo fundamentacion científica y academica, va a ofrecer un servicio diferencial y personalizado, impactando de manera positiva en los usuarios o pacientes que estén en búsqueda de mejorar su rendimiento fisico, apariencia física, aliviar el dolor, controlar patologías, y en general mejorar de manera integral su calidad de vida.

Normativo.

El siguiente marco normativo se dividirá en una tabla, en dos secciones, la primera, respecto al marco jurídico en el ordenamiento colombiano frente a la creación de empresa con la S.A.S y el segundo, será respecto al componente del objeto social de la empresa Willy's Gym en lo relacionado al deporte y actividad física.

Norma, sobre Constitución de S.A.S	Artículos	¿Por qué la norma?
------------------------------------	-----------	--------------------

Constitución Política de 1991 (ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE, 1991, pág. 22)	• Preámbulo y art 1, 25 • artículo 14 • Art 38 • Art. 333	• Resguarda el derecho fundamental al trabajo. • Implica la persona jurídica, en cuanto que, toda forma societaria con animus de empresa va generar una persona jurídica que y que tiene responsabilidad judicial y extrajudicial frente a trabajadores y a otros, con un patrimonio autónomo, • Con la finalidad de generar iniciativas en diversas actividades que los ciudadanos realicen en la sociedad (ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE, 1991, pág. 22) • Preceptúa la iniciativa privada y de empresa, bajo el orden de lo lícito y contribuyan al bien común. • Economía Social de Mercado (SENTENCIA C-837/ 2013, 2013), • Libertad de empresa como posibilidad de incursionar en el mercado por medio de empresas que oferten bienes o servicios (SENTENCIA C-228/2010, 2010) y (SENTENCIA C -032/2017, 2017)
---	--	---

Ley 1258 de 2008	Todos los artículos normativos porque esta es la base de la constitución de Willy's Gym	Presenta las directrices de constitución de la sociedad por acciones simplificada.
------------------	---	--

LEY 1801 de 2016	• Título VIII sobre actividad económica económica, Capítulo I aplicación normativa. Art 83 y ss.	• Es aquella lícita que ejecutan las personas naturales o jurídicas sobre cualquier bien o servicio y en cualquier lugar, cuyo objeto social esté la recreación o el entretenimiento de naturaleza privada o pública sin ánimo o con lucro ""(LEY 1801 DE 2016, 2016)
------------------	--	---

NORMAS QUE REGULAN EL OBJETO SOCIAL DE WILLY'S GYM Deporte y actividad física	ARTÍCULOS	¿POR QUÉ LA NORMA?
---	------------------	---------------------------

Norma de normas Colombia (C.P)	• Art. 52	• Regula el ejercicio del deporte, sus manifestaciones • recreativas, competitivas y autóctonas tienen como función la formación integral de las personas, preservar y desarrollar una mejor salud en el ser humano (ASAMBLEA NACIONAL CONSTITUYENTE , 1991). • “El derecho fundamental al deporte: (i) es indispensable para que el individuo desarrolle su vida dignamente; (ii) se relaciona con los derechos al libre desarrollo de la personalidad, a la educación, a la libre asociación, a la salud y al trabajo; (iii) conlleva las obligaciones correlativas a cargo del Estado, de fomentar el deporte y velar porque su práctica se lleve a cabo de conformidad con principios legales y constitucionales; y (iv) se garantiza también a través de las
---------------------------------------	---	---

	• Art. 94	organizaciones deportivas y recreativas, las cuales constituyen medios eficaces para la realización de los fines sociales y de los derechos constitucionales de las personas.”(SENTENCIA T-242 DE 2016, 2016) • Bloque de constitucionalidad en el marco internacional. Ampliación de Derechos. • Ingresar al Estado colombiano, siendo Estado parte aquellas directrices o convenios que sean ratificados por Colombia, o la vinculatoriedad de recomendaciones de Organizaciones de carácter supranacional como OMS, UNESCO y ONU en el comité Deporte.
--	-------------------------	---

Unísono del art. 94 constitucional	• Carta Internacional de la Educación Física, la Actividad Física ... • Declaración de Berlín 2013	Dice que toda persona tiene el derecho fundamental de acceso a la educación física y el deporte sin discriminación y el deporte puede jugar un rol importante en los conceptos de actividad física, bienestar y la condición o capacidad física del usuario cuando genera una mayor resistencia, flexibilidad, fuerza, equilibrio y coordinación (C. I. EF. AF. D 2015, 2015) La educación física se constituye en un punto esencial donde los menores aprenden cualidades para la vida y a su vez, estilos saludables para su vida.
---	---	--

	MINEPS	De igual forma incluye la formación de profesionales que desempeñen el área de la actividad física incluyendo y escenarios de formación y empleo en oportunidades iguales.”(DECLARACIÓN DE BERLÍN, 2013)
--	---------------	---

Ley 181 de Enero 18 de 1995	• Objeto • Título IV Del Deporte,	• • Propone el fomentar el deporte, la recreación y demás contextos relacionados con el ejercicio creando el sistema Nacional del Deporte. • Presenta una definición del I deporte, donde lo caracteriza como una praxis de lúdica y de competencia o de retos que se das por medio de ejercicios corporales y mentales que están ligados a disciplinas y normas que ayudan a la construcción cívica de las personas (LEY 181 DE
------------------------------------	--	--

		1995, 1995)
Ley 1024 de 2006 en todo su contenido	• Objeto • art. 2 literal G	• “fomento a la cultura del emprendimiento”

		• Ese literal, pretende ek desarrollo productivo de las MYPIMES que impliquen condiciones de igualdad en la participación del mercado y liberar un potencial creativo y la capacidad emprendedora para un desarrollo estable y territorial equilibrado. (LEY 1024 DE 2006, 2006)
Ley 729 de 2001 en todo su articulado	• Art. 1 • Art. 2	• Fomenta la creación de los Centros de acondicionamiento Físico. • Los CAPF son centros en donde se presta servicios en favor de la recreación, el deporte, que estarán a cargo de profesionales en el área de actividad física y afines. (...)"(LEY 729 DE 2001, 2001)
PROYECTO DE ACUERDO	Objeto del proyecto	Básicamente propone al uso de ciertas directrices para los centros CAPF para que al usuario de le ofrezca garantía de hacer ejercicio en sitios confiables y con profesionales adecuados en Bogotá. Como lo establece la ley 729 de 2001(PROYECTO DE ACUERDO 005 DE 2017, 2017)

005 DE 2017		
DECRETO 639 DE 1996	Objeto	“se clasifica el uso del gimnasio de acondicionamiento físico y cardiovascular, y se adicionan algunos artículos de los Decretos 735 y 736 de 1993”
. ACUERDO 462 DE 2010	Objeto	El legislador propone elementos de Bioseguridad para establecimientos como Gimnasios y empresas similares en Bogotá. (ACUERDO 462 DE 2010, 2011).

La compañía se establece bajo la figura legal de una S.A.S, figura establecida por la la normativa legal 1258/2008 (Reyes V, 2009). Es la figura más apropiada para el proyecto ya que minimiza los riesgos al comenzar un negocio, y también simplifica el ámbito económico, desde la contribución del capital inicial, hasta el pago de impuestos y figuras representativas tributarias, tal como un revisor fiscal que en este caso no sería necesario, generando un ahorro inicial en términos de costos, lo cual no sería posible bajo el amparo de alguna otra figura legal. Lo anterior es confirmado por Alarcón Lora (2010) la medida en que dentro del ámbito comercial, es primordial estrcututuras empresariales más maleables que incentiven una libertad y bienestar para ejecutar los objetos sociales con mayor holgidez; implicando ser más favorable estas formas societarias cuyo fundamento está regido por una libertad contractual, haciendo que sean los socios quienes determinen las obligaciones del contrato y ajusten a la realidad de la empresa; generando formas más dinámicas en el eje comercial y maleabilidad en el interior de ésta.

Según los parámetros establecidos por la autoridad comercial en Bogotá (C.C.B.) (S.A.S) poseen las siguientes características (Campo S & Ramírez R, 2009)

:

- 1) Limitación de las responsabilidades en materia laboral y fiscal Limita la responsabilidad laboral y fiscal de los accionistas frente al desarrollo del objeto social, este último es amplio y sin restricciones.
- 2) Implica la repartición de réditos de forma más sencilla
- 3) No es necesaria la figura de revisor , o según los parámetros del Decreto 2020 de 2009 en el artículo 1°, o de una Junta Directiva; siempre y cuando no esté mencionado en los estatutos de constitución. .
- 4) Podría estar constituida por una sola persona y máximo cinco.
- 5) No es necesario pagar el aporte con el que se constituya la S.A.S.
- 6) No requiere de una duración determinada.
- 7) Reduce costos debido a que no se hace reforma estatutaria.
- 8) Se puede constituir con cualquier monto de capital.
- 9) Se constituye con un documento privado.
- 10) No es necesario que el objeto social sea determinado completamente
- 11) Para la constitución de S.A.S el capital inicial puede tener una espera límite de dos años.

Ya que Willys Gym posee un establecimiento comercial, físico, se tiene en cuenta la ley 1801 de 2006, debido a que la ley 232 del 26 de diciembre de 1995 fue derogada por el artículo 232 de la ley 1801, en lo que atendía a las directrices para empresas que presten para la labor de empresas, de este modo se debe tener en cuenta.

INVESTIGACIÓN

La inactividad física (hipocinética) y hábitos poco saludables han demostrado estar relacionados con distintos tipos de enfermedades, las cardiovasculares tales como, hipertensión arterial, aterosclerosis, diabetes mellitus (Hernández R, Arnold R, & Mendoza C, 2018)Y (Barbosa G & Urrea C, 2019), obesidad, desordenes metabólicos y cáncer (Cordoba B, López L, & Velasco V, 2014), es de notar que el sedentarismo amenaza la salud (Mendoza G, y otros, 2019) y (Márquez R, Rodríguez O , & De abajo O , 2006) de las personas y provoca a largo plazo. a problemas similares a los causados por el tabaquismo y otros factores de riesgo, incluyendo problemas cardiovasculares (Arias V, 2015). Por tanto se puede inferir que aquellas personas que puedan tener un ejercicio vigoroso tiene en promedio un 45% de mitigar el impacto de desarrollar enfermedad cardiovascular que las personas que no hacen ejercicio periódicamente (Leal, Luti, Aparicio, & Acosta, 2009). Por tanto hay una relación directamente proporcional entre la adecuada el hacer y la ejecución de la actividades programadas, conexo con mitigar enfermedades, lo cual se traduce en un nivel alto de calidad de vida, pues ser vigoroso en el ejercicio enfatiza en crear hábitos y tuinas de vida enérgica y eliminar el desasosiego de no hacer actividad y constituye conciencia y usos saludables en la praxis de la vida (Gutiérrez M, 2004).

También, el doctor Schiavone esclarece los bienes positivos de realizar actividad y la valía de ésta al ser instrumento de mitigación a problemas de salud. Por ello, la bina ejercicio/actividad – salud es como si existiera una bina de posología y estímulo por ende al realizar actividad es más benéfico que no hacer, modificando la intensidad de cada ejercicio, implicando un mayor altura de condición física (2014, pág. 26) .

Por otro lado, la ejecución del ejercicio físico de manera inadecuada también representa riesgos para la salud de los usuarios asistentes a gimnasios, desde lesiones osteoarticulares (Bahr & Maehlum, 2007), hasta daños sistémicos que pueden desencadenar en la muerte. Por esa razón, los gimnasios deben hacer una adecuada valoración del usuario que hace el ingreso y posterior a ello, es menester hacer una estructuración y un control adecuado para la ejecución debida del ejercicio. A lo sumo Gutiérrez M (2004) considera como forma de prevención de malas ejecuciones en las técnicas de peso, hacer una evaluación de la composición corporal, hacer un estudio respecto del estado actual de las capacidades del usuario, una prescripción adecuada del ejercicio que posibilite los objetivos de la valoración inicial, una programación de las rutinas físicas que responda a los requerimientos y el control del plan de entrenamiento.

De manera que nos el presente proyecto se encuentra ante dos grandes pilares que soportan y fundamentan el propósito de Willy's Gym, en primer lugar, ofrecer un servicio integral que permita generar adherencia al ejercicio físico y con ello prevenir el desarrollo de diferentes patologías, asociadas a problemas sistémicos y funcionales, y disminución del bienestar en la vida, y, en segundo lugar, llevar un proceso de ejercicio físico, bajo estándares académicamente soportados, que conlleven al cumplimiento de las metas y objetivos del usuario, mientras de manera simultánea se protege y cuida a éste, de lesiones que pudieren entorpecer u obstaculizar; tanto el cumplimiento de objetivos, como la adherencia al ejercicio físico.

Objetivo: Clasificación de la población

INSTRUMENTO DE RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

El instrumento aplicado es una encuesta del tipo estructurada, a un total de 70 personas, pertenecientes al barrio Villa Luz en el que se encuentra localizado el establecimiento, este se encuentra dentro del enfoque de investigación cualitativa, que responde a las variables de acceso, periodicidad de realización de ejercicio, objetivos y los costos

económicos de hacer actividad física. De igual manera, puede clasificar dentro del enfoque cualitativo, la especificidad de la investigación de mercado, pues dentro de la encuesta hay preguntas que responden a una caracterización de la población a la que se piensa llegar para constituirse como usuarios de Willy's Gym. Vale aclarar que la investigación de mercados genera amalgamas entre el cliente, el usuario y el resto de población (BARTESAGHI , 2011) con el investigador.

Encuesta de actividad física y hábitos de vida

Introducción.

Dentro del mercado actual en salud y bienestar el hacer ejercicio y modos de vida adecuados, y una tendencia en aumento hacia la ejecución de deportes y el modificar de la apariencia física, ha abierto una creciente demanda por centros de acondicionamiento físico, centros médicos deportivos y de entrenamiento, donde quienes allí asisten tienen en mente uno o varios objetivos.

Objetivo.

Determinar el nivel de interés que podría tener la población objetivo en una zona determinada cercana al establecimiento Willys Gym, en mejorar su apariencia, estado físico, y cuidar su salud mediante el avance progresivo de la eficacia de vida, conexo cuanto estaría dispuesto a pagar un usuario potencial por una serie de paquetes y servicios.

Instrucciones.

Diligencie los campos correspondientes con los datos requeridos, por favor, escoja solo una de las opciones ofrecidas para cada pregunta y si desea ampliar la información use la casilla "otro" si la pregunta así lo permite, si tiene alguna duda, pregunte al encuestador que estará presente mientras usted diligencia el formato.

Nombre: _____ **Edad** _____ **Sexo** _____ **Teléfono** _____ **Email** _____

1.Practica usted algún tipo de actividad física?

si ____ no _____ cuál _____

2. ¿Cuántas horas dedica semanalmente a la práctica de actividad física?

menos de 2 horas ____ entre 2 y 4 horas ____ entre 4 y 6 horas ____
mas de 6 horas ____

3. Si no realiza actividad física, cuál es la razón?

falta de tiempo ____ pereza ____ pena ____ costo ____ no le interesa ____ otro, cuál? _____

4. Prefiere realizar actividad física en:

en el gimnasio ____ al aire libre ____ en casa ____ ninguno ____

5. Conoce usted los riesgos que se pueden presentar si no realiza ejercicio físico?

si ____ no ____ cuál(es) _____

6. Si asiste a un gimnasio, cuál es su objetivo principal?

salud ____ estética ____ rendimiento deportivo ____ tratamiento médico ____ otra, cuál? _____

7.Cuál es su actividad preferida dentro del gimnasio: musculación ____ cardio ____ entrenamiento personalizado ____ clases grupales ____ zonas húmedas ____ otro, cuál? _____

8. Cuánto estaría dispuesto a pagar por una membresía mensual a un gimnasio? hasta \$40.000 COP ____ entre \$40.000 y \$70.000 COP ____ entre \$70.000 y \$100.000 COP ____ más de \$100.000 COP _____

9. Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete mensual de entrenamiento personalizado en un gimnasio de doce sesiones?

hasta \$400.000 COP ____ entre \$400.000 y \$600.000 COP ____ más de \$600.000 COP ____ no estoy interesado en adquirir este paquete _____

10. Cuánto dinero pagaría para un paquete mensual de entrenamiento personalizado a en su casa, de doce sesiones?

hasta \$500.000 COP ____ entre \$500.000 y \$800.000 COP ____ más de \$800.000 COP ____ no estoy interesado en adquirir este paquete _____

11. En qué horario entrenaría usted, con cualquiera de los paquetes anteriores?
entre 5 y 9 AM _____ entre 9 AM y 5 PM _____ entre 5 Y 9 PM _____

Resultados

1.

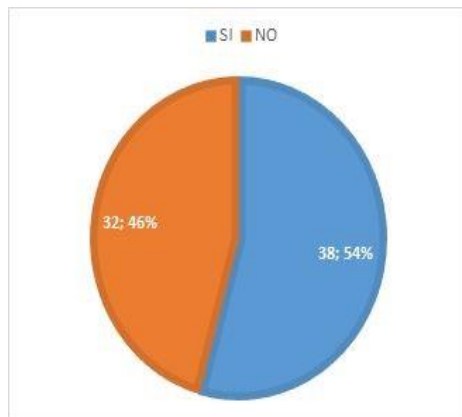


Gráfico 1. Ejecución de actividades

En esta pregunta se evidencio que el 38.54% de la muestra realizan alguna actividad y prefieren practicar disciplinas deportivas como, Fútbol, Baloncesto, Volleyball, Ciclismo y Gimnasio. Por otra parte, el otro 32.46% de la población refiere no practicar ningún tipo de actividad física.

1.2.

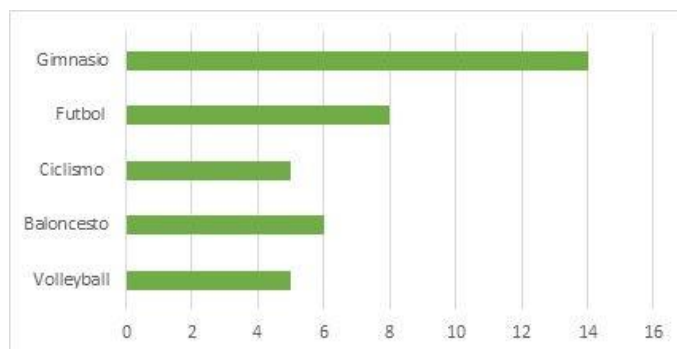


Tabla 1. Tipos de actividad física practicada

Se evidencian las disciplinas o actividades que realizan los encuestados quienes afirmaron ejecutar algún tipo de condición deportiva, dieciséis manifiestan practicar ejercicio físico en gimnasio, ocho practican fútbol, cinco ciclismo, seis baloncesto y cinco volleyball.

2.

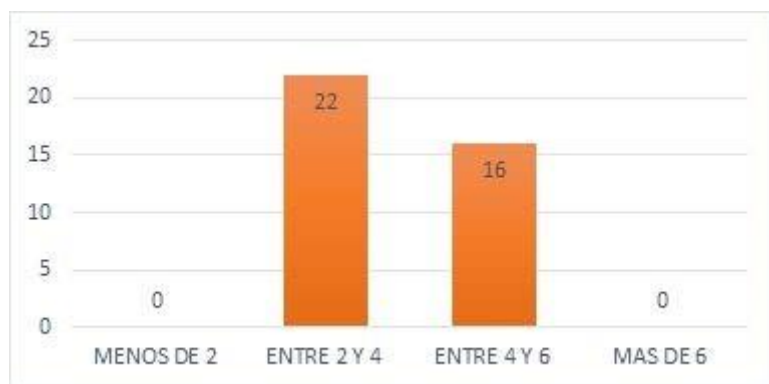


Tabla 2. Horas dedicadas a la hacer ejercicio

El 38.54% de la población que promueve ser activo, veintidós de ellos afirman, invertir en un rango de dos y cuatro horas a la semana, en sus entrenamientos pertinentes mientras que dieciséis de ellos invierten entre cuatro y seis horas semanales para desarrollar sus respectivos entrenamientos y realizar actividad física.

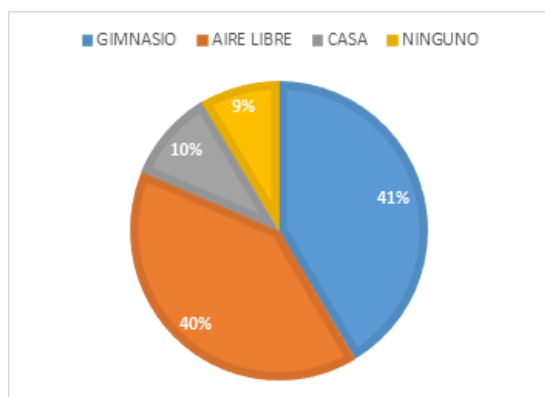
3.



Gráfica 3. Razones por las que no practica actividad física

Se evidencia que el 32.46% de la muestra participante, es inactiva por diferentes factores, como lo es el tiempo, el cual es evidentemente el mayor factor para que una población específica no realice actividad física, seguido de la pereza que es un factor determinante, por otra parte refieren que el costo ya sea de los gimnasios u otro establecimiento de formación deportiva, sean elevados y por ende no opten por realizar ejercicio físico y por último se evidencia un porcentaje en el que hay aspectos de inseguridad o básicamente por pena a realizar algún tipo de disciplina o entrar a un gimnasio.

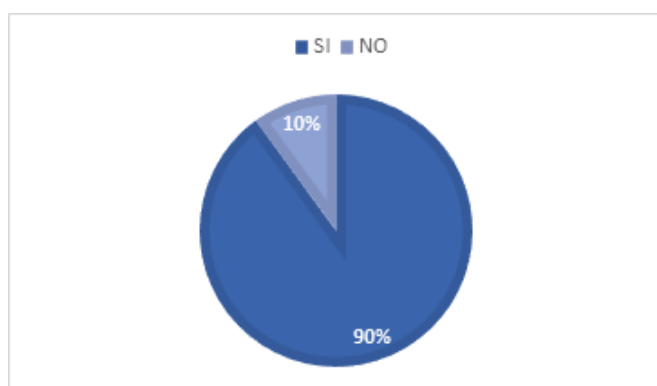
4.



Gráfica 2. Lugar de preferencia para hacer disciplinas de ejercicio

Se observa que el 41% de muestra de referencia, l prefieren realizar cualquier tipo de actividad física en establecimientos como gimnasios, seguido de un 40% que refiere el gusto por hacer uso del aire libre para desarrollar sus actividades, se evidencia un 10% que prefieren estar casa y hacer allí el respectivo entrenamiento que considere pertinente y por último un 9% de la población no refiere preferencia de un lugar específico para realizar su actividad.

5.



Gráfica 3. Conocimiento de riesgos de sedentarismo

El 90% de la población conoce o supone que puede haber afecciones negativas al no realizar actividad física y llevar una vida sedentaria.

5.1.

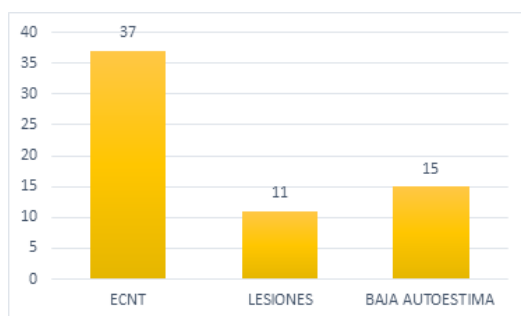
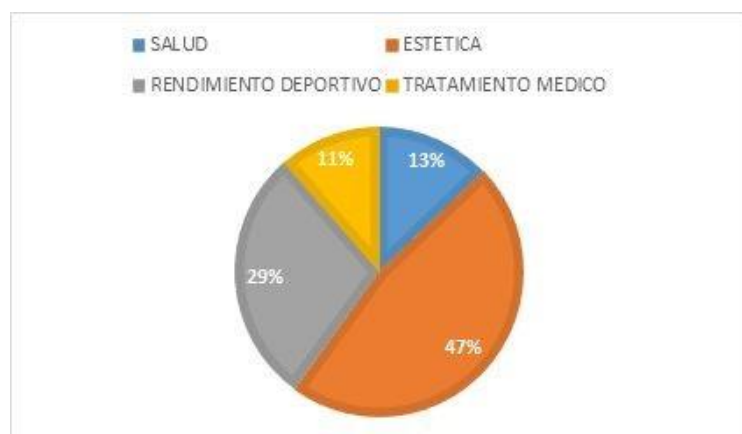


Tabla 3. Riesgos de no realizar actividad física

Se concluye que 100% de la aplicación de la muestra, treinta y siete de ellas afirman que al no realizar algún tipo de actividad física puedes llegar a provocar en la salud de las personas enfermedades como, obesidad, hipertensión, diabetes, entre otras que serán catalogadas como (ECNT) enfermedades crónicas no transmisibles y que afectan directamente la condición físico de las personas, por otra parte quince personas aseguran que puede repercutir en bajar el autoestima de quienes no desarrollan ninguna actividad deportiva ya sea por factores de depresión y simplemente confianza en sí mismos a la hora de desarrollar un deporte o incluso empezar con un vida saludable y por último once personas refieren que el no realizar algún tipo de actividad puede repercutir en provocar algún tipo de lesión ya sea por debilidad e inestabilidad articular lo cual puede ser un factor de vulnerabilidad ante cualquier tipo de accidente, musculoesquelético, articular, entre otros.

6.



Gráfica 5. Objetivos de asistir al gimnasio

Se evidencia en la gráfica que el 47% de la población afirma que pertenecer al gimnasio es sinónimo de mejorar su apariencia física y mejorar directamente su estética corporal, mientras que el 29% de los encuestados dicen que es para mejorar rendimiento deportivo de la disciplina a la que cada uno se dedique, un 13% manifiestan que son principalmente cuestiones de salud y que no infiere en otro objetivo más allá de mantener una calidad de vida positiva y por último el 11% mencionan que el objetivo principal para pertenecer a un establecimiento como un gimnasio es por cuestiones médicas o para rehabilitación por prescripción médica.

7.

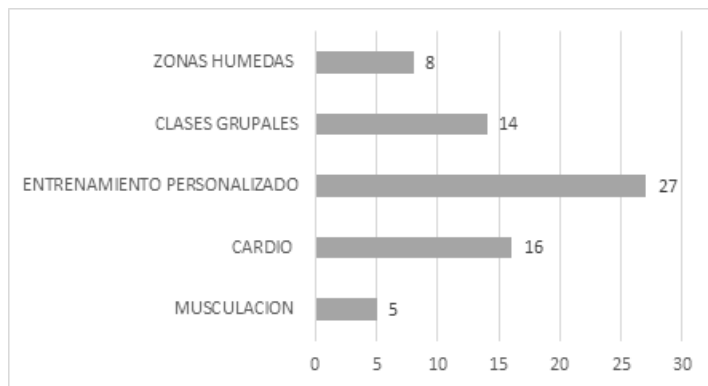
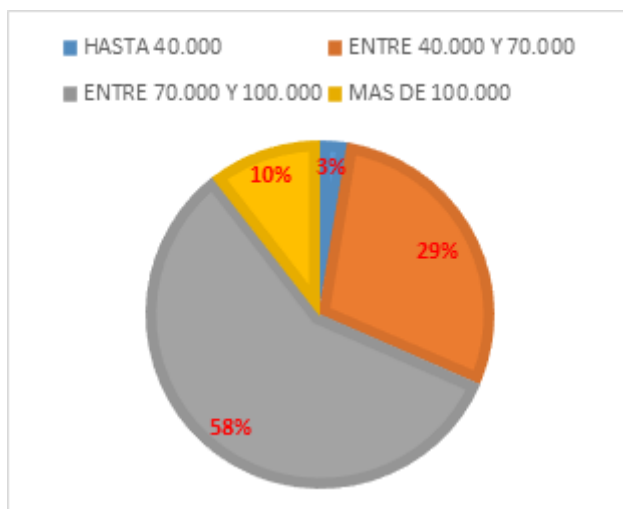


Tabla 4. Actividad preferida dentro del gimnasio

Se observan las preferencias de la población frente a lo que desean realizar en las instalaciones de un gimnasio, veintisiete de ellas prefieren ser dirigidos y tener el entrenamiento personalizado durante sus sesiones de trabajo, a diez y seis de la población total prefieren la zona cardiovascular para realizar sus entrenamientos respectivos, mientras que a catorce de las personas encuestadas las clases grupales son más significativas a la hora de ingresar a un gimnasio, se puede evidenciar que hay una pequeña muestra que accede a instalaciones de los gimnasios para hacer uso de las zonas húmedas más que realiza como tal a una sesión de trabajo y por último se observan 5 personas que asisten netamente a realizar sus trabajos de musculación.

8.

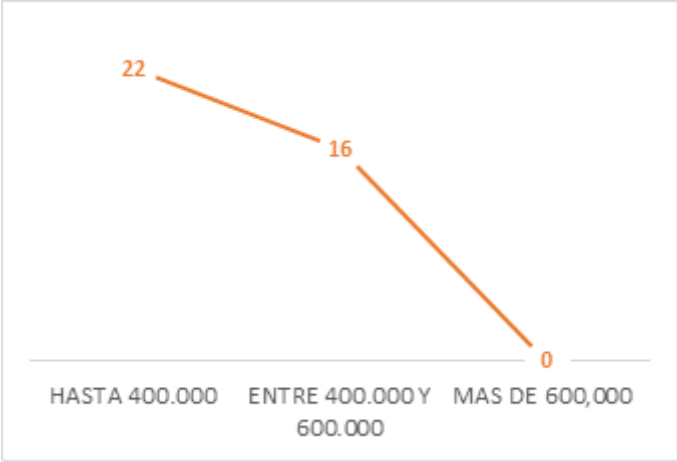


Gráfica 6. Pago por membresía mensual en gimnasio.

Se observa que el 58% de la población refiere que está dispuesta a pagar un monto entre \$70.000 y \$100.000 en un establecimiento como un gimnasio para realizar sus trabajos de actividad ejercicio físico, mientras que el 29% siente que es un monto justo de \$40.000 \$70.000 y que pueda cumplir con sus expectativas de entrenamiento, se observa un 10%

de la población que cree que un monto justo y de calidad puede deberse a pagar \$100.00 o más y un pequeño porcentaje de 3% creen que pagar \$40.000 por un servicio de entrenamiento en oportuno y que no es necesario pagar más que eso.

9.



Gráfica 7. Pago por paquete mensual en gimnasio 12 sesiones.

De la población que refirió realizar actividad física, veintidós de ellas estarían dispuestas a pagar una suma no mayor a \$400.000 por los servicios de entrenamiento personalizado en las instalaciones del gimnasio, mientras que diez y seis personas quienes desarrollan algún tipo de actividad estarán en disposición de pagar hasta \$600.000 por un servicio personalizado dentro de las instalaciones del gimnasio.

10.



Gráfica 8. Pago por paquete mensual entrenamiento personalizado 12 sesiones.

La población completa estuvo de acuerdo con que no pagaran sino hasta \$500.000 por las sesiones de entrenamiento completamente personalizado dentro y fuera de las instalaciones del gimnasio.

11.

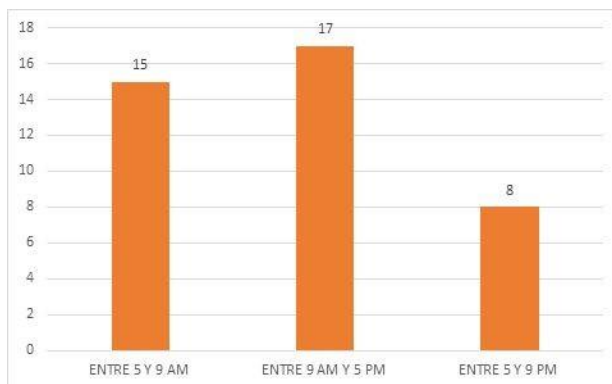


Tabla 5. Horarios de entrenamiento

Los horarios de los que prefieren entrenar las personas quienes tienen una vida activa se puede decir que es en las horas de la mañana y tarde, solo ocho personas de las que realizan activamente ejercicio físico prefieren hacerlo en el horario de 5 pm a 9 pm.

Conclusión.

Teniendo en cuenta las respuestas aportadas por la población específica, se puede concluir que hay un gran nicho de trabajo, con el cual se pueden desarrollar diferentes metodologías de trabajo tanto para la adherencia como para la motivación y permanencia en el ejercicio físico, genera un punto de equilibrio, respecto de la inversión monetaria y que la población está dispuesta a pagar está dentro de las expectativas financieras como la asequibilidad que tienen los usuarios que quieren pertenecer a la familia Willy's Gym y empezar con su proceso de actividad física para la salud.

Competencia.

Es conocido que Colombia se encuentra en una economía social de mercado, con unas características puntuales, como, economía abierta, libre competencia, libertad económica para escoger un aspecto del mercado en el cual se desea hacer o una inversión, o una intervención para incentivar una actividad de naturaleza económica. Es así que Willy's Gym, al ser una persona jurídica cuya connotación es la prestación de un servicio que va generar una explotación económica y como libre competente en el mercado del acondicionamiento físico, debe generar una visión adecuada de sus planes de entrenamiento frente a los servicios de otros establecimientos comerciales, para poder acceder a los clientes y satisfacer las necesidades que éstos requieran; claramente dentro de las prácticas leales de competencia. .

De esta forma Willy's Gym, es libre competente frente a sus competidores dentro del mercado fitness, y tiene las siguientes características, como los son estar dentro del mercado, la libre iniciativa de producción de bienes y servicios con el ambiente adecuado

en el mercado y la libre contratación con usuarios o consumidor. (SENTENCIA C - 032/2017, 2017). Per se, Willy's Gym, es una empresa que está incursionando en un mercado específico; también ofrece planes de entrenamiento adecuados y oportunos y puede legalizar una vinculación de prestación de servicios con cualquier persona que esté interesada en los servicios ofrecidos por Willy's Gym.

ITEM	BODYTECH	SMARTFIT	CROSSFIT	Otros gimnasios de barrio
Precios	categoría promedio (classic) categoría alta (ONE) 3 a 7 días de cortesía según sea el caso. mensualidad desde \$89.000 hasta \$149.000 COP con derecho a una valoración inicial única y una rutina de entrenamiento única. entrenamiento personalizado desde \$680.000 COP in situ	hasta 15 días de cortesía. mensualidad desde \$49.9 hasta \$69.9 COP.	una clase de cortesía desde \$210.000 COP	desde \$75.000 COP sin días de cortesía entrenamiento personalizado desde \$390.000 COP
Servicios ofrecidos	Médico Deportivo Nutricionista Zona de comidas Zonas húmedas	sillones de masajes zonas húmedas Hidrantes en sala de musculación	clases siempre de carácter semi personalizado y grupal.	valoración inicial, plan de entrenamiento.

	Sala de musculación			
	Clases grupales (LES MILLES)			
Pros para Willy's Gym	Las personas se están cansando de los gimnasios tradicionales, siempre, existe una solicitud por desatención de entrenadores, y se sienten obligados a contratar un entrenador personalizado para sentir que les prestan atención, y no ofrece nada a domicilio.	carece de entrenamiento personalizado en el sitio y a domicilio, es un poco molesto, pagar una cuota anual extraordinaria, no tiene zona de comidas, y algunos planes tienen cláusulas de permanencia que implican una multa si se quiebran.	no ofrece servicios a domicilio ni programación personalizada para los usuarios.	no servicios a domicilio, y a cuenta no personal con altamente capacitado.
Contras para Willy's Gym	es el gimnasio más famoso y con más usuarios de colombia con una enorme cobertura.	entra a competir directamente con el bodytech ofrece precios bajos y calidad alta de equipos y máquinas.	ha tenido un crecimiento en su aceptación ya que resulta innovador para quien no disfruta un gimnasio tradicional.	compiten con precios muy bajos.

Willy's Gym entra a competir dentro del segmento de mercado de gimnasios de Barrio, lo que se propone es brindar servicios y planes de entrenamiento que tomen de referencia gimnasios de línea, y poder acondicionar determinados servicios, como por ejemplo, rutinas dirigidas casi personalizadas, clases grupales (Maxmella, Urbano, & Cárdenas, 2010) y hasta la posibilidad de incursionar con entrenamientos domiciliarios en circunstancias limitadas que no pueda asistir el usuario. Entonces, más allá de la competencia dirigida por los precios, dentro del segmento de gimnasios de barrio, el propósito es acrecentar en la prestación y en la formación de la una reputación o el "good

will” del establecimiento, pues será a partir del reconocimiento de lo usuarios el que permita el punto de equilibrio entre la rentabilidad económica y los servicios que presta Willy’s gym.

CAPÍTULO 1 : SEGMENTOS DE MERCADO

Este acápite, según el modelo de negocios, se define como grupos sectorizados del circuito económico a donde la empresa con su actividad comercial quiere incursionar y brindar la ejecución de su objeto social (Osterwalder & Pigneur, 2008, pág. 6). por tal razón. el nicho de mercado o población objetivo se enfoca hacia personas aparentemente saludables o enfermos crónicos, fuera de cuidado médico agudo, que busquen mejorar su calidad de vida, mejorar su apariencia, controlar alguna patología, o simplemente por intereses sociales.

En consumo; siendo nuestros clientes más importantes para quienes creamos valor en diferentes dimensiones desde precio, desempeño, personalización, accesibilidad, reducción de costo hasta reducción de riesgos, puesto que la empresa aparte de contar con las instalaciones para recibir a sus clientes que llegan desde diferentes partes, también cuenta con servicio a domicilio de profesionales encargados de la actividad física para la salud, cuyo beneficio va desde más comodidad, accesibilidad tanto económica como física y personalización haciendo reducir los riesgos de lesiones y aumentando las posibilidades y de alcanzar los objetivos en un tiempo muchísimo menor del que muchas otras personas.

Nuestro tipo de segmento de mercado es un mercado masivo donde es un público general y no distingue S.M. El cliente objetivo se selecciona demográficamente de la siguiente manera donde también los agrupamos de acuerdo a sus necesidades, comportamientos y atributos comunes.

1.1 SEGMENTOS DEMOGRÁFICOS

- Rangos de edad entre los 14 y 60 años
- Estrato 3, 4 y 5. Según capacidad adquisitiva
- Género masculino y femenino.
- Con presencia o no de enfermedades crónicas no transmisibles fuera de cuidado médico agudo.
- Sedentario o activo físicamente.

1.2 MERCADO SEGMENTADO

En la figura 1, se puede detallar, una geo-localización donde se encuentra la información de localización de Willy's Gym y la competencia en el mercado de centro de acondicionamiento físico , con demás gimnasios por el sector, del barrio Villa luz., para incursionar con las ofertas a los usuarios.



CAPÍTULO 2 : PROPOSICIONES DE VALOR

2.1 PROPUESTA DE VALOR

La propuesta de valor, estará delimitada por el “precio, novedad, calidad, conveniencia, marca/ status y el desempeño”(Osterwalder, 2012, pág. 12), claramente son factores que para este proyecto de empresa se van a tomar como referencia según el modelo Canvas (Ferreira H, 2015).

Hoy en día existen muchos CAPF's y gimnasios en bogotá, y las principales ciudades de Colombia en general pues operan “el 0,93 por ciento del total mundial”(Lozano , 2015). , y aunque ha habido durante las últimas dos décadas un creciente interés por el culto al cuerpo, la modificación de la autoimagen y el interés por mejorar el desempeño físico (Sectorial, 2018), alrededor del concepto de longevidad y bienestar para sí y otros superior, se generan ideas, mitos y conceptos erróneos sobre el esquema del gimnasio tradicional, y pese a que se incentiva el movimiento y la actividad física, la errónea fundamentación o ejecución por parte de personal no calificado, ha generado cierto temor y potencializado los ya mencionados mitos. Por tanto:

- El precio, este es un elemento que le dará competencia dentro del segmento de los gimnasios de barrio, debido a que se pretende dejar el valor que frente a sus competidores directos tiene, lo cual implica que el usuario quizás podrá tener un pequeño sobrecosto, en las variaciones obtenidas del rango del promedio del valor de suscripción al gimnasio. De igual manera, el precio indica que sigue manteniéndose el gimnasio, en ese tema bajo la línea del segmento de gimnasios de barrio.

Esta proposición de valor cuenta con 2 salones amplios dotados con maquinaria multifuncionales y polifuncionales, estación de entrenamiento funcional y todos los elementos requeridos para la actividad y que se encuentran disponibles dentro de todos los planes que se presentan. Entonces existen equipos como: superficies inestables, balones medicinales, bandas de goma, entrenamiento en suspensión(TRX, RIP 360), poleas libres, lazos de fuerza, cajón pliométrico, trampolín, barras, pesas libres, pesas rusas, entre otros elementos el cual permite un trabajo completo en el entrenamiento. Programación y seguimiento del proceso de entrenamiento en la consecución de objetivos tanto individuales como grupales a corto, mediano y largo plazo.

- La novedad, en Willy's Gym es pretender romper paradigmas tradicionales alrededor de lo que hoy significa el asistir a un gimnasio y lo que allí sucede día a día. Willy's gym brinda el servicio de entrenamiento no tradicional (funcional) ofreciendo un plus a las personas en cuanto a procesos y métodos en donde se entrenan y mejoran habilidades corporales en el cual se queman hasta el triple de calorías vs un entrenamiento tradicional (maquinaria), el cual busca que los usuarios disfruten de una experiencia positiva en cuanto a entrenamiento y

metodologías se refiere ya que busca utilizar diferentes procesos pedagógicos y de adherencia para que las personas quienes pertenezcan a la comunidad gocen en todo momento durante su permanencia en las instalaciones del gym.

La idea de la personalización es llevar las diferentes tendencias del fitness a las personas quienes no tienen el conocimiento a la mano y deseen pertenecer a un cambio social ya sea por salud o por un interés particular, en el espacio que se brinda a las personas de toda la zona, pueden ir a disfrutar de las diferentes clases completamente dirigidas según los programas y la planificación que llevan a cabo los entrenadores completamente capacitados para llevar a cabo los entrenamientos sin dejar a un lado el profesionalismo y la comodidad de las prácticas, para el control logístico y óptimo desarrollo se lleva un registro individual y grupal para allí organizar la sesión de cada una de las temáticas a tratar en cada una de las horas de clase, donde le permitirá al usuario realizar cada día una sesión diferente y en al finalizar la semana tendrá que haber trabajado cada una de capacidades y habilidades corporales en su totalidad y sin excepción

- **La calidad**, si bien es cierto, dentro del segmento de los gimnasios de barrio, existe personal no calificado; sino que por procesos empíricos o de praxis entienden los procesos de acondicionamientos físicos. Por consiguiente, lo que pretende Willy's Gym, es prestar un servicio de gran profesionalismo y comodidad con todas las herramientas necesarias para que puedan cumplir sus objetivos fitness y de salud. De esta manera poder iniciar el proceso de entrenamiento con objetivos claros, tanto individuales como grupales y de esta manera poder cumplirlos en fechas determinadas, para la satisfacción de los usuarios.

Por esa razón, cada una de las sesiones de trabajo dura entre 45 - 60 minutos en la cual se tendrán en cuenta las fases del entrenamiento como lo son, la fase inicial (warm up) se realiza un calentamiento no mayor a 10 minutos en el cual hay una activación cardiovascular, activación muscular ya sea es específica o generalizada (dependiendo la sesión), siguiendo con la fase central que puede durar entre 30 - 40 minutos en la cual se realiza como tal la sesión de entrenamiento planificada del día y finalmente la fase final (cold down) es la vuelta a la calma que puede tardar entre 5 - 10 minutos en donde hay una disminución importante de la frecuencia cardiaca y pulmonar, junto con un trabajo de stretching el cual ayudará al usuario a oxigenar la zona muscular trabajada la cual le genera una sensación de relajación y es allí donde se da por terminada la sesión.

- En cuanto a la **conveniencia**, la propuesta de brindar servicios diferentes, que puedan estar asociados a gimnasios de línea, puede ser algo arriesgado, pero al considerar la propuesta de negocio es un riesgo bajo, debido a que ninguno de los gimnasios de barrio del sector de Villaluz tiene esos planes de entrenamientos

personalizados dentro y fuera del establecimiento, cuando el usuario propiamente no puede movilizarse hacia las instalaciones. Por consiguiente es conveniente tanto para los fines altruistas, como para los usuarios, pues encuentras planes de entrenamiento de línea en un gimnasio del segmento de barrio. Además, le evita a la población que tenga que desplazarse distancias largas para encontrar un lugar con características similares a las que se brindan, sino que tengan la facilidad de acceder a pocos metros de su vivienda

- **Marca/ status**, en esta proposición, vale la pena aclarar que toda empresa obtiene su marca desde que se inicia con el registro mercantil. Dicho costo no puede ser asociado a los usuarios en principio, porque es un requisito, sine quanon, para crear la empresa. Sin embargo, debe entenderse marca como un signo capaz de ser apreciado por otros y ser reconocido como producto o servicio dentro de la rutina mercatoria y se pueden incluso someter a registro aquellas que se expresen gráficamente (Decisión 486, 2000, pág. 31).

Respecto lo anterior, la marca será el distintivo con el cual el establecimiento comercial, tenga una acreditación dentro del segmento del mercado, y a su vez, con la acreditación obtiene dos ganancias respectivas, la primera el reconocimiento o “good will” frente a sus competidores directos e indirectos y los usuarios y segundo, podrá hacer uso de su marca, en determinados patrocinios que el establecimiento Willy’s Gym, decida hacer, obteniendo una explotación económica de la misma.

De igual manera, el estatus, se adquiere con el transcurso del tiempo, es decir, en la medida en que se sobrepase punto de equilibrio y se genere un 80%-100% de adherencia a los servicios que se brindan, el voz a vos, permitirá que nuevos usuarios lleguen y la posición del gimnasio, será diferente, pues entrará en una nueva categoría que sería en el segmento de gimnasios de barrio con servicios de línea.

- **El desempeño**, radicaré en la metodología a implementar, en los planes de entrenamiento, pues les permitirá a los usuarios crear grupos de entrenamiento con los cuales puedan empezar a generar lazos de amistad y compromiso con ellos mismos y el grupo. En consuno, se observará que exista personal calificado para los asesoramientos y la debida aplicación y ejecución de los planes que brindamos. Además de ellos. las habilidades corporales que se trabajan en cada una de las sesiones son: equilibrio, rapidez, resistencia, coordinación, control y balance corporal (CORE).

Adicional para mejorar la fuerza corporal se combinan sesiones de entrenamiento con máquinas multifuncionales de polea y carga, logrando así un entrenamiento

INTEGRAL. Por otra parte la idea es llevar la percepción del entrenamiento a otro nivel, permitiéndole al usuario entender que hay una alternativa para la realización del ejercicio físico mediante metodológicas atractivas y dinámicas, logrando acondicionar y mejorar la salud de quien esté interesado por empezar su cambio de vida saludable.

CAPÍTULO 3 : CANALES

Los Canales son asociados a los modos metodológicos a como la S.A.S logrea expresar al segmento mercatorio y logra enlazar los usuarios para presentar una oferta de valor y la cómo se da a conocer el establecimiento comercial y el modo en cómo el cliente recibe la propuesta de valor(Osterwalder, 2012, pág. 13).

Los canales que tiene la empresa Willy's Gym son de tipo propio, directo y asociado; siendo éstos tanto directos como indirectos, se llegó a la conclusión de escoger este tipo de canales teniendo en cuenta nuestro segmento de mercado como quería ser alcanzado y teniendo en cuenta siempre la eficiencia en costos, por ejemplo, los canales propios que posee Willy's Gym son directos, porque se cuenta con una fuerza propia y web site (con un costo anual mínimo, 15 USD) donde se suben de manera virtual los accesos a todo el portafolio de servicios, productos, costos , ofertas, promociones que ofrece la empresa. Por otro lado, también utilizamos canales de tipo asociado utilizando sitios webs de socios haciendo una mayor cobertura de información en nuestro segmento de mercado, además de los canales voz a voz y del reconocimiento poblacional a nivel de resultados lo que genera gran acogida en el sector.

Se puede evidenciar que unos de los canales con mayor fuerza son los sitios webs pudiendo superar los puestos de ventas o sitios de distribución al por mayor y ventas al por menor, la empresa pudo constatar que por medio de estos canales se puede ver el cumplimiento de los ítems que deben cumplir los mismos como por ejemplo:

- Incrementar la percepción entre los asociados frente a lo brindado por Willy's Gym.
- Ayudar a los clientes a justipreciar la oferta.
- Posibilitar a los usuarios el comprar bienes y servicios específicos, con ficha técnica y soportar la post-compra por parte de los asociados.
- Entregar un distintivo a las personas que hagan parte de la familia Willy's Gym y que sean caracterizados con camisetas, toallas, tulas y gorras pertenecientes a la empresa.

Por lo tanto, se llegó a la conclusión que estos eran los más adecuados y los que se escogerían para la correcta comunicación.

- **Propios directos:** La información que se les da de manera objetiva, clara, explícita a los usuarios en el establecimiento comercial.

También está la información que puedan difundir los empleados contratados por el establecimiento comercial a potenciales usuarios cuando se trasladen fuera de las instalaciones del gimnasios en los planes personalizados.

- **Propios indirectos:** El sitio web que incluye: Página oficial de Willy's Gym, redes sociales como Facebook, Instagram y Twitter.

Publicidad impresa como folletos o colocación de pendones donde se ofertan los servicios.

Subcontratación de personal para que distribuya las publicidades a lo largo de la localidad de Engativá con un uniforme que incite la suscripción a Willy's Gym.

- **Asociados Indirectos:** Publicidad impresa, o publicidad digital, que impacte al usuario con la oferta de nuestros servicios, en establecimientos diferentes a Willy's Gym, o sea, todos aquellos locales que se pueden asociar a este modelo de negocio.

Dentro de los Canales de compra y entrega del servicio, se deberá suscribir un contrato de servicios entre Usuario y Willy's Gym, para salvaguardar las obligaciones entre ambos. La compra se podrá efectuar por medios contingentes, pago efectivo, o con uso de tarjetas débito, directamente en el gimnasio, o si el usuario quiere, puede adquirirlo en medio electrónico por pago PSE, para que una vez registrado el pago, se haga la entrega del servicio.

Los servicios que sean adquiridos por medio de compra, deberán ser planificados bajo las orientaciones del personal calificado, una vez realizado el plan se ejecutará conforme las condiciones que cada uno de los planes contempla. Además las sesiones personalizadas dentro y fuera del gimnasio, deberán ser programadas con antelación de tres días para agendar al entrenador y disponer del tiempo; bien sea si sale del establecimiento, para contratar un reemplazo.

CAPÍTULO 4 : RELACIONES CON CLIENTES

Éste capítulo, determina que su fundamento está en los modos de relacionarse el usuario con Willy's Gym, respecto del segmento escogido en el mercado, es decir de manera directa o indirecta personal o automatizada y permiten “ayudar a ganar o a perder a un cliente en cierta manera. Se debe tener muy claro el modo de relación que se busca con

los asociados y de qué manera se va prestar ésta misma”(Rosero M , Romero R, & Rivera S, 2017, pág. 14)

En el caso de empresas Willy´s Gym se escogieron los siguientes tipos de relaciones teniendo en cuenta las siguientes estimulaciones, Obtener consumidores, detener consumidores, estimular las ventas.

- Asistencia personal: basada en interacción humana, pues los asociados pueden comunicarse con el profesional para conseguir la ayuda durante el proceso, ya sea en las instalaciones de la empresa o otro lugar.
- Asistencia personal dedicada: para quien lo contrate, este tipo de relación la podemos ver con los personalizados que ofrece la empresa ya que esta implica tener un profesional específico para este requerimiento
- Autoservicio: No hay una relación con el usuario y un profesional; éste se autosatisface y se ayudan por sí y para sí mismos, por ejemplo en empresas Willy´s Gym podemos ver este autoservicio cuando los clientes solo cancela la mensualidad sin un entrenador personalizado solo llegan y usan las máquinas o por medio de la página pueden hacer la inscripción sin ningun funcionario.

Para nuestro tipo de empresa y servicio, se concluye que estos tipos de relaciones son los más adecuados puesto que se integran con nuestro modelo de negocio; ya que es de un coste accesible y sobre todo es el tipo de relación que espera este segmento de mercado. Claramente , todas las relaciones se generan bajo principios de respeto, cordialidad, eficiencia, pertinencia, responsabilidad y entrega para cumplir la misión y la visión y llegar a la plena satisfacción de nuestros clientes.

CAPÍTULO 5 : INGRESOS

El ingreso per cápita, del gimnasio Willy´s Gym, se basa en los valores brutos provenientes del pago de los planes ofrecidos por el establecimiento y de la venta de productos, como suplementación deportiva para los usuarios. Eventualmente se podrán hacer concesiones con determinadas marcas deportivas en donde se puedan generar ingresos por productos de mercancías en consignación a título de comisión.

Todos los usuarios pertenecientes a la familia Willy´s Gym contarán con una misma cuota y misma tarifa para ser uso de los servicios que se ofrecen en el establecimiento, los cuales serán catalogados por, el diario, las mensualidades, el trimestres y el semestres.

Tabla 1. Costos por servicio individual

SERVICIOS	COSTO AL USUARIO	DENOMINACIÓN
Diario (30 días)	\$10.000.00	SERVICIO 1
Mensualidad:	\$ 49.900	SERVICIO 2
Trimestre	\$150.000	SERVICIO 3
Semestre:	\$300.000	SERVICIO 4
Entrenamiento personalizado en las instalaciones	\$320.000.00	SERVICIO 5
Entrenamiento personalizado a domicilio	\$370.000.00	SERVICIO 6

Los precios anteriormente mencionados, surgen del análisis de los gimnasios o centros deportivos que representan la competencia y están ubicados en un radio de 1 km a la redonda, y se usan como una entrada al segmento de mercado, de manera competente y con el plus académico y teórico, sobre el cual se fundamenta la programación de la actividad física en Willy's Gym y bajo este argumento se ampara para prometer dinamismo en la ejecución de las sesiones y resultados para la satisfacción de los usuarios.

Los ingresos per cápita por un usuario que tome alguno de los planes, generaría los siguientes ingresos registrados en la siguiente tabla , es decir, el flujo de caja que... posibilita revisar y contrastar los flujos de dinero en caja por periodos específicos que permiten un mejor análisis financiero de una empresa y a su vez un control del flujo que implican una toma de decisiones adecuada a las circunstancias económicas de la empresa. (Rodríguez R , 2007, pág. 5)

Tabla 2. valor mensual y anual de servicios tomados por un usuario

servicios/ meses	1	2	3	4	5	6
ENERO	\$10.000	\$ 49.900	\$150.000	\$300.000	\$320.000	\$370.000

FEBRERO	\$10.000	\$ 49.900			\$320.000	\$370.000
MARZO	\$10.000	\$ 49.900			\$320.000	\$370.000
ABRIL	\$10.000.	\$ 49.900	\$150.000		\$320.000	\$370.000
MAYO	\$10.000	\$ 49.900			\$320.000	\$370.000
JUNIO	\$10.000	\$ 49.900			\$320.000	\$370.000
JULIO	\$10.000	\$ 49.900	\$150.000	\$300.000	\$320.000	\$370.000
AGOSTO	\$10.000	\$ 49.900			\$320.000	\$370.000
SEPT	\$10.000	\$ 49.900			\$320.000	\$370.000
OCT	\$10.000	\$ 49.900	\$150.000		\$320.000	\$370.000
NOVIEM	\$10.000	\$ 49.900			\$320.000	\$370.000
DICIEM	\$10.000	\$ 49.900			\$320.000	\$370.000
Tiempo	1 días	un mes	un trimestre	un semestre	un mes (entrenamiento, personalizado)	un mes, (2 pagos por 12 sesiones)
Totales mensuales	\$120.000	\$588.000	\$600.000	\$600.000	\$3.840.000	\$4.440.000
Totales anuales	\$3.600.000	\$17.640.000	\$2.400.000	\$1.200.000	\$115.200.000	\$133.200.000

- De la anterior tabla, se interpreta lo siguiente, que por **un usuario** mensual que pague cada uno de los servicios el ingreso bruto del gimnasio Willy's Gym es de \$1.859.900. Quizá el costo más variable será el pago por día debido a que no le es rentable al usuario, pero mensualmente puede cambiar ese valor y por ello el

ingreso puede disminuir por mes en cuanto disminuye la frecuencia del pago por día.

- Por otro lado, el ingreso bruto anual por usuario en según lo delimitado por la tabla anterior, el valor ascenderá a \$17.518.000. En este valor puede variar el entrenamiento personalizado por sesiones, pues el usuario puede ser intermitente pero el límite es el valor descrito anteriormente.

Para hablar cuáles son las formas de ingresos de la empresa Willy's Gym, primero mencionaremos el valor que están dispuestos a pagar nuestros clientes, teniendo a su disponibilidad económica, desde el espacio estandarizado y las máquinas de primera calidad hasta los servicios de personalización, seguimiento y facilidades de pago que les permite escoger entre diferentes opciones según les convenga, pagando por el uso de máquinas, entrenamientos personalizados el alquiler de la maquinaria, las membresías que ofrece la empresa y beneficios económicos a largo plazo. ¿Qué formas de ingresos tiene la empresa Willy's Gym?

La empresa cuenta con la cuota por uso puesto que el cliente puede pagar el día en el GYM, cuota por suscripción porque también el cliente tiene la opción de cancelar una mensualidad, trimestralidad o anualidad por el uso de las instalaciones y servicios, préstamo o alquiler porque la empresa también alquila las máquinas según se negocie. El mecanismo de precio de las fuentes ya mencionadas varían según el valor o servicio, en la minuta de precios, podemos encontrar los montos de las listas que son estáticos como por ejemplo las mensualidades o suscripciones, al mismo tiempo la empresa maneja mecanismos de costos al usuario dinámicos que se modifican con función al contexto de mercado como por ejemplo marcado de tiempo real donde el alquiler de las máquinas del GYM, por la relación oferta demanda.

Para concluir la empresa de Willy's Gym cuenta con los siguientes ingresos: asignación por uso, prorrata de suscripción y comodato - alquiler.

Proyección de ventas.

La proyección está orientada por la oferta y la demanda, puesto que la demanda en la que permite revisar las variables de consumo de los posibles usuarios y además permite escenificar cuantitativamente pronósticos de posibles suscriptores para compra de los servicios que presta el gimnasio. Por esola proyección tiene efecto sustancial directo en la eficacia y eficiencia de los ámbitos de producción, ventas, logística y demás elementos de una compañía (Durán, 2006).

Tabla 3. Proyección de ventas por servicios

Año (2018)	Servicios mensuales	Cantidad vendidos	Valor unitario Men / Suple	Valor Total
Enero	5.880.000	120	49.000/300.000	6.180.000
Febrero	6.125.000	125	49.000/350.000	6.475.000
Marzo	5.684.000	116	49.000/280.000	5.964.000
Abril	5.788.400	115	49.000/280.000	6.068.400
Mayo	5.489.000	110	49.000/210.000	5.699.000
Junio	6.387.200	128	49.000/400.000	6.787.200
Julio	6.237.500	125	49.000/350.000	6.587.500
Agosto	5.988.000	120	49.000/300.000	6.288.000
Septiembre	5.988.000	120	49.000/300.000	6.288.000
Octubre	6.087.800	122	49.000/315.000	6.402.800
Noviembre	5.489.000	110	49.000/210.000	5.699.000
Diciembre	4.990.000	100	49.000/190.000	5.180.000

Se debe representar el flujo de ingresos anuales por un período de 5 años, y el flujo de egresos anuales; usando el índice de precios al consumidor, del primer trimestre de 2019 que según el DANE es de 4.52%. Con ese IPC se calculará el incremento de 2019-2024 así

Tabla 4. Flujo mensual de caja

FLUJO DE CAJA							
MESES	FLUJO DE INGRESOS	FLUJO DE EGRESOS			FLUJO DE EGRESOS TOTAL	SALDO TOTAL	
		Arriendo, servicios publicos nominas etc	40 % de personalizados para entrenadores				
ENERO	\$20.143.000	\$5.850.000		\$2.760.000	\$8.600.000	\$11.543.000	
FEBRERO	\$13.740.000	\$5.850.000		\$2.760.000	\$8.600.000	\$5.140.000	
MARZO	\$10.510.000	\$5.850.000		\$2.760.000	\$8.600.000	\$1.910.000	
ABRIL	\$15.993.000	\$5.850.000		\$2.760.000	\$8.600.000	\$7.393.000	
MAYO	\$8.660.000	\$5.850.000		\$2.760.000	\$8.600.000	\$60.000	
JUNIO	\$18.784.200	\$5.850.000		\$2.760.000	\$8.600.000	\$10.184.000	
JULIO	\$13.740.000	\$5.850.000		\$2.760.000	\$8.600.000	\$5.140.000	
AGOSTO	\$11.890.000	\$5.850.000		\$2.760.000	\$8.600.000	\$3.290.000	
SEPTIEMBRE	\$12.892.000	\$5.850.000		\$2.760.000	\$8.600.000	\$4.292.000	
OCTUBRE	\$20.443.000	\$5.850.000		\$2.760.000	\$8.600.000	\$11.843.000	
NOVIEMBRE	\$13.843.000	\$5.850.000		\$2.760.000	\$8.600.000	\$5.243.000	
DICIEMBRE	\$17.345.000	\$5.850.000		\$2.760.000	\$8.600.000	\$8.745.000	

CAPÍTULO 6 : RECURSOS CLAVE

Describe los bienes necesarios para ejecutar el modelo de negocios.

En concreto, WILLY'S GYM cuenta con recursos físicos porque tiene las instalaciones, la indumentaria, y material adecuado para finiquitar el objeto social, también con recursos humanos puesto que se tiene profesionales del área encargados de los clientes de la empresa también el personal de mantenimiento que hace el aseo, y personal de recepción.

Recursos financieros porque la empresa tiene línea de crédito para la manutención del local, la empresa WILLY'S GYM para la propuesta de valor cuenta con los recursos físicos ya mencionados que es donde el cliente ejecuta la acción y recursos humanos que son los encargados de dirigir la acción que conlleva el cliente o estar pendiente de su ejecución.

Respecto de los clientes y medios de ingresos la empresa cuenta con los recursos económicos y de talento humano quienes son los encargados de este aspecto del modelo de negocio es decir los que tratan directamente con el cliente también teniendo que tratar con las fuentes de ingreso puesto que el pago es en efectivo por los valores y servicio.

En conclusión, la empresa WILLY'S GYM cuenta con los recursos necesarios que satisfacen las propuestas , los canales de masificación, las relaciones con los asociados y los modos de ingreso siendo estos de propiedad y socios clave.

Tabla 5 de Recursos

Recursos Humanos	Cant	Valor Unitario	Valor Total
Entrenadores	2	\$1.300.000	\$2.600.000
repcionista	1	\$1.100.000	\$1.100.000
Recursos fijos	Cant	Valor Unitario	valor total
Arriendo del Inmueble	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Recursos Tecnológicos	Cant	Valor Unitario	Valor Total
Movistar	1	\$70.000	\$70.000
Seguridad	1	\$80.000	\$80.000
Recursos Técnicos	Cant	Valor Unitario	Valor Total

Agarre pecho negro pequeño	8	\$25.000	\$200.000
Agarre pequeño en V	3	\$60.000	\$180.000
Agarre plateado cuadrado	2	\$140.000	\$280.000
Agarre plateado recto	4	\$60.000	\$240.000
Agarres	12	\$10.000	\$120.000

Agarres de tobillo	4	\$20.000	\$80.000
Agarres en caucho negro pequeñas	2	\$25.000	\$50.000
Balón de baloncesto	1	\$15.000	\$15.000
Balon Negro medicinal 3 kl	1	\$99.300	\$99.300
Balon Negro medicinal 5 kl	1	\$123.000	\$123.000
Balon Negro medicinal 7 kl	1	\$164.000	\$164.000
Balones medicinales 10 kl	1	\$116.000	\$116.000
Balones medicinales 5 kl	1	\$114.000	\$114.000
Balones medicinales 7 kl	1	\$115.000	\$115.000
Balones pilates	6	\$25.000	\$150.000
Banco en L	1	\$700.000	\$700.000
Bandas de tensión negra azul amarilla roja y verde	5	\$120.000	\$600.000
Bandas elásticas grises	2	\$35.000	\$70.000
Barra Z	1	\$150.000	\$150.000
Barras largas medianas plateadas para maquina polea	2	\$100.000	\$200.000

Barras mediana	1	\$106.500	\$106.500
Barras olimpica	2	\$390.000	\$780.000
Barras semi olimpica	3	\$260.000	\$780.000
Base amarilla plástica	1	\$70.000	\$70.000
Bicicletas	2	\$1.214.000	\$2.428.000
Banco inclinado	1	\$950.000	\$950.000
Bosu	2	\$196.000	\$392.000
Cabinas	2	\$650.000	\$1.300.000
Cabullas negras pequeñas tríceps	2	\$27.000	\$54.000

Cajón pliométrico	1	\$299.600	\$299.600
Cinturón	1	\$50.000	\$50.000
Colchonetas	25	\$41.900	\$1.047.500
Conos	12	\$5.000	\$60.000
Cuerda con balón de baloncesto (tornado)	1	\$50.000	\$50.000
Cuerda en caucho azul con blanco (banda de potencia)	1	\$40.000	\$40.000
Cuerda gruesa	1	\$350.000	\$350.000
Cuerdas elásticas negras	2	\$30.000	\$60.000
Discos 10 kg	4	\$3.500	\$14.000
Discos 15 kg	12	\$3.500	\$42.000

Discos 20 kg	16	\$3.500	\$56.000
Discos 5 kg	20	\$3.500	\$70.000
Lazo de saltar	1	\$30.000	\$30.000
Lentejas	2	\$40.000	\$80.000
Llanta grande	1	\$300.000	\$300.000
Llanta pequeña	1	\$80.000	\$80.000
Mancuernas cauchos de 10 kg	4	\$63.500	\$254.000
Mancuernas cauchos de 12,5 kg	2	\$79.000	\$158.000
Mancuernas cauchos de 15 kg	2	\$99.800	\$199.600
Mancuernas cauchos de 17,5 kg	2	\$111.000	\$222.000
Mancuernas cauchos de 2 kg	4	\$13.500	\$54.000
Mancuernas cauchos de 20 kg	2	\$140.000	\$280.000
Mancuernas cauchos de 5 kg	4	\$31.000	\$124.000
Mancuernas cauchos de 7,5 kg	4	\$53.000	\$212.000
Maquina Banco pecho	1	\$700.000	\$700.000

Maquina de espalda	1	\$1.800.000	\$1.800.000
Maquina de sentadilla grande	1	\$700.000	\$700.000
Maquina de sentadilla pequeña (SIS)	1	\$700.000	\$700.000
Maquina de tren superior inferior medio	1	\$3.500.000	\$3.500.000

Maquina para lumbal	1	\$500.000	\$500.000
Murciélagos	2	\$30.000	\$60.000
Agarre de cintura	1	\$50.000	\$50.000
Pesas rusas 10 kl	2	\$99.000	\$198.000
Pesas rusas 12 kl	1	\$120.000	\$120.000
Pesas rusas 4 kl	4	\$39.100	\$156.400
Pesas rusas 6 kl	2	\$59.000	\$118.000
Pesas rusas 8 kl	2	\$79.000	\$158.000
Rib 60	4	\$450.000	\$1.800.000
Rueda abdomen	1	\$60.000	\$60.000
Saco de box	1	\$161.400	\$161.400
Saco militar	1	\$170.000	\$170.000
Saltarín	1	\$140.300	\$140.300
Steps	10	\$223.900	\$2.239.000
Trx	3	\$100.000	\$300.000
Tubos plasticos negros de cono	6	\$500	\$3.000
Piso de caucho	96	\$30.000	\$2.880.000
Estructura funcional	1	\$2.000.000	\$2.000.000
kit de pump	8	\$290.000	\$2.320.000
computador	1	\$1.000.000	\$1.000.000

archivador	1	\$300.000	\$300.000
escritorio	1	\$120.000	\$120.000
sillas plástica azules	3	\$20.000	\$60.000
sillas plásticas negras	4	\$8.000	\$32.000
mueble blanco de aseo	1	\$250.000	\$250.000
mueble café papeleria	1	\$250.000	\$250.000
silla cuero con ruedas	1	\$90.000	\$90.000
Escobas	2	\$15.000	\$30.000
traperos	2	\$15.000	\$30.000
Perezoso	1	\$10.000	\$10.000
Valdes	2	\$10.000	\$20.000
Extinguidores	2	\$30.000	\$60.000
Teléfono fijo	1	\$20.000	\$20.000
Candados de seguridad	4	\$25.000	\$100.000
Juegos de llaves	3	\$25.000	\$75.000
Caja menor	1	\$50.000	\$50.000
Lockers	1	\$250.000	\$250.000
Vitrina pequeña de vidrio	1	\$150.000	\$150.000
movistar	1	\$70.000	\$70.000
Total Recursos			\$42.270.600

CAPÍTULO 7 : ACTIVIDADES CLAVE

Se determina el conjunto de quehaceres relevantes para que la empresa pueda funcionar

Producción: Se brindan diferentes espacios de entrenamiento y de metodologías para conseguir los resultados esperados por cada uno de los usuarios, las clases se dirigen son de métodos funcionales completamente dirigidas y con los elementos indispensables Para cumplir con las rutinas, se brindan clases de entrenamiento en suspensión, Crossfit, Body pump, Tabata, entrenamiento funcional en circuitos, entre otros.

Solución de problemas: todo inicia desde la implementación consciente y académicamente soportada de contenido teórico para programar actividad física a los usuarios y pacientes de manera individualizada, facilitando la ejecución y el gusto que desarrollan los usuarios, mejorando así la adherencia de los mismos, reduciendo cualquier margen de error que de lugar a lesiones, mientras trabajamos por estar a la vanguardia de las técnicas y metodos de entrenamiento.

Adicionalmente contamos con un espacio de recepción en el que los usuarios pueden llevar sus críticas constructivas, sugerencias, opiniones, reclamos y hacer sus diferentes pagos, además de realizar preguntas fuera de los horarios de clases acerca de entrenamiento, cuidado físico para la salud, nutrición, entre otros temas ligados a la salud.

Plataforma: Allí los usuarios encontrarán todo lo que tiene que ver con servicio al cliente, desde los mismos servicios que presta la persona encargada administrativa como llegar a organizar sus días de entrenamiento de manera magnética y desde la comodidad de su hogar sin tener que desplazarse a ningún lado para pedir asesoría o recomendaciones a fines con la actividad física.

Tabla 7. Contenido costo de cada servicio de Willy's Gym

ACTIVIDAD	CONTENIDO	COSTO
Dia de entrenamiento	Acceso a las instalaciones y trabajo autónomo durante 24 horas.	\$ 10.000.00

Mensualidad de entrenamiento	Acceso a las instalaciones y trabajo autónomo durante 30 días, incluye valoración inicial, y elaboración de plan de entrenamiento.	\$49.900.00
Trimestre de entrenamiento	Acceso a las instalaciones y trabajo autónomo durante 90 días, incluye valoración inicial, y elaboración de plan de entrenamiento y sugerencia alimenticia durante el primer mes.	\$150.000.00
Semestre de entrenamiento	Acceso a las instalaciones y trabajo autónomo	\$300.000.00
	durante 180 días, incluye valoración inicial, y elaboración de plan de entrenamiento y sugerencia alimenticia durante el primer mes.	
Entrenamiento personalizado en las instalaciones	Acceso a las instalaciones y acompañamiento personalizado durante 12 sesiones, incluye trabajo individualizado y supervisado, valoración inicial, elaboración de plan de entrenamiento personalizado ejecutado por un profesional capacitado, y sugerencia de alimentación.	\$320.000.00

Entrenamiento personalizado a domicilio	Visita a domicilio por parte de un entrenador, incluye acompañamiento personalizado durante 12 sesiones, trabajo individualizado y constantemente supervisado, valoración inicial, elaboración de plan de entrenamiento personalizado ejecutado por un profesional capacitado, y sugerencia de alimentación	\$370.000.00
Clases grupales	trabajo no individualizado alrededor de un argumento que establece la rutina a seguir según sea la clase (tren superior, tren inferior, core, funcional, en pareja, etc.).	incluidas en la compra de cualquiera de los paquetes anteriores.

CAPÍTULO 8 : ASOCIACIONES CLAVE

Toda empresa constituye relaciones con otras empresas que facultan una cooperación entre éstas; creando vínculos de optimización para los modos de negocio y reducir los riesgos o hasta adquirir bienes o servicios complementarios a la actividad empresarial. Por esa razón. las siguientes son alianzas estratégicas de Willys Gym:

SIZE: Es una clínica estética la cual presta servicios de belleza en la que se practican procedimientos tales como manicure, pedicure, masajes modeladores, reductores, y demás técnicas que son afines con la salud y el cuidado del cuerpo. Junto con el centro de estética que se encuentra en el nivel inferior de las instalaciones de Willy's gym, se tienen diferentes paquetes de asequibilidad para quienes quieran pertenecer a los procesos de entrenamiento que se ofrecen, generando optimización y economía de escala, pues con los usuarios pertenecientes a la estética, pueden ser enganchados directamente a los servicios que se prestan en la familia Will'ys gym, además de aportar a la estética flujo de servicios diarios en este convenio se encuentra la alianza estratégica

entre empresas no competidoras, por otra parte gracias al convenio que se obtiene con esta estética disminuyen considerablemente los riesgos e incertidumbre ya que se emplean planes que serán beneficiarios para cada uno de los establecimientos y generará ingresos en cada uno sin llegar a pensar que son competencia.

SPORT FITNESS: Se cuenta con el distribuidor de materiales deportivos a utilizar, el cual permite la adquisición de recursos con los cuales se brinda el servicio a las personas, además de contar con el servicio técnico garantizado que tendrá un uso importante sobre algún defecto, deterioro o daño a los equipo que se utilice dentro del establecimiento, de esta obtiene la adquisición de recursos, pues teniendo una empresa que está supliendo las necesidades y garantizando niveles de la calidad en el establecimiento, como de reconocimiento por la marca y demás lugares aledaños, así como la imagen que genera en una sobre los usuarios y la población que hace parte de la familia Willy's gym.

MEGAPLEX (UPN): Distribuidor de suplementos alimenticios los cuales estarán a completa disposición de los usuarios, que quieran obtener resultados más rápido y a la vez iniciar un "life style" esto, genera una mayor distribución y reconocimiento del establecimiento Willy's gym por hacer uso de lo que ofrece como tal la empresa megaplex llegando a provocar la optimización y economía de escala que permite mayores ingresos monetarios y mayor porcentaje de ganancia, por otra parte al ser una de las marcas más reconocidas a nivel de suplementación provocará mayor estatus y credibilidad a la población que esté consumiendo de estos productos.

Tabla 8. Relación de asociaciones

ASOCIACIÓN	GANANCIA WILLY'S GYM	GANANCIA ASOCIADO
SIZE	• Aumento de flujo de caja. • Mejorar planes de asequibilidad para el público. • Contar con una intervención primaria ante alguna posible lesión traumática,	• Aumento de flujo de personal por intervenciones asociadas al entrenamiento. • Aumenta el flujo de caja.

SPORT FITNESS	• Garantiza calidad en el servicio. • Exclusividad en el servicio. • Brinda confianza y garantía de cualquiera de los implementos que ofrece el establecimiento.	• Reconocimiento de la marca. • Aumento de ventas de productos fitness, ante competencias directas.
MEGAPLEX (UPN)	• Valor agregado en los servicios ofrecidos. • Ganancias económicas adicionales. • Reconocimiento de alta calidad por brindar un producto con estatus en el mercado.	• Aumento de ventas de productos de suplementación alimenticia, ante competencias directas. • Aumento del reconocimiento de la marca a nivel nacional

CAPÍTULO 9 : ESTRUCTURA DE COSTOS

Determina los costos de la empresa para la ejecución del objeto social de constitución. El cual puede mantener la oferta de valor la relación con los usuarios y revisar monto de ingresos y monto de obligaciones.

EMPRESA WILLY'S GYM			
ESTRUCTURA COSTOS FIJOS Y VARIABLES MENSUALES			
ESTRUCTURA DE COSTOS FIJOS MENSUALES		ESTRUCTURA COSTOS VARIABLES MENSUALES	
Nomina mensual	3.700.000	Publicidad	150.000
Servicio Movistar	70.000	Servicios	350.000
Servicio Seguridad	80.000	Otros	191.666
ARRENDOS	\$1.000.000		
total costos fijos mensuales	\$5850.000	total costos variables mensuales	691.666
		ESTRUCTURA COSTOS VARIABLES UNITARIOS	
		Publicidad	5.000
		Servicios	11.700
		Otros	6.388
		Total costos variables unitarios	23.055

Tabla. 10 . Relación de costos y punto de equilibrio

UNIDADES	Ingreso mínimo de ventas de los 6 servicios precio por unidad (6 servicios)	COSTOS FIJOS	COSTOS VARIABLES	COSTO TOTAL	VALOR del punto EQUILIBRIO expresado en unidad
1	\$1.859.000	3.850.000	6.180.000	10.030.000	-2.32 U
2	\$3.718.000	3.850.000	6.475.000	10.325.000	-3.74 U
3	5.577.000	3.850.000	5.964.000	9.814.000	-25.3 U
4	7.436.000	3.850.000	6.068.400	9.918.400	7.25 U
5	9.295.000	3.850.000	5.699.000	9.549.000	2.65 U
6	11.154.000	3.850.000	6.787.200	10.637.200	-1.87 U
7	13.013.000	3.850.000	6.587.500	10.437.500	1.6 U
8	14.872.000	3.850.000	6.288.000	10.138.000	1.18 U
9	16.731.000	3.850.000	6.288.000	10.138.000	0.97 U
10	18.590.000	3.850.000	6.402.800	10.252.800	0.84 U
11	20.449.000	3.850.000	5.699.000	9.549.000	0.64 U

12	22.308.000	3.850.000	5.180.000	9.030.000	0.41 U
----	------------	-----------	-----------	-----------	--------

CAPÍTULO 10 : EVALUACIÓN DEL IMPACTO

IMPACTO ECONÓMICO: El punto de equilibrio se genera a partir de la equivalencia de los costos y lo que permite las posibles utilidades cuando se encuentra una equiparación entre los costos operativos y las obligaciones en calidad de deudores frente a los costos de manutención y sostenimiento del negocio. Por esa razón se aduce que “es la cantidad de ingresos o volumen de producto que permita igualar los costos totales de producción con las ventas generadas”(Celaya F, 2007, pág. 44).

Para saber el punto de equilibrio se calcula por la partición de los costos fijos totales respecto de la distribución; siendo este un mayor valor en ingresos frente a los costos variables y que implica la generación de réditos (Ramírez P, 2008, pág. 120). Entonces:

Punto de equilibrio= $\frac{\text{costos fijos totales}}{\text{precio} - \text{costo variable}}$

P.E = (5.850.000)/(20.143.000-691.666)

P.E=0.30 U

Tabla 11. Relación de costos respecto de punto de equilibrio y gastos de operación por mes

Unidades	Ingresos por ventas	Costos Variable Total	Costo Fijo Total	Costo Total	Resultado Operativo
1	\$1,859,000.00	\$691,666.00	\$3,850,000.00	\$4,541,666.00	\$-2,682,666.00
2	\$3,718,000.00	\$1,383,332.00	\$3,850,000.00	\$5,233,332.00	\$-1,515,332.00
3	\$5,577,000.00	\$2,074,998.00	\$3,850,000.00	\$5,924,998.00	\$-347,998.00

Lo anterior significa que, si el coste fijos total se mantienen en un año, y el coste variable ascienden de manera proporcional, el costo total crece positivamente y los gastos de operación disminuyen, dejan de ser negativos y se convierten en valores positivos, lo que implica réditos para los socios y rubros de inversión en imprevistos que no pueden denotarse como costos variables.

De ese modo, si se venden 120 servicios distribuidos entre (70 servicio 2, 15 servicio 3, 15 servicio 4, 10 servicio 5 y 10 servicio 6) genera dígito positivo de 0.30 U, estableciendo que la relación de costos fijos y variables son menores que los ingresos percibidos, por ello el punto de equilibrio se obtiene en el primer mes.

Tasa Interna de Retorno

Este indicador es nominado como Tasa Interna de Rentabilidad lo que propone es el centro de la rentabilidad que se forja en la ejecución de ventas de los servicios o productos del establecimiento comercial. Para ello, este indicador es permite la evaluación de un proyecto económico; implicando revisión de rentabilidad de la inversión (Torres , 2016) o también es igual la VAN a cero implicando el redito ganancial de la inversión inicial y si la tasa es mayor, es aprobado del proyecto de inversión (Cruz C, Torres G , Cruz C , & Juárez M, 2016, pág. 5). También, se puede tomar como una equivalencia del valor presente y el valor de egresos (Roberto M, 2014, pág. 71).

$$TIR = \sum_{T=0}^n \frac{Fn}{(1+i)^n} = 0$$

La tasa Interna de Retorno al quinto año será de un 75%, en cuanto que la del primer año se encuentra en el 15%.

Valor Actual Neto

Este valor es conocido como Valor Presente Neto, lo que significa este indicador es que se deben establecer las obligaciones del proyecto para conocer cifras de pierde o de ganancia (Granel, 2018) o la sustracción de ingresos constantes y de egresos frecuentes (Roberto M, 2014, pág. 69).

Balance

Tabla 11. Balance

ESTADO DE LA SITUACIÓN FINANCIERA AÑO 1		
ACTIVO		
ACTIVO CORRIENTE		
BANCO		\$250.000.000
Activo Total		\$ 250.000.000

Obligaciones	
PASIVO CORRIENTE	
FINANCIERAS	\$ 20.000.000
COSTOS TOTALES (mensual)	\$ 5.000.000
	\$ 25.000.000
Obligaciones Totales	\$ 25.000.000
Bienes	
CAPITAL SOCIAL	\$ 35.000.000
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 22.000.000
Total activos patrimoniales	\$ 57.000.000
TOTAL PASIVOS PATRIMONIALES	\$ 82.000.000

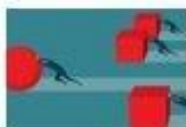
ESTADO DE RESULTADO ANUAL				
INGRESO	ACTIVIDAD	ORDINARIA	POR	50
PERSONAS				
Utilidad bruta Operacional				\$875.900.000
salarios				\$45.500.000
servicios públicos (agua, Luz, teléfono)				\$6.840.000

seguridad	\$960.000
costos variables	\$7.962.000
costos de recurso clave	\$42.270.600

IMPACTO SOCIAL: Willy's GYM pretende transmitir y crear un impacto en la salud de los usuarios y de la población del sector con el propósito de elevar el bienestar y la salud de los asociados, esto será muy notorio, pues con las metodologías y formatos de entrenamiento que se ofrecen, generará esa adherencia al ejercicio, la cual es tan difícil de provocar en una sociedad, por la monotonía y lo sistemático que llega a ser el ejercicio físico, con este mismo, poder combatir ENT, las cuales son el foco problemático social que identifica la empresa.

IMPACTO TECNOLÓGICO: Además de las redes sociales y las páginas web, se diseñará una aplicación donde los usuarios puedan visualizar el proceso de entrenamiento que llevan día a día o mes a mes, esto con el fin de que el usuario tenga una motivación constante de lo que está haciendo y los resultados que está obteniendo, generando un continuo deseo de no abandonar su proceso, por otra parte los usuarios puedan ver los entrenamientos ya planificados y se programen para ser partícipes de ellos, por otra parte y no menos importante, la conexión constante con la familia Willy's gym que les permitirá conocer promociones, clases, información a fin con la salud y el cuidado del cuerpo.

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO

ASOCIACIONES CLAVE	ACTIVIDADES CLAVE	PROPUESTA DE VALOR	RELACIONES CLIENTES	SEGMENTOS MERCADO
				
MARCAS DEPORTIVAS	PERSONALIZADOS	PERSONALIZACION	ASISTENCIA DIRECTA	ESTRATO 3,4,5,6
	GRUPALES			
	MENSUALIDAD	DISEÑO	INDIRECTA	POBLACION GENERAL
				
	RECURSOS CLAVE	DESEMPEÑO	CANALES	(APARENTEMENTE SANOS)
				14 A 70 AÑOS
	ECONOMICO – HUMANO – FISICO.		PROPIOS DIRECTOS E INDIRECTOS	
				
ESTRUCTURA DE COSTOS		FUENTES DE INGRESO		
Estructura de costos				
Costos Fijos: \$10.795.000		Fuente de ingresos		
Costos Variables: \$781.795				
Costos Recursos Clave: \$104.000				
Punto de Equilibrio: 22 servicios aproximadamente x cada actividad.				
Evaluación financiera:				
VPN: \$ 92.550.479				
TIR: 16.79 %				
RE: 1.2 Años				

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Acuerdo 462 De 2010 (CONCEJO DE BOGOTÁ D.C 5 de Enero de 2011).
- ARIAS VÁSQUEZ, P. I. (2015). Impacto de la actividad física en la prevención y manejo de la enfermedad cardiovascular. *Revista CES Movimiento y Salud*, 3(1), 23-34. Obtenido de revistas.ces.edu.co/index.php/movimientoysalud/article/download/3449/pdf
- Asamblea Nacional Constituyente . (1991). *CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA*. Bogotá : Leyer.
- Bahr , R., & Maehlum, S. (2007). *Lesiones deportivas: diagnóstico, tratamiento y rehabilitación*. Bogotá: Médica Panamericana.
- Barbosa Granados, S. H., & Urrea Cuéllar, Á. M. (2019). Influencia del deporte y la actividad física en el estado de salud físico y mental: una revisión bibliográfica. *Revista Katharsis*.(25), 155 Y SS. Obtenido de <https://go.galegroup.com/ps/anonymous?id=GALE%7CA561566172&sid=googleScholar&v=2.1&it=r&linkaccess=abs&issn=01247816&p=IFME&sw=w>
- Bartesaghi , I. (2011). *INVESTIGACIÓN DE MERCADOS*. Obtenido de Universidad Interamericana para el desarrollo: https://moodle2.unid.edu.mx/dts_cursos_md/lic/MEL/AP/AM/12/Investigacion_mercados.pdf
- Butcher , R., & Schneider, A. (1998). Fair play as respect for the game. *Journal of the Philosophy of Sport*,(25), 1-22.
- Campo Saavedra, M. F., & Ramírez Ruíz , J. C. (2009). *ABC DE LAS SAS*. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá.
- Carta Internacional de la Educación Física la Actividad Física y el Deporte 2015 (UNESCO Abril de 2015).
- Celaya Figueroa, R. (2007). *Autocalíciate empresarialmente*. Colonia del Valle: Gasca. Obtenido de <https://books.google.com.co/books?id=yUq3BAAAQBAJ&pg=PA44&dq=punto+de+equilibrio+pdf&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwia7by7sO3hAhVhp1kKHQHEByMQ6AEIMjAC#v=onepage&q=punto%20de%20equilibrio%20pdf&f=false>
- Cintra Cala , O., & Balboa Navarro, Y. (2011). La actividad física: un aporte para la salud. *Lecturas: Educación Física y Deportes, Revista Digital*(159), 1-11. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4684607.pdf>
- Córdoba Barona , P. A., López López, V. C., & Velasco Villani, G. P. (2014). *NIVEL DE ACTIVIDAD FÍSICA EN MUJERES CON CÁNCER DE MAMA NO METASTÁSICO REPORTADAS EN LAS BASES DE DATOS DE DOS INSTITUCIONES DE SALUD DE LA CIUDAD DE CALI EN EL PERIODO ABRIL - JUNIO DE 2014*. Santiago de Cali: Universidad del Valle.

- Cruz Chávez , P., Torres García , A., Cruz Chávez , G., & Juárez Mancilla , J. (2016). METODOLOGÍA PARA MEDIR LA RENTABILIDAD DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN: ESTUDIO DE CASO DE AGUA. *Revista Ciencias*, 5(4), 1-11. Obtenido de https://www.3ciencias.com/wp-content/uploads/2016/11/ART_1-5.pdf
- Cubillos Murcia , N. (15 de Enero de 2018). La impresionante cifra que mueven los gimnasios en Colombia. *Diario El Colombiano* , pág. 1.
- Decisión 486, Régimen De Propiedad Industrial (COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES (CAN) 1 de Diciembre de 2000). Obtenido de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/can/can012es.pdf>
- Declaración De Berlín (Conferencia Internacional de Ministros y Altos Funcionarios encargados de la Educación Física y el Deporte (MINEPS) 2013).
- Diario Portafolio. (1 de Mayo de 2015). 'Fitness', negocio a toda máquina. *Diario el Portafolio*. Obtenido de https://www.google.com/search?q=La+actividad+f%C3%ADsica%3A+un+aporte+para+la+salud&rlz=1C1CHBD_esCO813CO813&oq=La+actividad+f%C3%ADsica%3A+un+aporte+para+la+salud&aqs=chrome..69i57.1264j0j1&sourceid=chrome&ie=UTF-8
- Durán , J. A. (6 de Octubre de 2006). *Proyección de ventas*. Obtenido de Entrepreneur - es edition: <https://www.entrepreneur.com/article/255138>
- Espinosa , R. (Septiembre de 2013). *SEGMENTACIÓN DE MERCADO , CONCEPTO Y ENFOQUE*. Obtenido de Roberto Espinosa Welcome to the new Marketing: <https://robertoespinosa.es/2013/09/17/segmentacion-de-mercado-concepto-y-enfoque/>
- Ferreira Herrera, D. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & Desarrollo*(23), 107.
- Granel, M. (5 de Marzo de 2018). *¿Cómo calcular el valor presente neto?* . Obtenido de Rankia: <https://www.rankia.cl/blog/analisis-ipsa/3892041-como-calcular-valor-presente-neto-ejemplos>
- Gutiérrez Macías, L. (2004). *UNA MIRADA AL EJERCICIO FÍSICO EN LOS GIMNASIOS DE MEDELLÍN DESDE LA PROMOCIÓN DE LA SALUD Y PREVENCIÓN DE LA ENFERMEDAD PRIMARIA*. Medellín: Universidad de Antioquia.
- Hernández Rodríguez , J., Arnold Rodríguez, Y., & Mendoza Choqueticlla, J. (2018). Efectos benéficos del ejercicio físico en las personas con diabetes mellitus tipo 2. *Revista Cubana de Endocrinología*, 29(2). Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1561-29532018000200008
- Landa, M. I. (2016). Fitness-management: el conflictivo devenir de una cultura empresarial. *Revista Brasileira de Ciências do Esporte*, 38(1), 18-25.

- Leal , E., Luti, Y., Aparicio , D., & Acosta, L. F. (2009). Actividad física y enfermedad cardiovascular. *Revista Latinoamericana de Hipertensión*, 4(1), 2-17. Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/233967158_Actividad_física_y_enfermedad_cardiovascular
- Ley 1024 DE 2006 (CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA 27 de Enero de 2006).
- Ley 1801 DE 2016, Código Nacional de Policía y Convivencia. (CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA 29 de Julio de 2016).
- Ley 181 DE 1995 (CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA 1995 de Enero de 1995).
- Ley 729 DE 2001 (CONGRESO DE LA REPÚBLICA DE COLOMBIA 31 de Diciembre de 2001).
- Lozano , R. (21 de Julio de 2015). Colombia tiene cerca del 1 % de gimnasios del mundo. *EL TIEMPO*.
- Marquéz Rosa, S., Rodríguez Ordax , J., & DE ABAJO OLEA , S. (2006). Sedentarismo y salud: efectos beneficiosos de la actividad física. *Apunts*, 83, 12-24.
- Maxmella, A., Urbano, A., & Cárdenas, L. (2010). *Conocimientos básicos sobre ejercicio saludable de los usuarios de clases grupales de actividad física en los principales gimnasios y centros de acondicionamiento físico de Pereira*. Pereira: Universidad Tecnológica de Pereira.
- Mendoza-García , S. J., Delgado , J. C., Calderón-Moreira, M., Castro- Soriano , A. B., Bajaña-Andrade, F. A., & Erazo-Villacreses, M. L. (2019). Prevención de paciente con problemas de sedentarismo cardiovascular. *Revista Dominio de las ciencias*, 5(1), 32-53. Obtenido de [file:///D:/Nueva%20carpeta/Downloads/Dialnet-Prevención Paciente ConProblemas DeSedentarismoCard-6869947.pdf](file:///D:/Nueva%20carpeta/Downloads/Dialnet-Prevención_Paciente_ConProblemas_DeSedentarismoCard-6869947.pdf)
- Moreno Arboleda , R., Puertas-Molero, P., Castañeda-Vázquez, C., & Castro-Sánchez, M. (2019). Insuficiente adherencia al ejercicio físico de universitarios. Una revisión sistemática. *revista Euroamericana de Ciencias del Deporte*, 8(1), 39-49. Obtenido de <https://revistas.um.es/sportk/article/view/362041/257521>
- Organización Mundial De La Salud (OMS). (ENERO de 2017). *10 datos sobre la actividad física*. Obtenido de OMS: https://www.who.int/features/factfiles/physical_activity/es/
- Organización Mundial De La Salud . (23 de Febrero de 2018). *ACTIVIDAD FÍSICA*. Obtenido de OMS: <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity>
- Osterwalder, A. (2012). *Guía para el diseño de modelos de negocios basado en el Modelo Canvas*. Obtenido de PROGRAMA GARAITUZ:

<https://www.ehu.eus/documents/1432750/4992644/Gu%C3%ADa+para+el+dise%C3%B1o+de+modelos+de+negocios+basado+en+el+Modelo+Canvas.pdf>

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2008). *Generación De Modelos de Negocios*.
Obtenido de BusinessModelGeneration:
https://inaem.aragon.es/sites/default/files/TALLER_5_Generacion_de_Modelos_de_Negocios.pdf

Portafolio. (11 de Diciembre de 2017). Latinoamérica, meta de Bodytech para crecer por franquicias. *DIARIO PORTAFOLIO*. Obtenido de
<https://www.portafolio.co/negocios/empresas/bodytech-espera-crecer-porfranquicias-en-latinoamerica-512491>

Proyecto De Acuerdo 005 DE 2017 (CONCEJO DE BOGOTÁ D.C Diciembre de 2017).

Quesada Pérez , J. J. (2011). *Eudaimonía aristotélica y felicitas en Tomás De Aquino*. México D.F: Universidad Panamericana.

Ramírez Padilla, D. N. (2008). *Contabilidad Administrativa*. México: McGraw Hill.

Reyes Villamizar , F. (2009). *SAS la sociedad por acciones simplificada* (primera ed.). Bogotá: Legis.

Roberto Mete, M. (2014). Valor actual neto y tasa de retorno: su utilidad como herramientas para el análisis y evaluación de proyectos de inversión.
Revista Fides Et Ratio, 7, 67-85. Obtenido de
http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7_a06.pdf

Rodríguez Rocha , J. F. (2007). Flujo de caja. Herramienta clave para la toma de decisiones en la microempresa. *revista Panorama* , 4-12.

Rodríguez- Romo, D., Boned-Pascual, C., & Garrido-Muñoz , M. (2009). Motivos y barreras para hacer ejercicio y practicar deportes en Madrid. *Rev Panam Salud Publica*, 3(26), 244-254. Obtenido de
<http://iris.paho.org/xmlui/bitstream/handle/123456789/9776/09.pdf?sequence=1>

Rosero Martínez , A. A., Romero Ruíz , J. D., & Rivera Santisteban, M. E. (2017). *FITNESS TOTAL FUNTIONAL*. Bogotá : Universidad Santo Tomás .

Schiabone, L. (2014). Dislipemia y actividad física Prevención primaria y secundaria. *Revista Tendencias en Medicina*, XXII(44), 25-33. Obtenido de
http://tendenciasenmedicina.com/Imagenes/imagenes44/art_07.pdf

Sebastián Solanes, R. F. (2014). La ética del deporte en el contexto filosófico contemporáneo: consideraciones desde una ética hermenéutica crítica. *Revista Citius, Altius, Fortius*, 83-103. Obtenido de
http://cdeporte.rediris.es/revcaf/Numeros%20de%20revista/Vol7%20n2/Vol7_n2_SebastianSolanes.pdf

Secretaría General . (2018). *Localidad N|10 Engativá* . Obtenido de ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ: <http://www.bogota.gov.co/localidades/engativa>

Sectorial. (29 de Enero de 2018). *Expansión a Doble Dígito, el Nuevo Mercado de los Gimnasios en Colombia*. Obtenido de SECTORIAL ANÁLISI,

MONITOREO Y EVALUACIÓN DE SECTORES:

<https://www.sectorial.co/articulos-especiales/item/115843-expansi%C3%B3n-a-doble-dígito,-el-nuevo-mercado-de-los-gimnasios-en-colombia>

Sentencia C -032/2017, Expediente D-11430 (corte constitucional colombiana, magistrado ponente alberto rojas ríos 25 de Enero de 2017).

Sentencia C-228/2010, expediente D-7865 (corte constitucional colombiana, magistrado ponente luis ernesto VARGAS SILVA 24 de Marzo de 2010).

Sentencia C-837/ 2013 , EXPEDIENTE D-9638 (corte constitucional colombiana magistrado ponente luis ernesto vargas silva 20 de noviembre de 2013).

Sentencia T-242 DE 2016, expediente T-5.326.297 (corte constitucional colombiana, magistrada ponente gloria stella ortiz delgado 16 de Mayo de 2016).

Torres , M. (18 de Noviembre de 2016). *Tasa Interna de Retorno (TIR): definición, cálculo y ejemplos*. Obtenido de rANKIA:

<https://www.rankia.cl/blog/mejores-opiniones-chile/3391122-tasa-interna-retorno-tir-definicion-calculo-ejemplos>

Valero Valenzuela , A., gómez López , M., Gavala González , J., Ruíz Juan, F., & García Montes , M. (2007). ¿Por qué no se realiza actividad físico-deportiva en el tiempo libre?: motivos y correlatos sociodemográficos. *Revista Resto. Nuevas tendencias en educación física, deporte y recreación*(12), 13-17.