



URBAN FITNESS

Opción de grado- Creación de empresa

Responsables:

Harold A. Quintero y Cristian D. Sanabria

Asesor:

Juan Carlos Corredor Hernandez

Universidad Santo Tomas

División de Ciencias de la Salud

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C

2022



TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

NOMBRE

LOGOTIPO

SLOGAN

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

CAPÍTULO I: PROPOSICIONES DE VALOR

CAPÍTULO II: SEGMENTOS DE MERCADO

CAPÍTULO III: CANALES

CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

CAPÍTULO V: INGRESOS

CAPÍTULO VI: ASOCIACIONES CLAVES

CAPÍTULO VII: RECURSOS CLAVES

CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIOS

REFERENCIAS



Introducción

Urban Fitness nace de la necesidad generada durante la cuarentena obligatoria que fue dictaminada en el Artículo 591 de la Ley 9 del Código Sanitario Nacional, decretada por el gobierno Colombiano a causa de la emergencia sanitaria por Sars-Cov-2 en Marzo de 2020, como una alternativa virtual a las restricciones de movilidad ciudadana que impedían el uso de espacios comunes tanto públicos como privados en donde se realizarán actividades de índole deporte-recreativo, es allí donde se empieza a migrar a las redes de conexión virtuales y Urban Fitness ve la oportunidad de ingresar al mercado utilizando estas plataformas de conexión y llevándolo un paso más allá creando un servicio personalizado y flexible según las necesidades de los clientes, por lo tanto en Abril de 2020 Urban Fitness da inicio a su funcionamiento contando con 3 clientes en el primer mes de actividad, a partir de aquí continúa creciendo hasta alcanzar 13 clientes simultáneos en Agosto de 2020.

Debido al final de la cuarentena obligatoria decretada por el gobierno nacional Colombiano, Urban Fitness dio por culminada la primera etapa de trabajo con sus clientes, debido a obligaciones exteriores de los entrenadores y el proyecto/empresa se puso en pausa hasta Febrero de 2022, a partir de acá se retomó con el proyecto , generando cambios en la manera en la que este se ejecuta y haciendo modificaciones en el mismo.

Por tanto, los dos profesionales en cultura física que se encuentran a cargo de Urban Fitness cuentan con el conocimiento suficiente para generar programas de ejercicio físico, definido por la Organización Mundial de la Salud, (2020) como un conjunto de actividades de índole físico, generadas por los músculos esqueléticos y que generen un gasto energético que sobrepase el gasto basal, estas deben ser planeadas y contar con un orden consecuente para su desarrollo óptimo; También, planes actividad física y acondicionamiento físico deportivo en miras a la especialización de un deporte concreto, cuentan conjuntamente con más de 5 años de experiencia de trabajo en zona de musculación, halterofilia, powerlifting, estas tres modalidades mencionadas son un conjunto de actividades enfocadas en la obtención de ganancia muscular y fuerza, Chicaiza, (2017) habla de la necesidad generada muscularmente en este tipo de ejercicio y el uso de un numeroso grupo de secciones músculo esqueléticas para estas prácticas, por lo tanto se hace adecuado el conocimiento y el uso de ejercicios específicos de estas modalidades en la planificación de ejercicio y actividad física; También cuentan con experiencia en deportes específicos como baloncesto, fútbol, futsal, natación, voleibol y patinaje de carrera, quede llegar a ser requeridos se pueden utilizar a la hora de planificar trabajo específico, siempre enfocados en la necesidad del cliente y los requerimientos específicos del mismo.

Una causa de la no realización de ejercicio es la falta de tiempo por el desplazamiento a los centros acondicionados para este fin, es por esto que urban fitness destaca en su servicio, ofrece planes de entrenamiento establecidos por un entrenador capaces de ser realizados



en casa, ser guiados a través de un aplicativo móvil en donde se pueda controlar la experiencia del usuario teniendo interacción con el entrenador y también donde se pueda llevar un registro de evaluación de las capacidades desarrolladas en el individuo, según hayan sido los objetivos establecidos, pueden ir desde el registro de peso corporal, niveles de grasa, medidas corporales, etc, hasta pruebas específicas enfocadas al rendimiento, como puede ser test de cooper, pruebas pliométricas, registros de carga movilizada y muchos más ; En adición a lo anterior, por supuesto se podrán establecer con anterioridad clases presenciales en las que el entrenador se desplace al domicilio o sitio establecido para la realización de ejercicio mediado siempre por el cliente según sea la necesidad del mismo.

Como profesionales con formación en cultura física, deporte y recreación de la Universidad Santo Tomás, los creadores de Urban Fitness creen que asignaturas previamente estudiadas como el Marketing, Administración, Didáctica, Psicomotricidad, Fisiología, Biomecánica, Diseño Y Gestión De Proyectos, Evaluación Funcional, Ecnt Patokinesis, Entrenamiento Deportivo, Promoción Y Prevención, Programación Del Ejercicio, Entrenamiento Personalizado Y Grupal, Administración De Los Organismos Deportivos y Ética son la base funcional y fundamental de un proyecto empresarial que concierne a los ámbitos deportivos, pues cada uno de estos aporta a la creación de planes estructurados de funcionamiento con un orden lógico, tanto en la programación y creación de planes de entrenamiento, como en el sostenimiento de la empresa.

Además de los ya mencionados, la Nutrición es un aspecto importante, pues en conjunto con el entrenamiento la nutrición aporta al proceso gran parte de la visualización de los resultados y el sostenimiento en el tiempo del desempeño deportivo, Martínez, Urdampilleta y Mielgo, (2013) afirman que

“La alimentación del deportista debe responder a las necesidades nutricionales propias de su edad, sexo, condición de salud y físico-deportiva para satisfacer los requerimientos de energía, macronutrientes, vitaminas, minerales y agua para poder llevar a cabo la actividad deportiva preservando la salud, y alcanzando un óptimo rendimiento deportivo”

Lo que afirma la necesidad de incluir a la nutrición dentro del proceso de entrenamiento, pero es importante aclarar que lo que Urban Fitness brinda sus consejos nutricionales y no planes y dietas que se deban seguir al pie de la letra, pues no es el área de conocimiento en la que se enfoca.



Nombre

Urban Fitness

Urban, referencia a la vida desarrollada dentro de la ciudad, el uso de espacios comunes y la práctica deportiva llevada a cabo en los mismos.

Fitness, referencia al estilo de vida de las personas, su estado de salud física y bienestar tanto corporal como mental

Logotipo

Figura 1

Imagotipo Urban Fitness



Nota. Primera propuesta de imagen corporativa



Figura 2

Logotipo para reducción Urban Fitness



Nota. Segunda propuesta de imagen corporativa

Slogan

Desafiarnos, tomar el control y dominar, ven a vivir la ciudad con nosotros.U.F.

Este slogan tiene como objetivo transmitir a los interesados y/o clientes, el empoderamiento necesario para asumir el reto que significa generar cambios en los hábitos de vida y crear una cultura saludable aplicada a ellos mismos.

Fundamentación Humanista

En Urban Fitness se busca contribuir con el desarrollo integral de las personas, es por eso que se antepone al ser humano antes que al cliente,por tanto desde el inicio se establece un trato amable y respetuoso para hacer más ameno el contacto entre el entrenador y el entrenador,pues de no ser así se estaría ahondando en ser una empresa más,que no ofrece nada más que un simple servicio a sus clientes, situación con la que Urban Fitness no está de acuerdo y por la que pretende dar más relevancia a las personas.

También es importante recalcar que el desarrollo de los entrenamientos se direcciona hacia generar en la persona estímulos positivos, para que este no se enfoque únicamente en el rendimiento y el cumplimiento de las metas,sino que también sea capaz de disfrutar del proceso de desarrollo que se esté llevando a cabo.



Urban Fitness no pretende vender entrenamientos, dar un servicio, pretende generar una experiencia centralizada en la persona, no en el cliente, es por tanto que el respeto, la cordialidad, la empatía y la comprensión son valores que se arraigan en la compañía y son transversales en el desarrollo del programa, cada entrenamiento, planeación y reunión que se lleve a cabo.

Investigación de mercados

Según Vargas, (2017) la investigación de mercados es la búsqueda de recolección de datos y el análisis de los mismos para poder aplicar técnicas y métodos para la toma de decisiones. Según esto Urban Fitness tiene un campo amplio ya que por ser una aplicación web puede utilizarlo todo el que quiera, ya por otro lado si se quiere analizar aspectos de la empresa como los servicios presenciales con entrenadores en el que solo se dará para la población de Bogotá D.C. y sus pueblos aledaños como Madrid, Funza y Chía. El DANE estima que en Bogotá hay 7.181.469 de habitantes en el que la mayoría por no decir más de 50% en población joven (20 - 29) y adulta (30 - 39) y los pueblos aledaños tienden a esta misma estratificación de la población, por lo tanto la posible demanda del servicio es alta.

Además de esto también en Bogotá se vio un aumento de los servicios de entrenamiento (gimnasios y sitios de acondicionamiento físico) como lo son Bodytech, Smartfit, 24seven y otros gimnasios de tipo más “de barrio”, con un promedio de \$70.000 pesos al mes, incluso prefieren practicar un deporte que realizar actividad física esto se ve reflejado en el aumento de escuelas o club deportivos con gran abanico de deportes que practicar. En comparación con Urban Fitness a pesar de ser una aplicación este tendrá un abanico de entrenamientos generales y especializados para deportes comenzando con uno de fútbol, baloncesto y voleibol.



Figura 3

Cuadro comparativo ellos - nosotros

ELLOS			NOSOTROS
Bodytech	Smart fit	24 seven gym	Urban Fitness
Tener instalaciones con maquinaria	Tener instalaciones con maquinaria	Tener instalaciones con maquinaria	Tener un servicio de 24 horas ya que es una aplicación, ademas de poder cuadrar horarios con el entrenador en caso de requerirlo
Tener sedes por Bogota y ciudades de Colombia	Tener sedes por Bogota y ciudades de Colombia	Tener sedes por Bogota y ciudades de Colombia	El servicio de la aplicación no se limita solo en Colombia, solo se tendra un servicio exclusivo en el sector de Bogota y sus alrededores
Poder realizar procesos de entrenamiento personalizados	Poder realizar procesos de entrenamiento personalizados	Poder realizar procesos de entrenamiento personalizados	Procesos de entrenamientos personalizados ya dependiendo el enfoque que se requiera (deportivo o ejercicio fisico para la salud)
		Tener horario de 24 horas de servicio en las instalaciones	Tener un proceso de valoracion (antropometria) que nos permite verificar los procesos del entrenamiento y si son verdaderamente efectivos
Precios			
Mes: \$72.500	Mes: \$59.900 a \$79.900	Mes: \$49.000	Mes: \$60.000 a \$120.000



Las conclusiones generales que arrojó la investigación de mercados es que a pesar de ser un modelo de negocio en donde más del 50% del servicio será de manera virtual y PMT, tiene unas condiciones de seguimiento y de progreso con respecto a logros que las demás empresas no poseen, además que no se limita a Colombia ya que es una app en donde cualquiera que la descargue y pague su suscripción tendrá la oportunidad de realizar el entrenamiento que desea y por último el trabajo diferenciado en base a lo que quiere cada usuario ayuda a la obtención de objetivos respetando la individualización del ejercicio.

En el tiempo de cuarentena se aplicó lo que fue el plan normal de entrenamiento personalizado de forma PMT (presencialidad mediada por la tecnología) en la cual se obtuvo buenos resultados teniendo 15 personalizados hasta que terminó la cuarentena.

CAPÍTULO I: Propositiones de valor

La propuesta de valor es según Mejia, (2003) es una mezcla de todos los valores que tiene el servicio junto con los beneficios que el cliente puede obtener al adquirir el servicio o producto. Según esto la necesidad que se observa es la falta de orientación de los entrenamientos en personas sin conocimientos y sin experiencia sobre el que hacer ya sea en un gimnasio o en algún entrenamiento con el objetivo de mejorar su condición física, por lo tanto Urban Fitness es una aplicación que además de poder solucionar la problemática que se plantea con un sistema para que incluso los más jóvenes puedan entenderlo hasta el más mayor de un integrante familiar, podemos tener métodos de entrenamiento grupales perfectos para la familia, todo esto con el desarrollo de una aplicación donde no solo se verá un ejercicio, sino que también podrás dar respuesta a todas sus preguntas relacionado al trabajo que están realizando. Ya sea en el hogar, un tiempo libre en el trabajo, parque o cualquier lugar podrán tener a la mano Urban Fitness para la realización de una rutina ya que el cliente podrá poner cual es su tiempo disponible y la app dará la rutina, sin olvidar que tendrá un tiempo mínimo estándar y está explicará qué método utiliza, el porque y que beneficios tiene. Al comienzo del proceso después de su inscripción a urban fitness será una evaluación diagnóstica de su perfil médico (enfermedades tanto propias, como las que padece su grupo familiar más cercano), operaciones y medidas tanto morfológicas como fisiológicas (toma de perímetros y toma de frecuencia cardiaca) que se pueden realizar en casa con sus instrucciones de la aplicación de Urban Fitness, posteriormente se establecen metas a corto y largo plazo ya sean con fines estéticos, de salud o deportivos en ya sea con los tiempos que se haya inscrito mes, meses o año para asimismo poder realizar ya sea un mesociclo o macrociclo enfocado al objetivo deseado.

- Novedad: Aplicación de actividad física que ayuda a la obtención de hábitos para realizar ejercicio regularmente, con un servicio exclusivo zonal donde puede ir un entrenador al lugar requerido para orientar la sesión de entrenamiento.



- **Beneficios:** Al adquirir el servicio que Urban Fitness ofrece tanto el “plan normal” y el “plan Premium”, ambos obtendrán beneficios como un descuento al suscribirse por segunda vez, además tendrá cobertura familiar, solo deberá entrar a la plataforma y seleccionar el perfil correspondiente al integrante de la familia correspondiente. El “plan normal” tendrá todos los servicios de la aplicación web como vienen siendo las rutinas generales que ofrecemos para desarrollar las habilidades que desea mejorar, como también rutinas de entrenamiento estándar que ofrecemos para mejorar ya sea la hipertrofia, condición física o rendimiento deportivo además de programar con antelación orientaciones con entrenadores expertos que le puede dar una asesoría general de cómo puede alcanzar su meta y objetivos. El “plan premium” tendrá todos los beneficios que trae el plan normal pero el usuario podrá decidir si hacer los entrenamientos de manera virtual, PMT (presencialidad mediada por la tecnología o presencial, además en el plan premium por la orientación del entrenador designado se puede hacer un plan más riguroso como lo es la verificación de metas con la antropometría y la aplicación de mesociclos enfocados al objetivo que desea el usuario
- **Marca/status:** Nuestra marca será reconocida por ofrecer un servicio acorde a lo que el sujeto necesita en el momento de realizar actividad física, con las recomendaciones necesarias, pero nosotros también nos vamos a comportar acorde al tiempo que dispone el comprador para no interponerse en su vida normal.
- **Desempeño:** Con respecto al desempeño de Urban Fitness no solo la aplicación estará formada y estructurada de tal manera como ninguna otra aplicación de actividad física, sino que también será completa en todo el margen de lo que necesita saber el usuario de su proceso y porque lo hace, además con respecto al personal de Urban Fitness los entrenadores ya sea de la modalidad PMT o presenciales serán certificados sustentando sus estudios profesionales sobre la actividad física y el deporte.

CAPÍTULO II: Segmentos de mercado

Los segmentos de mercado según Jaramillo, (2017) es la división del mercado total para el servicio o producto que se está ofreciendo para crear grupos que dentro de sus características tengan cosas en común como viene siendo aficiones gustos e incluso estado económico y posición geográfica. En el caso de nuestros clientes serán todos aquellos que quieran mejorar su parte física, coordinativa y morfológica o también son todas las personas que no quieren dejar de ejercitarse por tener poco tiempo para ir a un gimnasio o parque para activar su cuerpo. Ya que el problema fundamental en el momento de realizar actividad física es el tiempo disponible para eso, Urban Fitness es la mejor opción ya que esta tendrá



un abanico de métodos de entrenamiento que ayudarán a sus metas en el ejercicio en sesiones de corto tiempo pero eficaces.

- Geografía: El servicio básico ya que compone de sólo la utilización de la aplicación estará al servicio de todas las personas que quieran o puedan descargarlo, aparte de esto el servicio de entrenador solo estará en la zona de Bogotá y sus pueblos aledaños. Por lo tanto se necesita un lugar físico para el sostenimiento de las páginas web, para que los entrenadores puedan acceder a internet en caso de que no tengan y lugar donde se pueda guardar materiales y utensilios necesarios de entrenamiento. El lugar estará ubicado en Usaquén, en el barrio de Cedritos, dirección Cl. 143 #18-2 a.

Figura 4

Ubicación geográfica de Urban Fitness



Nota. Recogido de google maps



Figura 4

Ubicación geográfica Bogotá



Nota. Recogido de google maps

Figura 5

Ubicación geográfica Madrid



Nota. Recogido de google maps



Figura 6

Ubicación geográfica Funza



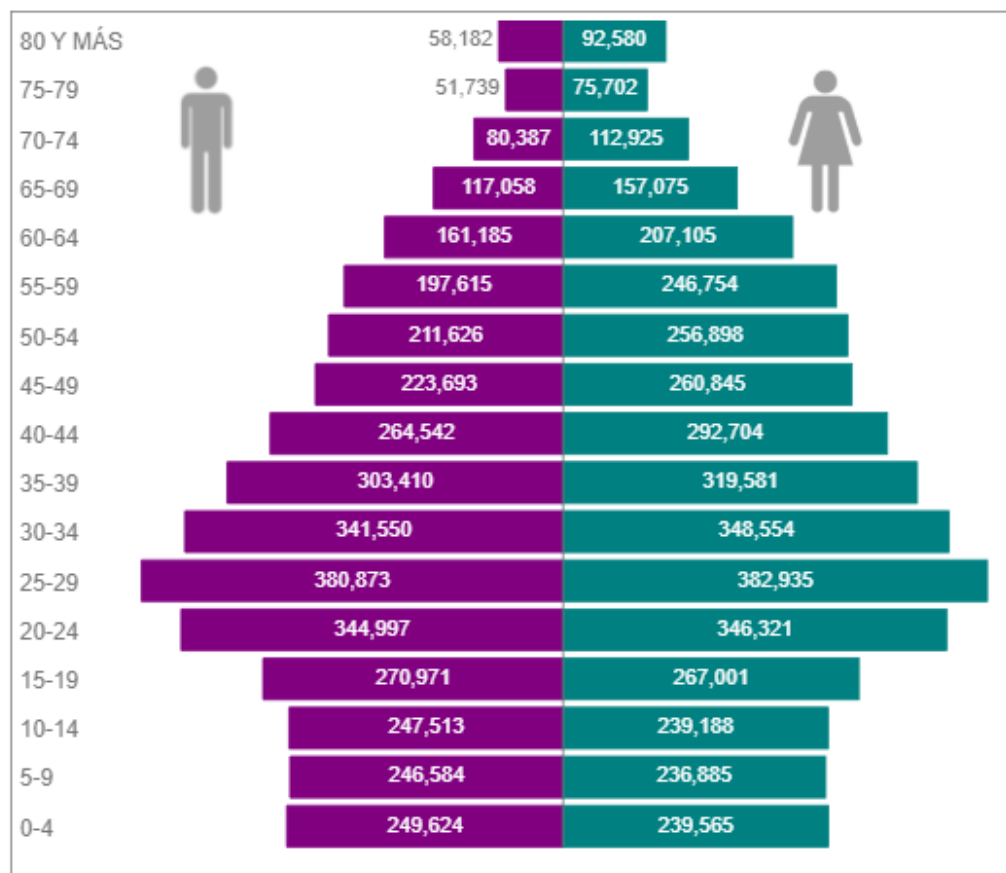
Nota. Recogido de google maps

- **Demografía:** En el caso de la aplicación no aplica porque no se limita solo al país, la edad de los posibles clientes es desde los 12 años hasta los 60 años sin restricciones médicas, en el caso de que algún sujeto tenga mas edad deberá enviar un certificado médico en donde exponga que puede realizar ejercicio físico con sus restricciones, con respecto al servicio adicional Bogotá, según el DANE en el 2021 tiene 7,181 millones de personas en donde la población que queremos impactar sean los que posiblemente puedan darse esos servicios (estrato 3 en adelante), ya que este es el grupo sociodemográfico que tiene más posibilidades de adquirir este servicio y además de ser constantes para seguir atrayendo más gente. En madrid es de 85.090 de personas y funza es de 75.350 de personas, donde la población que queremos impactar en el tema de estratificación es igual que el de Bogotá.



Figura 7

Distribución demográfica de la población en Bogotá



Nota. Imagen recuperada de SaluData Observatorio de Bogotá

- Psicografía: La personalidad del potencial cliente no es muy demandante solo que quiera hacer actividad física y que sea constante, por lo tanto una persona responsable, capaz, y que tome acción cuando se requiera. En la parte conductual debe ser una persona que en el momento de realizar el entrenamiento debe tener claro sus objetivos, motivación y el fin con el cual quiere esas metas que se propuso.

En el mercado segmentado serán los posibles compradores, estos serán los que ya han entrenado, quieren entrenar, quieren tener un mejor físico, recuperarse de alguna operación o mejorar de salud e inclusive mejorar en su rendimiento deportivo, en esta estratificación de la población pueden haber personas que tienen experiencia entrenando, pero que necesitan orientación no solo en el entrenamiento y planificación del ejercicio, además de la parte nutricional y recuperación. Ya la otra parte de la población que no tiene experiencia entrenando en donde puede estar practicando algún deporte, pero aun así no conoce sobre entrenamientos o ejercicios que ayuden a mejorar su rendimiento y capacidades físicas, ya sea del deporte o de la actividad física que quiere mejorar, en estos sujetos hay que tener un



control más directo de los componentes del entrenamiento, junto a la alimentación, descanso y planificación del mesociclo que se va a manejar.

CAPÍTULO III: Canales

Los canales de distribución según Acosta, (2017) son los medios y cómo va a llegar el producto o el servicio hacia el potencial cliente, cabe resaltar que existen dos tipos de canales de distribución el directo y el indirecto. En base a lo anterior Urban Fitness al ser una empresa que sus servicios se prestan solo dentro de la suscripción con nosotros el canal debe ser directo, con esto aseguramos a todos nuestros clientes el compromiso que tiene Urban Fitness con su bienestar y el caso de llegar a pasar algún acontecimiento en donde se vea perjudicado el cliente será la empresa que debe cargar con toda la responsabilidad legal.

- Canal de percepción: Para elevar la percepción de nuestro servicio se debe llevar a un momento donde varios de nuestros clientes ya hablan de nuestro servicio y en la redes sociales se tenga una pagina donde se de a entender como funciona nuestra aplicacion.
- Canal de evaluación: Para evaluar nuestro servicio se realizará una encuestas después de un tiempo determinado desde la obtención del servicio para que este puede ver de qué trata y analice que le gusto que no y porque.
- Canal de compra: Urban Fitness tendrá una aplicación para móviles y una página web en donde las personas podrán descargar o entrar en su computadora dependiendo su elección, ahí tendran informacion de nosotros, como sirve la empresa y que hacemos como empresa, en esto tendran la opcion de compra o de adquirir una suscripción, al momento de que la persona quiera comprar el servicio se dará la opción de cuantos meses desea adquirir y el costo estimado, esta compra se podra hacer con tarjeta crédito visa o una tarjeta debito en la cual se puedan hacer compras en línea, al finalizar la compra se recibirá un correo del usuario confirmando su compra y que ya puede acceder a nuestros servicios.
- Canal de entrega: El cliente al adquirir la confirmación de su compra por el medio de su preferencia deberá abrir ya sea la aplicación o la página web y acceder su cuenta, en esto se podrá saber qué desea hacer en Urban Fitness con el diligenciamiento de un formulario en donde deberá decir sus datos personales, poner datos importantes como historial médico y aspectos que desea como el entrenamiento que quiere realizar, objetivo o meta que quiere obtener, ya sea en corto y largo plazo. Al realizar el 100% del formulario deberá realizar una prueba piloto en donde los resultados darán información de sus capacidades físicas y en qué nivel de actividad física se encuentra. Ya habiendo hecho el formulario y la prueba piloto el día siguiente podrá



acceder a la aplicación en donde podrá acceder a su entrenamiento base con las respectivas modificaciones según el sujeto.

- Post venta: En el caso de las promociones de post venta se dará descuentos para la próxima vez que renueve su suscripción, además de poder agregar 3 integrantes de su familia sin ningún costo adicional, además de esto si adquiere el servicio Premium cada vez que renueve su suscripción además de los anteriores beneficios se les dará a cada integrante de la familia que esté en el grupo familiar de la aplicación un servicio de antropometría, seguimiento nutricional y seguimiento de rendimiento deportivo según si lo requiere.

CAPÍTULO IV: Relación con clientes

Para la captación de nuevos clientes se realizan promociones que incluyan meses para verse interesados además de ampliar cada vez más el abanico de posibilidades de entrenamiento, al momento de fidelizarlos se puede reducir el porcentaje de compra del servicio por ser cliente viejo.

- Servicio automatizado: ya que la aplicación arroja el entrenamiento, indicaciones y como lo debe hacer para que el cliente esté lo más cómodo posible debe hacerse de manera que el cliente se sienta cómodo, entienda y que realice la actividad de manera segura.
- Asistencia personal: Ya sea el caso del que el cliente quiera saber más de nuestros servicios o simplemente quiere saber la información que ha escuchado y leído, puede hablar con un asesor que le puede explicar con más detenimiento cómo funciona el servicio y como puede adquirirlo. No solo estos sino que también puede requerir un asesor para resolver dudas ya habiendo pagado el servicio o de alguna queja que tenga sobre el mismo.

Al hacer estas relaciones con los clientes podemos fidelizar al cliente, otra estrategia para que tomen la post venta es la relación que tiene no solo con la empresa sino que con los encargados de esta y los empleados como, representantes, entrenadores y asesores con los que estará frecuentemente en comunicación, con esto podrá saber que el proceso de entrenamiento no solo será de un mes sino que tiene que durar mas tiempo, esto podra ser implantado durante toda la suscripcion que dure la persona y así incentivar que sigan con nosotros en Urban fitness.

El ciclo de clientes debe ser en base a que los servicios, que sean los mejores respecto a la competencia y esto dará un plus de superioridad frente a los demás, en base a esto la calidad se mantendrá e incluso estará en constante mejoramiento en base a las opiniones de



los compradores, los empleados, ya que estos al tener un punto de vista distinto se podrá mejorar y agilizar ciertas cuestiones ya sea en base a la aplicación o al método de realizar los análisis de los clientes y de los métodos de entrenamiento. El voz a voz será nuestro canal de distribución más grande en base al trato y servicios que ofrecemos, además de promocionar el servicio en internet, dando promociones por compra de productos de cuidado físico y adicional en la proliferación de publicidad en aplicaciones como facebook e instagram, mostrando los cambios tanto físicos como comportamentales que se pueden lograr si estas en Urban Fitness.

CAPÍTULO V: INGRESOS

Los ingresos (Guajardo, 2005, citado por Fundamentación Teórica, S.F) son los recursos que recibe la entidad por la venta de un servicio o producto, según sea el caso ya sea en efectivo o a crédito. Los ingresos son considerados como tales en el mismo momento en que se presta el servicio o se vende el producto y no en el cual es recibido el efectivo , por otra parte (Polimeni, 2011, citada por Fundamentación Teórica, S.F) señala que los ingresos son definidos como el precio del producto una vez vendido o de los servicios una vez ya hayan sido prestados, lo que nos presenta la idea de que un ingreso es netamente la ganancia generada a una empresa o entidad que ha sido dado por un cliente según se le haya prestado un servicio o dado un producto.

Urban Fitness busca generar ingresos gracias a la prestación de un servicio en este caso, deportivo, dentro de este servicio encontramos tópicos como el asesoramiento y generación de planes de entrenamiento para un individuo o un grupo con fines tanto estéticos como de mejora en un deporte o actividad específica y también con fines netamente de prevención y cuidado de la salud, todo esto será definido con el cliente una vez adquiera el servicio, es acá donde la individualización y personalización del servicio cumplen un rol muy importante, pues es justo en este momento en donde se definirá el coste del servicio según la posibilidad y la necesidad que el mismo tenga, pues el servicio y el costo varía en relación a la cantidad de tiempo que el entrenador invierta semanalmente en generar encuentros presenciales con el entrenado , además del equipo que sea requerido para el desarrollo óptimo del entrenamiento en cuestión; También es necesario tener claridad de que si requiere un proceso nutricional esto acarrearía un servicio complementario al ofrecido como base.

Gracias a la previa investigación de mercados realizada Urban Fitness trae consigo una oferta de mercado que lo diferencia de los demás competidores, pues dentro de sabana occidente no se encontró una experiencia de servicio igual, que contara con una plataforma applicativa de servicio que sea capaz de hacer más rápido y ameno el manejo de los entrenamientos y



la relación cliente-entrenador, si bien es cierto que existe centros de entrenamiento como Bodytech, Smartfit y 24Seven que ofrecen aplicativos que permitan reservar plazas de entrenamiento y cupos para los entrenamientos grupales, estos aplicativos no cuentan con el servicio personalizado de desplazamiento del entrenador al domicilio del cliente con fines de generar entrenamiento personalizado a la necesidad de cada uno.

Los entrenadores Personalizados y personas que ofrecen sus servicios de manera remota o desplazándose al domicilio del cliente no cuentan con una red de servicio aplicativa como la de Urban Fitness por lo que tampoco es equiparable su servicio, por ende Urban Fitness tiene la posibilidad de destacar con este servicio que ofrece.

Figura 8

Ingresos

Cod	Producto/servicio	Precio
1	Mensualidad 3D*	\$80.000
2	Mensualidad 4-5 D*	\$120.000
3	Mensualidad 6-7 D*	\$160.000
4	Servicio Diferenciado	\$ 170.000 - \$200.000

El número 3,4,5,7 acompañado de la letra "D" hace referencia a la cantidad de días para encuentros presenciales

Los precios fijados por los servicios ofrecidos se establecen con el fin de ser competitivos y poder adaptarse a la población residente de Sabana Occidente y Bogotá, sin perder de vista que la calidad de servicio que se va a ofrecer es de altísimo nivel.

Se ofrecerá a los clientes tres planes de suscripción mensual que deberá ser cancelada previamente para dar inicio al proceso de planeación del entrenamiento, generación de planes de entrenamiento por medio del establecimiento de objetivos, evaluaciones de índole corporal según sea la necesidad expresada por el cliente, pueden ir desde antropometrías, toma de perímetros y pesaje, hasta la medición de capacidades específicas que requiera el deporte en el que se va a apoyar con el entrenamiento personal; también será cancelada esta suscripción mensual como método de continuidad con el programa, ya que no será necesario generar mensualmente un proceso de integración como cliente nuevo, siempre y cuando el cliente que cancela la membresía no haya dimitido del entrenamiento anteriormente, esto con el fin de generar procesos más claros y con objetivos demostrables.



Figura 9
Ingresos mensuales

Cod	Producto/servicio	Precio	Ventas promedio	Ingresos Promedio
1	Mensualidad 3D	\$80.000	65	\$5.200.000
2	Mensualidad 4-5 D	\$120.000	50	\$6.000.000
3	Mensualidad 6-7 D	\$160.000	40	\$6.400.000
	Servicio			
4	Diferenciado	\$ 200.000	25	\$5.000.000
TOTAL INGRESOS				\$22.600.000

Los ingresos mensuales proyectados de Urban Fitness oscilan alrededor de \$22.600.000 millones de pesos Colombianos, con un promedio de 45 ventas en total de todos los servicios, siendo la mensualidad de 1 a 3 días la fuente que más ingresos genera con un total de \$5.200.000 millones de pesos colombianos en 65 servicios realizados, por otra parte, el servicio que menor cantidad de ingresos genera es el servicio diferenciado, siendo \$5.000.000 la cantidad de ingresos proyectados.

Figura 10
Ingresos anuales

COD	SERVICIO	PRECIO													PROMEDIO
		PROM.	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
1	Mensualidad 3D	80.000	40	49	52	58	63	68	72	73	74	75	80	85	65,8
2	Mensualidad 4-5 D	120.000	20	25	30	40	50	55	60	63	64	66	68	70	50,9
3	Mensualidad 467 D	160.000	15	18	19	22	27	32	35	45	50	60	70	87	40,0
	Servicio														
4	Diferenciado	200.000	2	8	12	17	20	25	33	35	36	38	40	45	25,9

Figura 11
Ingresos mensuales totales

COD	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
1	40	49	52	58	63	68	72	73	74	75	80	85
2	20	25	30	40	50	55	60	63	64	66	68	70
3	15	18	19	22	27	32	35	45	50	60	70	87
4	2	8	12	17	20	25	33	35	36	38	40	45
16.360. 19.36												
Total	8.400.000	11.400.000	13.200.000	000	0.000	22.160.000	25.160.000	27.600.000	28.800.000	31.120.000	33.760.000	38.120.000



El promedio de servicios mensuales es de 180 y los ingresos promedio son 22.600.000 millones de pesos Colombianos, se proyecta un aumento mensual de los ingresos y de la cantidad de servicios realizados, por el aumento de clientes que se adhieren al programa; Se genera un aumento final de 210 clientes en un plazo de 12 meses, pasando de 77 clientes en Enero a 287 clientes en Diciembre, es decir un aumento de más del doble de la cantidad de clientes; Lo que en número se traduciría como \$9.625.000 millones de pesos colombianos en total de ganancias proyectadas en Enero y \$35.875.000 millones de pesos colombianos proyectados a Diciembre, lo que significaría un aumento en ventas de \$26.250.000 millones de pesos Colombianos.

CAPÍTULO VI: ASOCIACIONES CLAVES

Las asociaciones claves son una red de proveedores de productos o servicios que contribuyen al funcionamiento del modelo de negocio para que de este modo se logre disminuir los riesgos que conlleva el mismo, además de adquirir mayor cantidad de recursos de parte y parte, es decir, una relación en la que ambas partes resultan beneficiadas por el trabajo colectivo, esto según Osterwalder y Pigneur (S.f). Urban Fitness tiene como objetivo crear un servicio integral en la medida de las necesidades de las personas, es por esta razón que se plantea generar alianzas estratégicas con empresas no competidoras y generar un servicio integral, algunas de ellas son:

Figura 12



FireHD fisioterapia y rehabilitación deportiva (2022). Recuperado de Facebook

Centro de fisioterapia y rehabilitación deportiva, asociación clave, genera ingresos a la entidad al ingresar un nuevo paciente, de lo cual se puede obtener una comisión por referidos para Urban Fitness.

Figura 13



Live Life Nutrition - Centro de Nutrición y Bienestar (2021). Recuperado de Facebook

Centro especializado en nutrición y bienestar alimenticio, asociación clave, genera ingresos a la entidad al ingresar un nuevo paciente, de lo cual se puede obtener una comisión por referidos para Urban Fitness.

Figura 14



Cloud Google (2022). Recuperado de Google imágenes

Las alianzas estratégicas se harán con empresas que tienen un objetivo y una finalidad diferente a Urban Fitness, pero que pueden complementar el servicio de la empresa para hacer de este algo más íntegro, ejemplo de esto es Google Cloud, esta asociación es importante debido a la necesidad que surge de almacenar la información del aplicativo en un servidor estable que no sufra de caídas o cuelgues que hagan que la experiencia de uso decaiga, además de que se puede utilizar como sistema de métricas que almacene la información personal de cada cliente; Otro punto clave es la alianza con Live Life Nutrition, es claro que la nutrición juega un papel fundamental en el proceso de cambios morfológicos y fisiológicos del cuerpo, es por eso que se necesita de primera mano contar con expertos en el tema, pues si bien es cierto Urban Fitness y sus entrenadores pueden dar recomendaciones y tips alimenticios, no son profesionales en el área de la nutrición por lo que no están capacitados para encaminar un proceso nutricional.

Figura 15



Decathlon (2019). Recuperado de Facebook

La relación de comprador-suplidor también es importante para Urban Fitness en la medida que los clientes soliciten a la empresa el uso de maquinaria o implementos específicos de un deporte en concreto, además de esto, claramente ambas partes pueden salir beneficiadas de esta relación siempre que los clientes se interesen por adquirir para ellos mismos o para alguien más estos implementos o maquinarias útiles para realizar ejercicio o deporte, según sea el caso.

Para Urban Fitness es importante siempre mantener la calidad de su servicio, por tanto contar con asociaciones clave resulta importante, es por esto que se plantean esas asociaciones siempre y cuando resulten beneficiosas para ambas partes, por tanto estas asociaciones se realizarán a medida del desarrollo de la empresa, la necesidad de los clientes y también en base a los resultados de ingresos y egresos que estas generen y de esta manera poder mantenerlas en el tiempo y garantizar la sostenibilidad de la empresa además de la calidad del servicio que se brinde.

CAPÍTULO VII: RECURSOS CLAVES

Martínez . E (2014) definió a los recursos clave como “aquellos activos necesarios enlazados con la propuesta de valor para el segmento de clientes seleccionado. Por tanto, deben ser aquellos que crean valor tanto para el cliente como para la empresa” (pg. 15), estos recursos son importantes para lograr mantenerse en mercado y crear valor de marca y dar un servicio de calidad en todo momento, es por eso que Urban Fitness realizará un recuento de los recursos claves que son necesarios para poder volver a dar inicio a obras como empresa. Los recursos claves son los siguientes:

Recursos Físicos

Los recursos físicos de las empresas son todos aquellos bienes tangibles que se encuentran en su poder estos son susceptibles a ser utilizados con la finalidad de alcanzar el logro de objetivos que tiene la empresa misma, pueden ser inmuebles como oficinas, terrenos, campos, maquinarias, medios de transporte, insumos de producción, material de oficina y también productos terminados listos para ser vendidos al cliente final (Garza, 2001)

Figura 16

Recursos físicos, cantidad, valor unidad y valor total

Recursos físicos	Cantidad	Precio Unidad	Precio Total
Computador Portatil	1	3.000.000	3.000.000



Discos Duros	2	300.000	600.000
Uniformes	2	70.000	140.000
Colchoneta plegable	4	30.000	120.000
Balones de peso	4	80.000	320.000
Fitballs	2	30.000	60.000
Bozus	2	30.000	60.000
Barra de peso	2	300.000	600.000
Pesas 5kg	4	85.000	340.000
Pesas 10kg	4	175.000	700.000
Bandas de resistencia	6	50.000	300.000
Oficina	1	500.000	500.000
Kits de primeros auxilios	2	75.000	150.000
		TOTAL	6.890.000

Recursos Intelectuales

Son el capital intelectual con el que cuenta la empresa, es decir, es la cantidad de conocimientos que forman una empresa y son compartidos a lo empleados en una orden de mando dada según la organización de la misma (Martínez, 2014) en el caso de Urban Fitness es necesario contar con derechos de uso de Cloud para almacenamiento de datos y el correcto funcionamiento del aplicativo ,también es necesario el uso de un paquete empresarial de Office y por supuesto el contenido interactivo creado a través de los programas de Adobe Creative Cloud

Figura 17

Recursos intelectuales, costos

Recursos Intelectuales	Precio
Licencia Microsoft 365	219.000
Google Cloud Run	187.557*
Google Cloud Storage	135.041*
Licencia Adobe Creative Cloud	253.400
TOTAL	749.998

**Precio convertido a pesos el día 30-03-2022, 1 Dólar=3751 pesos*



Recursos Humanos

Para Martinez, (2015) los recursos humanos son propiamente el capital humano con el que cuenta la empresa o la entidad y quienes dan una identidad de fondo y forma a la misma, es por eso que Urban Fitness establece un grupo de trabajo distribuido de la siguiente manera:

Figura 18

Recursos humanos, funciones, cantidad,salarios

Cargo	Actividades a Realizar	Cantidad	Salario	Total Salarios
Gerente General	Encargado de tomar las decisiones con miras a cumplir los objetivos propuestos, se encarga de representar la empresa ante demás entidades, programa el desarrollo de actividades , ordena los recursos y los delega	1	1.500.000	1.500.000
Entrenador deportivo	Planear,organizar y gestionar los planes de entrenamiento con los clientes, encargado de generar el proceso deportivo paso a paso, establecer objetivos y metas, hacer evaluaciones funcionales, garantizar un servicio de calidad	10	1.200.000	12.000.000
Programador	Crear la interfaz útil del aplicativo, gestionar las redes de uso interactivo, crear el método de registro de almacenamiento de datos, mediar con trabajadores del Cloud	1	1.200.000	1.200.000
Creador Audiovisual/ C.M	Crear las piezas gráficas de la aplicación, generar material audiovisual de identidad, manejo de redes Sociales	1	1.300.000	1.300.000



VALOR TOTAL**16.000.000**

Urban Fitness plantea 5 puestos de trabajo de base con los que se puedan retomar actividades, acá no se cuentan los entes externos como asesores y manejadores de Cloud services, pues estos no hacen parte de la empresa directamente, por lo que no se genera un pago a ellos, sino a la empresa a la que se contrata el servicio, tampoco se cuentan dentro de la empresa las personas que hagan parte de las alianzas estratégicas como nutricionistas y demás profesionales.

Recursos Económicos

Son la cantidad de ingresos que necesita la empresa para dar inicio a su funcionamiento, es la suma de los recursos físicos, intelectuales y humanos, además de los gastos de imprevisto que son requeridos para dar inicio al servicio, depende de la empresa o entidad el tipo de recurso que sea necesario para dar inicio, puede ir desde el efectivo monetario, hasta líneas de crédito para generar contrataciones (Martínez, 2014)

Figura 19

Recursos económicos

Recursos	Total Por Recurso
Recursos Físicos	6.890.000
Recursos intelectuales	749.998
Recursos Humanos	16.000.000
TOTAL RECURSOS ECONÓMICOS	23.639.998

Para dar inicio al funcionamiento de Urban Fitness por segunda vez es necesaria una inversión de \$ 23.639.998 pesos Colombianos, según la sumatoria total de los recursos físicos, intelectuales y humanos, a este valor se añade 20% más en caso de imprevistos, lo que será usado como dinero de caja, por tanto el valor final de los costos iniciales que calculamos es de \$28.367.997 millones de pesos colombianos aproximadamente, ya que el uso del cloud varía según la cantidad de peticiones, este monto será reunido entre los fundadores de la empresa en aportes del 50% cada uno, con el fin de generar aportes iguales y de este modo obtener ingresos en la misma proporción.



CAPÍTULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades claves según Carretto, (2015) son las cosas más importantes para el funcionamiento de la empresa. En base a esto la principal propuesta de Urban fitness es la aplicación de entrenamiento acordes al usuario en sus tiempos libres con el fin de poder bajar los índices de sedentarismo de nuestros clientes, además de poder otorgarles con esto un mejor estado físico y mental, gracias a una plataforma amigable con el comprador y poder facilitar sus procesos de entrenamiento.

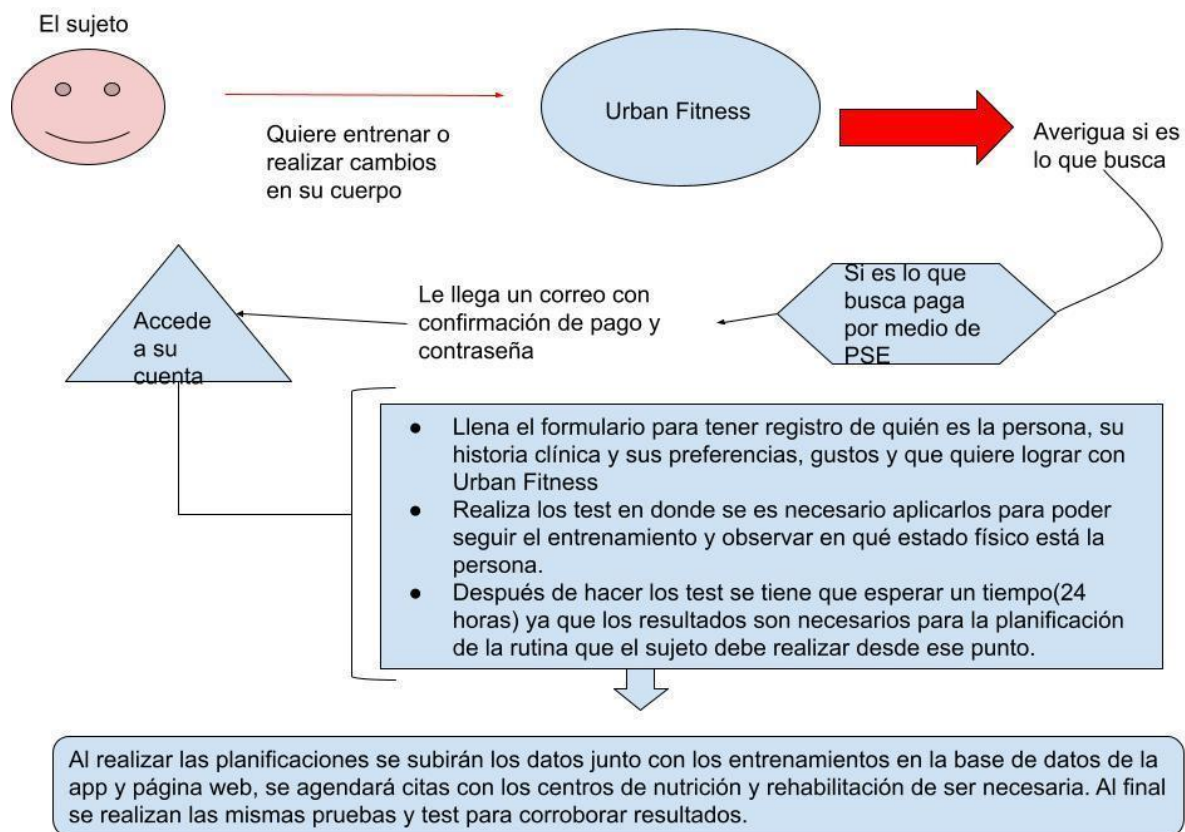
La página web se creará mediante el establecimiento de la página en la cual será una plataforma que tendrán información del servicio y podrán acceder a este, por lo cual será una segunda opción para quienes no quieran o no puedan descargar la app del celular. Siguiendo con los pasos de la creación de la página web el registrar el nombre de dominio y el reservar el hosting web se hará cargo del servicio de Google Cloud Run y Google Cloud Storage y también para el mantenimiento de la página web. En la creación de la app para celulares tanto android como IOS el programador será el encargado de crearla junto con el mantenimiento de la misma, para que la misma pueda ser descargada con la mayor comodidad y que tenga una buena calidad y desempeño la app estará en Google Play y en caso de iphone en la App Store.

- **Plataforma/red:** Una aplicación o app es según Lopez en 2015, es una herramienta diseñada para desarrollar una función específica ya sea en un móvil, tablet, tv, entre otros. Para acceder a estos se necesita red de internet en la herramienta que quiera utilizar y un sistema operativo , el más conocido es el android. Desde este punto de vista se necesita una aplicación y una página web propia de la empresa Urban Fitness en la cual el cliente podrá acceder a su cuenta si es que tiene o las personas que se quieren suscribirse al servicio podrán entrar a esta página ver lo que es la empresa y acceder al servicio. El método de pago será de manera virtual gracias al servicio de PSE (pagos seguros en línea), al hacer esto podrá acceder desde ya sea la app o la página web a su cuenta ya que automáticamente despues del pago en el correo electrónico inscrito le arrojará la contraseña para acceder a su cuenta y programarla a sus intereses en base al entrenamiento, después de esto ya podrá acceder a la plataforma en la que los usuarios puedan tomar sus clases, ver sus entrenamientos y ejercicios, comunicarse con los asesores en caso de cualquier inquietud y poder observar sus progresos en base al tiempo que estén en Urban fitness.



En el caso de terminar la inscripción y con los datos obtenidos, el entrenador encargado con ayuda de la app tomarán estos para planear el mesociclo con los requerimientos que el usuario necesita, con el mesociclo hecho se subirá el perfil del usuario a la base de datos, a mismo tiempo se aplicaran los asociaciones clave (Live Life Nutrition - Centro de Nutrición y Bienestar, Fire HD fisioterapia y rehabilitación deportiva), en tiempo donde el usuario esté en tiempo de recuperación y pueda tener orientación en cada uno de los temas sobre nutrición y rehabilitación si lo ve necesario. Al finalizar el mesociclo el sujeto deberá realizar los test del inicio del proceso junto con las medidas antropométricas para observar los resultados tangibles del entrenamiento.

Figura 20



Con este gráfico se da la ruta más habitual para que el posible cliente se convierta en cliente y suscriptor del nuestro servicio buscando un servicio de entrenamiento en donde el típico gimnasio no se lo puede dar por recomendación o por nombre de la empresa accede a la aplicación y por lo tanto accede a nuestros servicios.



CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Estructura de costos según Carretto, (2015) es la descripción de todos los costos necesarios para operar el modelo de negocio propuesto.

- De la propuesta de valor: En el caso de la propuesta de valor la realización de la app para los móviles tiene un costo de \$350.000 al igual de la página web por lo tanto el valor total es de \$700.000, pero con el Adobe Creative Cloud el costo es de 1'200.000 que se necesita en la propuesta de valor, ya que no necesita el mantener un servidor en la red y su alquiler.
- De tipo de mercado: En el tipo de mercado no se necesita un establecimiento físico ya que estaremos en contacto virtual, pero si se necesita una computadora para estar en constante monitoreo ya sea de la aplicación y también de los entrenamientos que se requieren entrenadores ya sea virtual o de forma PMT. Un computador promedio tiene un costo de \$3.000.000 de pesos.
- De la relación con clientes: En base a la relación con los clientes ya que todo se va hacer de manera virtual e programador se encargará de eso ya que en la misma aplicación se dará una opción en donde los clientes podrán dar su opinión o quejarse de ya sea el servicio o como tal de la app.
- De la operación de la empresa: La operación de la empresa en base a los servicios prestados la que se tendrá un valor adicional será el transporte de los entrenadores en donde soliciten el entrenamiento físico de manera presencial, en donde la empresa le dará al entrenador un auxilio de transporte de \$300.000 pesos mensuales de los cuales ya están incluidos en su salario mensual, ya que son dos serán en total de \$600.000 pesos por mes.
- De los canales: En el caso de los canales de información y de cómo los potenciales compradores está el creador audiovisual que se encarga de exportar todas las publicaciones en medios de comunicación y redes sociales como facebook e instagram. Esto tiene un costo de \$1.300.000.
- De los imprevistos: Los imprevistos pueden ser de manera esporádica, esto puede ser que el computador que se necesita se averíe o que alguno de los entrenadores esté enfermo y toca contratar a otro, por esto se calculó el 20% para imprevistos, por lo tanto la empresa deberá tener \$4'727.999 de pesos libres para cualquier tipo de imprevistos.

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS



La depreciación de activos según Alzamora, (2016) es la reducción durante el tiempo del precio de los bienes de la empresa, ya sean bienes físicos, intelectuales o de cualquier índole.

Figura 21

Tabla de depreciación de los activos

DEPRECIACIÓN DE ACTIVOS					
ACTIVO	PRECIO DE COMPRA	CANTIDAD	TOTAL	MESES A DEPRECIAR	COSTO MENSUAL
Computador	\$3.000.000	1	\$3.000.000	48	\$62.500
Disco duro	\$300.000	2	\$600.000	48	\$12.500
Uniformes	\$70.000	2	\$140.000	48	\$2.917
Colchoneta plegable	\$30.000	4	\$120.000	48	\$2.500
Balones de peso	\$80.000	4	\$320.000	12	\$26.667
Fitballs	\$30.000	2	\$60.000	48	\$1.250
Bozus	\$30.000	2	\$60.000	48	\$1.250
Barra de peso	\$300.000	2	\$600.000	48	\$12.500
Pesas 5kg	\$85.000	4	\$340.000	48	\$7.083
Pesas 10kg	\$175.000	4	\$700.000	48	\$14.583
Kits de primeros auxilios	\$75.000	2	\$150.000	48	\$3.125
Licencia Microsoft 365	\$219.000	1	\$219.000	12	\$18.250
Google Cloud Run	\$187.557	1	\$187.557	12	\$15.630
Google Cloud Storage	\$135.041	1	\$135.041	12	\$11.253
Licencia Adobe Creative Cloud	\$253.400	1	\$253.400	12	\$21.117
Bandas de resistencia	\$50.000	6	\$300.000	48	\$6.250
			TOTAL		
			\$7.184.998	DEPRECIACIÓN	\$219.375

COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Los costos fijos según Arteaga, (2021) los costos fijos son aquellos que sin el constante pago de estos los servicios de la empresa no se pueden realizar y por ende la empresa queda inviable. Por otro lado los costos variables son aquellos que a pesar de ser esenciales en la empresa su costo puede variar ya sea que se pague una vez, o se cobra por la frecuencia que la empresa utilice de esta.

Figura 22

Tabla de costos fijos



COSTOS FIJOS			
CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS FIJOS PROM.
Costo de nomina FIJA	\$4.000.000	1	\$4.000.000
DEPRECIACIÓN	\$219.375	1	\$219.375
Oficina	\$500.000	1	\$500.000
TOTAL COSTOS FIJOS			\$4.719.375

Figura 22

Tabla de costos variables

COSTOS VARIABLES			
CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS VARIABLES PROM.
Entrenadores	\$1.200.000	10	\$12.000.000
Servicio de Cloud Run	\$1.112.534	1	\$1.112.534
Servicio de Cloud Storage	\$810.246	1	\$810.246
Servicio de internet	\$800.000	1	\$800.000
TOTAL COSTOS VARIABLES			\$14.722.780

Figura 23

Tabla estructura de costos

Costos anuales	Total por costo
Costos fijos	\$4.719.375
Costos variables	\$14.722.780
Costo variable unitario	\$81.793
Punto de equilibrio	PE= 108
Valor de equilibrio	\$13.540.040

Todos los costos que tiene urban Fitness son de manera que de manera anual pueda ser rentable teniendo un costo fijo de \$4.719.375.. En el caso de los costos variables será de \$14.722.780, ya que estos variarán en consecuencia del aumento de los clientes o son servicios necesarios para el mantenimiento de la aplicación y de la comunicación constante



que se tendrá con el cliente. Con el punto de equilibrio se establece que es necesario que se suscriban 109 personas mensualmente para que el negocio obtenga beneficios.

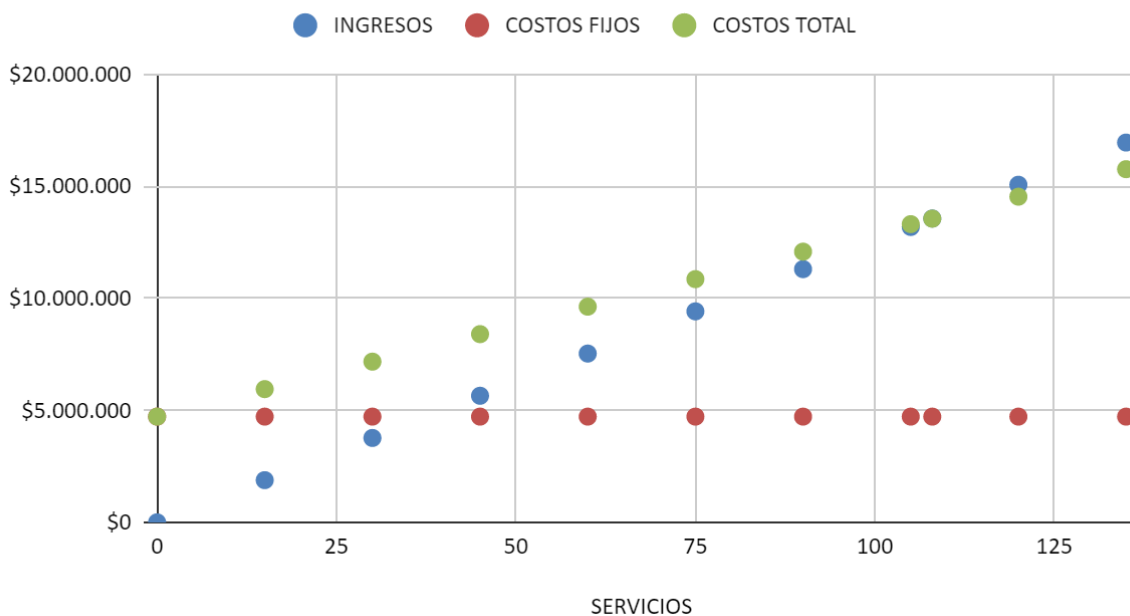
Punto de equilibrio

El punto de equilibrio según Nagua, (2013) es el punto de actividad en donde las ventas y por lo tanto los ingresos son iguales a los costos ya sea de producción o para crear el servicio y por lo tanto no hay utilidades ni pérdidas.

Figura 24

Tabla punto de equilibrio

INGRESOS, COSTOS FIJOS y COSTOS TOTAL



$$(P*U)-(Cvu*U)-CF=0$$

P: Precio de venta unitario = \$125.556

U: Unidades del punto de equilibrio = 108

Cvu: Costo variable unitario = \$81.793

CF: Costos fijos = \$4.719.375

Se observa en la gráfica que el crecimiento de la empresa al alcanzar los 108 servicios se alcanza el punto de equilibrio que es en 3 meses iniciado el servicio, arrojando \$13.560.000



superando los costos mensuales que son \$13.553.043 que son necesarios para que la empresa funcione.

CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA

Según Montserrat, (2021) es la parte donde se toman decisiones dentro de la empresa o modelo de negocio en el cual se hace un análisis de cuánto debe ser la inversión a en qué tiempo se recupera esa inversión y sus alternativas a corto y largo plazo.

Figura 25

Tabla parámetros de la evaluación financiera

Inversión inicial	\$26.627.153
Inflación del año anterior	6%
Tasa de interés	24%

Para poder que la empresa funcione a su 100% debe haber una inversión inicial de \$26.627.153, la inflación del año pasado corresponde al del 6% y la tasa de interés cerró con un 24%.

La empresa tendrá un flujo de ingresos del primer año de \$271.200.000 y en el segundo año será de \$310.469.760, por lo que el total será de \$581.669.760. En el caso de flujo de egresos el primer año será de \$233.305.858 y en el segundo año será de \$264.615.504, por lo que el total será de \$497.921.362. En el caso de el flujo de efectivo neto se encuentra restando ingresos - egresos totales y da como resultado \$83.748.398.



Figura 26

Valores

VNA=VPN=	\$33.754.605,71		
	Segundo año		Primer año
TIR=	120,44%		60,22%
RI=	\$ 83.748.398	Inv0 ≥ RI	
	3489516,577	(Inv0 ≥ RI)/#meses	
RI=	7,630613652	MESES	8 Meses

VNA: valor actual neto, VPN: valor presente neto, TIR: tasa interna de retorno, RI: recuperación de la inversión.

VNA: Según Manotas en 2009, es el flujo de efectivo proyectados. Por tal razón el modelo de negocio es viable y rentable, ya que a pesar de tener una inversión inicial de \$12.489.685 la empresa Urban Fitness tiene unas ganancias de \$33.754.605.

TIR: Según Altuve en 2004, es el valor geométrico de la rentabilidad del proyecto. En el primer año la empresa tiene un rendimiento de 60,22%, eso significa que de los \$26.627.153 se recupera \$16.034.871 en el primer año y el segundo año estaría en un 120,44% superando en los dos años el 100% de las utilidades llegando a \$32.069.743 .

RI: Según Canales en 2015, la recuperación de la inversión es el tiempo en que la inversión inicial se haya recuperado por completo. La recuperación de la inversión inicial se realizará en los primeros 8 meses de servicio.



LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIOS



* Cop



Referencias

- Acosta, A. (2017). *Canales de Distribución*. Fundación Universitaria del Área Andina. Recuperado de: <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1270/Canales%20de%20Distribuci%C3%B3n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Altuve G. (2004). *El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión*. Universidad de los Andes Mérida. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/pdf/257/25700902.pdf>
- Alzamora, J. (2016). La depreciación de los activos fijos y su incidencia para la determinación del impuesto a la renta de tercera categoría en la empresa inversiones Tavoperu S.A.S. del distrito de Miraflores, año 2012. Facultad de ciencias contables, económicas y financieras. Recuperado de: <https://repositorio.uch.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12872/102/CD-TCO-039-2016.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Amanda Vargas. (2017). *Investigación de Mercados*. Fundación Universitaria del Área Andina. Recuperado de: <https://digitk.areandina.edu.co/bitstream/handle/areandina/1428/Investigaci%C3%B3n%20de%20Mercados.pdf?sequence=1>
- Arteaga, M. (2021). Importancia de los costos fijos y variables en la evaluación económica de las Pymes del sector comercial. Universidad Estatal Península de Santa Elena. Recuperado de: <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/5823/UPSE-TCA-2021-0036.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Canales, R. (2015). *Criterios para la toma de decisión de inversiones*. Revista Electrónica de Investigación en Ciencias Económicas. Recuperado de: <https://revistacienciaseconomicas.unan.edu.ni/index.php/REICE/article/view/74/72>
- Chicaiza Rumipamba, H. (2017). *La halterofilia en el desarrollo muscular en los deportistas de levantamiento de pesas de la Federación Deportiva de Tungurahua* (Bachelor's thesis, Universidad Técnica de Ambato. Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación). Recuperado de: <https://repositorio.uta.edu.ec/jspui/handle/123456789/25482>



Díaz, J. (2020). Estudio comparativo entre el contagio durante la cuarentena obligada por el COVID-19 y el contagio durante la apertura gradual y controlada para algunos sectores de la economía en Colombia. Fundación Universitaria de Ciencias de la Salud. Recuperado de:

<https://revistas.fucsalud.edu.co/index.php/repertorio/article/view/1073>

Universidad Rafael Belloso Chacín, Fundamentación Teórica. (S.f) *Capítulo II*. Recuperado de <http://virtual.urbe.edu/tesispub/0094225/cap02.pdf>

Garza, J. (2001) *Marco Teórico, Capítulo II*. Universidad de las Américas Puebla. Recuperado de

http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lmk/garcia_c_ml/capitulo2.pdf

Lopez, M. (2015). *Qué son las apps y los tipos de apps*. Universidad tecnológica de Pereira.

Recuperado de: <http://univirtual.utp.edu.co/pandora/recursos/2000/2591/2591.pdf>

Jaramillo, I. (2017). *Marketing aplicado en el sector empresarial*. Universidad Técnica de Machala. Recuperado de:

<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/14270/1/Cap.2-Segmentaci%C3%B3n%20del%20mercado.pdf>

Manotas, M., Toro, D. (2009). *Análisis de decisiones de inversión utilizando el criterio valor presente neto en riesgo (VPN en riesgo)*. Revista Facultad de Ingeniería Universidad de Antioquia. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/430/43019324020.pdf>

Martínez, E. (2014). El modelo de negocio como base del éxito empresarial: una revisión teórica. Universidad de Almería. Recuperado de

http://repositorio.ual.es/bitstream/handle/10835/3662/3537_EL%20MODELO%20DE%20NEGOCIO%20COMO%20BASE%20DEL%20EXITO%20EMPRESARIAL-UNA%20REVISION%20TEORICA%20.pdf?sequence=1#:~:text=Los%20recursos%20clave%20son%20aquellos,cliente%20como%20para%20la%20empresa.

Mejía, C. (2003). *La propuesta de valor*. Documentos planning. Recuperado de:

https://www.planning.com.co/bd/mercadeo_eficaz/Julio2003.pdf

Ministerio de la salud y protección social de Colombia (2020). *Medidas frente a la pandemia COVID-19*. Recuperado de:



<https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/PET/Paginas/Documentos-Administrativos-covid-19.aspx>

Montserrat, C. (2021) Evaluación financiera. secss. Recuperado de: <http://www.economia.unam.mx/secss/docs/tesisfe/MartinezSCM/cap4.pdf>

Sanz, J. M. M., Otegui, A. U., & Ayuso, J. M. (2013). *Necesidades energéticas, hídricas y nutricionales en el deporte*. European Journal of Human Movement, (30), 37-52. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4775529>

