



UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
PRIMER CLAUSTRO UNIVERSITARIO DE COLOMBIA

TRABAJO DE GRADO 2020-02

NOMBRE DEL PROYECTO:

MINDBODY FIT

Presentado por:

Iván Felipe Castillo Díaz - 2186116

Yeisson Danilo Jiménez Figueroa - 2213669

Diego Alexander Zamudio Palacios - 2210787

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE CULTURA FÍSICA, DEPORTE Y
RECREACIÓN
BOGOTÁ D.C.
2020-2

DOCUMENTOS GUÍA PARA COMPLEMENTAR TRABAJO DE GRADO

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS.....	4
LOGO.....	14
SLOGAN.....	14
MISIÓN.....	14
VISIÓN.....	14
FUNDAMENTOS HUMANÍSTICOS.....	15
MARCO REFERENCIAL.....	15
CAPÍTULO I SEGMENTACIÓN DEL MERCADO.....	16
CAPÍTULO II PROPUESTA DE VALOR.....	26
CAPÍTULO III CANALES.....	29
CAPÍTULO IV RELACIÓN CON LOS CLIENTES.....	36
CAPÍTULO V FLUJO DE INGRESOS.....	37
CAPÍTULO VI RECURSOS CLAVES.....	38
CAPÍTULO VII ACTIVIDADES CLAVES.....	39
CAPÍTULO VIII ASOCIACIONES CLAVES.....	40
CAPÍTULO IX ESTRUCTURA DE COSTOS.....	40
EVALUACIÓN FINANCIERA.....	41
BIBLIOGRAFÍA.....	50

Palabras claves: Entrenamiento funcional, Calistenia, Crossfit, TRX y Karate.

INTRODUCCIÓN

Los estilos de vida poco saludables, así como la inactividad física, suponen una de las mayores problemáticas de salud pública a nivel mundial. Según la OMS (2013), “la inactividad física es el cuarto factor de riesgo en lo que respecta a la mortalidad mundial (6% de las muertes registradas en todo el mundo). En el mismo estudio se identificó que “la inactividad física es la causa principal de aproximadamente un 21%-25% de los cánceres de mama y de colon, el 27% de los casos de diabetes y aproximadamente el 30% de la carga de cardiopatía isquémica.” En adición se estima que, según la OMS (2020), 1 de cada 4 adultos es inactivo físicamente. En contraste es posible evidenciar que cuando se mantiene un estilo de vida saludable y se realiza actividad física regularmente según Cenarruzabeitia, Hernández & Martínez (2003), sus principales beneficios son la disminución del riesgo cardiovascular, del riesgo de obesidad, diabetes mellitus e intolerancia a hidratos de carbono, osteoporosis, enfermedades mentales (ansiedad, depresión) y determinados tipos de cáncer.

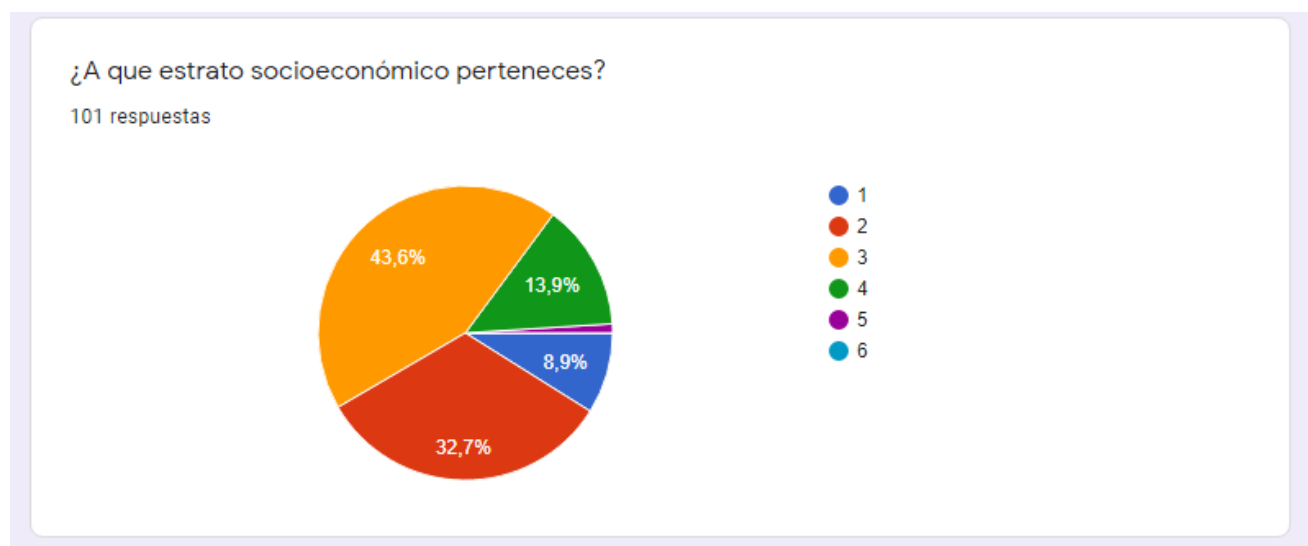
De acuerdo a lo anterior se crea MINDBODY FIT que es una empresa que se basa en el mejoramiento del bienestar tanto físico como mental de sus usuarios, implementando no solo el entrenamiento de tipo funcional sino además la enseñanza del karate como herramienta para el entrenamiento personal e integral de cada individuo. WUKO (1989) define el karate como “un método de combate que consiste en utilizar, de forma racional y científica, las armas naturales del cuerpo humano: pies, puños, codos, etc. con el propósito de golpear”, igualmente hay una continua búsqueda por el equilibrio, autocontrol y plenitud.

Del mismo modo las artes marciales intervienen como potencializador de la autoestima y confianza de cada individuo, de esta manera podemos intervenir como profesional en la salud, el deporte y la recreación, para abordar cada uno de los aspectos anteriormente mencionados y así obtener la mejora de su calidad de vida.

INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Para conocer cuáles eran las necesidades que presentaba la población de Fontibón relacionado con la actividad física, se utilizó la herramienta de la encuesta con un número de pregunta no mayor a 11, con la cual se pudo identificar la edad, el deporte, modalidades de entrenamiento favoritas, y la parte económica de la persona.

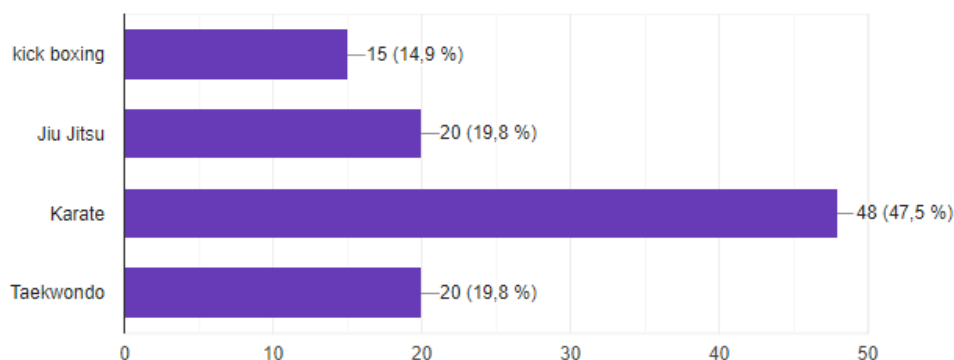
La encuesta se llevó a cabo de manera virtual, y se les realizó a 101 personas sin distinción de género, y edad. Los resultados de la encuesta permitieron sacar los siguientes datos de suma importancia para poder realizar el proyecto empresarial.



Los resultados con relación al estrato económico se encontraron que el estrato 2 con (32,7%) y 3 (43,6%), eran los más predominantes, por tal se tomaron como base para establecer y ajustar precios entre otras cosas.

De los siguientes deportes, cual le gustaría aprender para combinarla con otras modalidades de entrenamiento

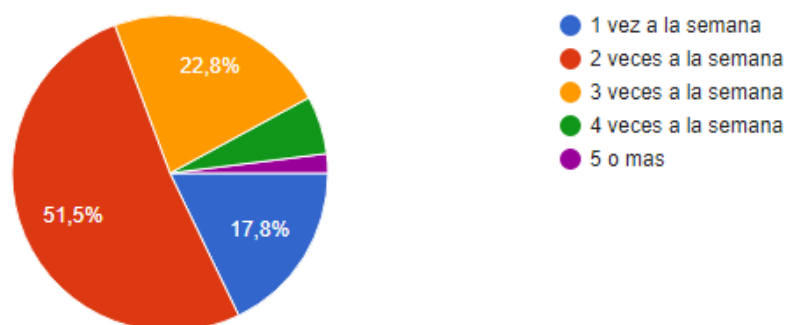
101 respuestas



Para conocer el deporte más llamativo para la población de Fontibón la encuesta arrojó que entre el “Kick Boxing”, “jiu jitsu”, “karate” y “taekwondo”, el karate con una votación de 48 votos es de mayor gusto, por tal MINDBODY FIT lo tomo como su deporte a enseñar y practicar con sus usuarios.

¿Con que frecuencia realizas actividad física a la semana?

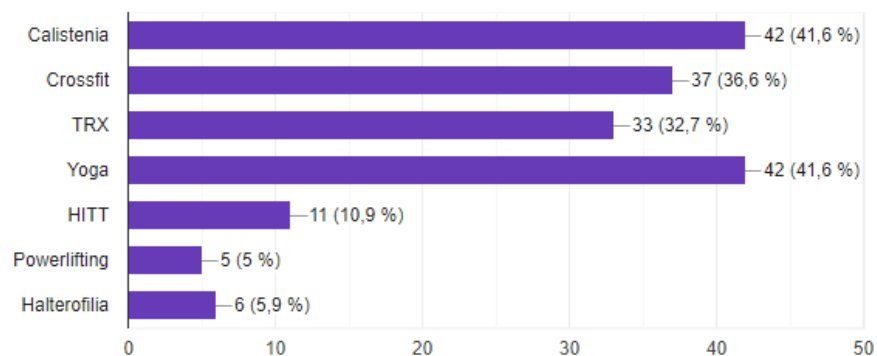
101 respuestas



Según la gráfica anterior, la población realiza actividad física entre 2 a 3 veces a la semana, lo cual es positivo ya que podremos intervenir no solo con población sedentaria si no activa lo cual permitirá tener una mayor adaptación del cliente al entrenamiento.

¿Cuáles de las siguientes modalidades de entrenamiento le gustaría aprender y practicar?

101 respuestas



Para las modalidades de entrenamiento según la gráfica de barras anterior, se destacaron 4 modalidades favoritas, la Calistenia (41,6%) el Crossfit (36,6%), TRX (32,7%) y el Yoga (41,6%). MINDBODY FIT tomó 3 modalidades según la experiencia y conocimiento de su personal empresarial, donde el Crossfit, la Calistenia y el TRX, fueron los escogidos para ser parte del proyecto empresarial.

POBLACIÓN OBJETIVO

Los esfuerzos técnicos de MINDBODY serán para niños, jóvenes y adultos, cuyo estrato social se sitúe en 2 y 3, de manera que los costos de nuestro servicio se ajusten a sus presupuestos. Para tener un control y seguridad en la forma de pago del servicio en el caso de los niños y los jóvenes, se tomará en cuenta los ingresos del núcleo familiar, y para los adultos se tomará en cuenta que puedan solventar los pagos de manera independiente.

PERFIL DEL CLIENTE

MINDBODY FIT se dirige hacia los Padres y madres de familia de estratos 2 y 3 con ingresos que les permita solventar el pago de cursos de entrena/ basado en karate para sus hijos, que cuenten con fácil acceso a internet. ya que para **MINDBODY FIT** el cliente siempre tiene la razón y es la parte más vital ya que sin ellos no tendríamos una rutina o sesión de entrenamiento para desarrollar.

OBJETIVO GENERAL

- Brindar servicios wellness de alta calidad accesible para todos. Es por esto que nuestros centros de acondicionamiento físico cuentan con la infraestructura y el personal profesional, para el acompañamiento óptimo de entrenamientos tanto funcionales e hipertrofia muscular (TRX, CALISTENIA, CROSSFIT) acompañados de la enseñanza del arte marcial KARATE - DO para quien lo desee como componente enriquecedor tanto físico como mental y así lograr la satisfacción del cliente según sus objetivos establecidos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Brindar un ambiente cómodo y satisfactorio para el usuario.
- Desarrollar y potenciar nuevas capacidades físicas de los usuarios con el manejo de diferentes metodologías.
- Crear estatutos y normas que regirán la empresa.
- Realizar un estudio del mercado donde se evidencie la oferta y la demanda del servicio que se va a prestar.
- Disponer al servicio de los clientes un grupo interdisciplinario conformado por profesionales en cultura física.

CORTO PLAZO

- Contar con la tarjeta profesional en Cultura Física, Deporte y Recreación, para empezar a ejercer nuestra profesión en nuestra empresa, y lograr obtener más de 100 suscriptores pasados 3 o 4 meses de creada.

MEDIANO PLAZO

- contar con más materiales y estrategias de trabajo para prestar y brindar un mejor servicio al cliente.
- lograr la fidelización de un gran número de clientes para mantener su permanencia, a través de promociones, bonos, etc.

- la empresa tiene como objetivo dentro de 3 años, instalar un nuevo centro de entrenamiento en el sector de Engativá, con los mismos servicios, personal e instalaciones de muy buena calidad.

LARGO PLAZO

- contar con una sede más ubicada en la zona norte de la ciudad, en la localidad de Usaquén, así contar con usuarios de mayor economía, ofreciendo mejores instalaciones, personal más altamente calificado, y servicios. Poniendo el nombre de nuestra empresa como empresa competitiva en el mercado, y así haciéndola más reconocida.

IDEA DE NEGOCIO

MINDBODY FIT es una empresa creada para la formación e incentivación a un estilo de vida wellness, a partir de la actividad física, realizada por medio del entrenamiento funcional, el TRX, la Calistenia, junto con el karate, como medios dinámicos, interesantes, y útiles para la práctica física, cuyo enfoque es mejorar el estado de salud en pacientes niños, jóvenes y adultos activos o sedentarios, disminuyendo y previniendo las enfermedades crónicas no transmisibles, y generando de la misma manera un bienestar mental. Todo esto a través de los ejercicios funcionales y los movimientos del karate, cuyas técnicas son complejas, que requieren de una gran disciplina y dedicación, que aprenderán los usuarios, gracias a los instructores que están altamente calificados.

SERVICIOS DE LA EMPRESA:

● PLAN DE ENTRENAMIENTO VIRTUAL

Realizado por medio de aplicaciones como meet y zoom que brindan un gran servicio y seguridad para realizar las sesiones, para que los instructores puedan observar al usuario, dictar su entrenamiento y al mismo tiempo realizar correcciones.

● PLAN DE ENTRENAMIENTO PRESENCIAL

Será el aprovechamiento del espacio y la utilización de los materiales propios de la empresa y permitiéndole a los instructores tener un mayor control sobre el usuario.

TRABAJO PERSONALIZADO

Permitirá al instructor tener mayor atención sobre el usuario, brindándole una mayor exigencia y mejoramientos en las técnicas tanto del karate como del entrenamiento funcional.

- **TRABAJO GRUPALES**

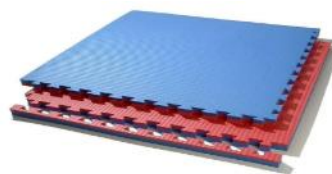
EL instructor realizará los entrenamientos funcionales, calisténicos, TRX, crossfit y de karate.

SEGUIMIENTO POR LAS TIC

La empresa implementará y aprovechará los medios tecnológicos, como los programas de Excel, para el manejo de la contabilidad, registro de usuarios, registro de materiales e implementos, y el Word para guardar toda la información de los planes de sesión, microciclos, las rutinas y planes de entrenamiento funcional, que permitirán llevar un mayor control, orden y administración de la empresa.

RECURSOS TÉCNICOS DEPORTIVOS KARATE

- **Tatami:** Se trata de una superficie suave y antideslizante parecida a un tapete que se pone sobre el piso, o tarima, donde se llevan a cabo los entrenamientos de diversas artes marciales, y donde se pueden llevar actividades de carácter competitivo.



- **Chacos:** Es una herramienta compuesta por dos partes compuesta unidas por una cuerda, hecha principalmente con madera o metal, es muy peligrosa y se debe utilizar con precaución, puesto que, si se usa muy fuerte o muy rápido esta arma, podemos auto lastimarnos o lastimar alguien, además se utiliza como medio de defensa.



- Paletas: Se trata de un relleno de esponja de alta densidad para la absorción de impactos, puede recaer rápidamente después de golpear y proteger tanto al entrenador como a la persona que lo sostiene. Es fundamental para tener un mayor rendimiento, y realizar técnicas o habilidades motrices más complejas.



- Kimonos: Es un traje o uniforme con las mangas muy anchas, que cubre el cuerpo, tiene distintos largos y se abrocha por delante con un cinturón. Es una prenda típica de Japón y en Occidente se utiliza como una bata para estar en casa o practicar artes marciales.



- Colchonetas: Se utilizan más que todo para hacer estiramientos, calentamientos, movimientos y técnicas que son de mayor complejidad, además vitales para la seguridad del usuario.



- Bastones: Se utilizan tanto para defenderse como para aprender diferentes técnicas de agarres y también para los estiramientos nos ayuda el bastón.



ENTRENAMIENTO FUNCIONAL

El entrenamiento funcional se implementa como método para mejorar la fuerza-resistencia del sujeto logrando beneficiar al mismo. Puesto que puede ayudar al fortalecimiento muscular y articular, evitando lesiones a corto, mediano y largo plazo, que pueden ser perjudiciales para el mismo, además mejorar sus capacidades tanto físicas como coordinativas. De esta manera se prepara al organismo biomecánicamente permitiéndole una mayor adaptación al niño, joven y adulto, frente a la práctica de los entrenamientos y del mismo arte marcial.

- BARRAS



- Discos



- Pesos libres



- Bandas de resistencia



- Neumático de tractor (40- 50 kg)



OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

La implementación del karate como un medio para practicar la actividad física lo vemos como una oportunidad para ayudar a la población bogotana que, así como en otras partes de Colombia existen inmersas problemáticas relacionadas con el sedentarismo, la obesidad y las enfermedades crónicas no transmisibles, que constituyen uno de los principales factores de mortalidad. Por otra parte, existen afecciones de tipo psicológico relacionadas con la actividad física, así como síntomas producidos por el estrés laboral y baja autoestima, entre otros, que si no son abordados a tiempo pueden generar complicaciones de salud y caer en cuadros de depresión.

Por lo anterior, MINDBODY FIT quiere llegar a la mayor cantidad de usuarios posibles para cambiar esta situación y a partir de la actividad física y el deporte, contribuir activamente en las problemáticas anteriormente expuestas.

LOGO



Color rojo: significa la pasión, fuerza y la revolución

Color negro: significa el misterio y lo desconocido

Cuerpo: significa belleza, estética o una meta alcanzada con esfuerzo

Puño: significa la fuerza y contundencia

SLOGAN

Mente y cuerpo de guerrero

MISIÓN

Es una empresa especializada en la realización de actividad física y desarrollos de capacidades físicas y coordinativas para niños, adolescentes y adultos que brindamos servicios variados de carácter deportivo para esta población, utilizando su cuerpo como parte principal, generando una vida sana, mejorando el acondicionamiento físico, mental y social. Ser una empresa que busca e implementa al sujeto diferentes alternativas que aumenten su calidad de vida, a través del conocimiento de los profesionales de Cultura Física Deporte y Recreación.

VISIÓN

MINDBODY FIT para el año 2025, será una empresa transformadora mediante la combinación de entrenamientos de Crossfit con el Karate como de vidas que se expandirá en varias localidades de la ciudad de Bogotá, generando bienestar y salud a cada una de las personas de cada localidad

FUNDAMENTOS HUMANISTICOS

Tomando el pensamiento religioso de Santo Tomas que promociona la formación integral estudiantil, a través de procesos con un buen manejo ético. la empresa para niños, jóvenes y adultos “MINDBODY FIT”, se rige de forma humanista difundiendo los valores éticos, a la población objetivo, complementándose con pensamientos desde la parte moral como espiritual, integrando la parte integral y la proyección social, supervisado por medio de los profesionales de Cultura Física Deporte y recreación. Nuestro centro de entrenamiento debe ser siempre conducido con compromiso, respetando los derechos humanos, y enfocado a la integración social, donde nuestro personal profesional debe ser un promotor, cumpliendo con su labor responsablemente y mostrando sus valores, frente a los usuarios.

Por medio del Entrenamiento funcional, Trx, CrossFit Calistenia y el karate, buscaremos mejorar el estado de salud y la parte tanto psicológica como social del individuo. Haciendo énfasis en relación al humanismo, nos basaremos en manejar los principios aporten a la salud, por medio de la actividad física, y así mismo aplicar fundamentos que direccionen al sujeto para que pueda afrontarse ante la sociedad.

Los diferentes entrenamientos que MINDBODY FIT ofrecerá a sus un desarrollo social enfocado en la educación física, que cambiara su mentalidad, aprovechando más sus tiempos libres y así mismo cambiando su estado a una vida sana.

MARCO REFERENCIAL

MINDBODY FIT es una empresa que se encargará de brindar tanto las instalaciones como el servicio necesario y adecuado para el acondicionamiento físico y práctica del deporte Karate - Do. Para la empresa es de vital importancia el bienestar del afiliado, su progreso y apoyo para la obtención de sus objetivos específicos.

MINDBODY FIT se establecerá a través de la Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S, donde se determina que es la más adecuada ya que los trámites son más simplificados y es posible el inicio del proyecto con menor presupuesto respecto a los demás tipos de sociedades.

En adición, MINDBODY FIT se registrará principalmente por las siguientes leyes:

- LEY 181 DE 1995. (Artículo 81)
- CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. CAPÍTULO 2. ARTÍCULO 52. DEPORTE Y RECREACIÓN.
- LEY 232 DE 1995 (DICIEMBRE 26) “POR MEDIO DE LA CUAL SE DICTAN NORMAS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES”.
- LEY 729 DE 2001. (DICIEMBRE 31). Por medio de la cual se crean los Centros de Acondicionamiento y Preparación Física en Colombia.

CAPÍTULO I SEGMENTACIÓN DE MERCADO

MINDBODY FIT está dirigida para la población de niños jóvenes y adultos, debido a que es una empresa formada y especializada para diseñar y planificar programas de entrenamiento físico tanto de forma personalizado como grupal, cuyo enfoque es mejorar la salud, el acondicionamiento físico de la persona, involucrando tanto metodologías, técnicas y entrenamientos modernos, que asociados al arte marcial(karate), brindaran mayores beneficios para los mismos, además de contar con el acompañamiento de un personal profesional de cultura física y de parte médica que llevarán controles y seguimientos, permitiendo al primero modificar los entrenamientos, y al segundo evaluar su estado tanto físico como mental.

La empresa prestará sus servicios para personas tanto activas como sedentarias, cuyo objetivo sea mejorar su estado y condición física, y calidad de vida para niños, jóvenes y adultos, que quieran mejorar sus habilidades motrices, aprender el arte marcial(karate), y ser más funcionales físicamente para la vida.

El servicio prestado será tanto personalizado como grupal, y también de manera virtual, respetando y cumpliendo con los objetivos que quiere alcanzar el usuario.

Así mismo al cliente se le brindaran una gran serie de beneficios que son:

- Mejorar la calidad de vida.
- Mejorar el nivel técnico en la ejecución de los movimientos y de sus capacidades físicas.
- Incrementar la autoestima.
- Mejorar el bienestar físico y emocional.
- Realizar controles físicos periódicamente para conocer la progresión del afiliado.
- Control con médicos profesionales.
- Planificar y estructurar planes de entrenamiento de acuerdo a los objetivos del cliente.

SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA	
Edad	10 años hasta 65 años
Sexo	Hombres y mujeres
Estado civil	Sin distinción

Nivel socioeconómico	Estratos 2 y 3
Ocupación	Sin distinción (debe tener los recursos necesarios para la adquisición del servicio)
Recursos	2 s.m.m.l.v promedio

SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA	
Estilo de vida	Activos - sedentarios
Preocupaciones	Obtener un estilo de vida saludable, verse y sentirse bien. Defensa personal
Personalidad	Sin distinción
Valores	Perseverancia, respeto.

SERVICIOS MINDBODY FIT

Los servicios que se ofertará el centro de entrenamiento MINDBODY FIT son clases virtuales o presenciales, clases grupales entre 8 a 12 personas máximo, rutina de

entrenamientos funcionales y clases de karate y por último los entrenamientos personalizados.

SERVICIO	TIPO	DESCRIPCIÓN
Sesión de entrenamiento funcional	Grupales	Son sesiones con grupos de 8 a 12 personas, enfocados a entrenamientos funcionales.
Sesión de karate	Grupales	Son sesiones con grupos de 8 a 12 personas, donde las sesiones son de relajación, defensa personal
Clase de entrenamiento funcional y karate	Personalizada	Son clases exclusivas que ofrecemos a nuestros usuarios para un mejor aprendizaje, mejor rendimiento y acondicionamiento físico y mental.

CAPITULO II PROPUESTA DE VALOR

La empresa brinda servicios que ayuden a complementar la necesidad de cada uno de nuestros clientes, las empresas siempre deben estar a la disposición para prestar un servicio de rutinas de entrenamiento e innovadores ya que no son los únicos que los brindan, como

por ejemplo Adidas tiene de competencia a Puma, Burger King a McDonald's, Visa y MasterCard, entre otras más empresas. Estas son algunas de las competencias que presenta MINDBODY FIT:

- Gimnasios.
- Centros en formación de calistenia
- Empresas de entrenamiento personalizado

ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

CUADRO COMPARATIVO OVERALL WORKOUT Y MINDBODY FIT

	OVERALL WORKOUT	MINDBODY FIT
SEMEJANZAS	• Entrenamiento funcional, Calistenia, Crossfit, Trx. • Rutinas de entrenamiento virtual y personalizada • Rutinas de entrenamiento virtual y grupal • Maquinaria y demás implementos • Cuentan con entrenadores, psicólogos, fisioterapeutas.	• Entrenamiento funcional, Calistenia, Crossfit, Trx. • Rutinas de entrenamiento virtual y personalizada • Rutinas de entrenamiento virtual y grupal • Maquinaria y demás implementos

DIFERENCIAS	• Precios • Pocos horarios a la semana • Los servicios que prestan son demorados • mejor • Maquinaria un poco desgastada • La primera sesión cobran	• Precios • Otra modalidad como lo es el Karate • Horarios de lunes a sábado • Los servicios que prestan son de respuesta rápida • Nuevas instalaciones • Maquinaria nueva • La primera sesión gratis
--------------------	--	---

CUADRO COMPARATIVO DE PRECIOS OVERALL WORKOUT Y MINDBODY FIT

OVERALL WORKOUT	MINDBODY FIT
------------------------	---------------------

• Una clase \$50.000 • Clase grupal on-line 1 sesión \$12.000 • Entrena en casa 8 sesiones x mes \$200.000 • Entrena en casa 12 sesiones x mes \$350.000 • Semi-personalizado 8 sesiones x mes \$270.00 • Semi-personalizado 12 sesiones x mes \$330.00 • Semi-personalizado ilimitado \$390.000 + 4 clases de Blackbox • Personalizado 8 sesiones x mes \$370.000 • Personalizado 12 sesiones x mes \$490.000 • Personalizado 16 sesiones x mes \$600.000	• Una clase gratis • Clase Grupal on-line gratis • Clase grupal online 1 sesión \$13.000 • Entrena en casa 12 sesiones x mes \$230.000 • Entrena en casa 16 sesiones x mes \$380.000 • Semi-personalizado 12 sesiones x mes \$300.000 • Semi-personalizado 16 sesiones x mes \$350.00 • Semi-personalizado ilimitado \$420.000 + 4 clases de Trx + 4 clases de Karate • Personalizado 12 sesiones x mes \$400.000 • Personalizado 16 sesiones x mes \$510.000 • Personalizado 20 sesiones x mes \$630.000
---	---

DIFERENCIA DE SERVICIO DE EMPRESA PROYECTO PERSONALIZADO CON LA COMPETENCIA

De acuerdo con los cuadros comparativos que se realizaron con la competencia que mostraron las semejanzas y diferencias con OVERALL WORKOUT, MINDBODY FIT menciona cinco ítems que puedan mejorar la calidad, bienestar, integridad y satisfacer la necesidad de nuestros clientes.

- Serán las clases personalizadas y grupales.
- Los precios que ofertamos en las sesiones son más asequibles para nuestros clientes.
- Contamos con más días de trabajo en la semana estaremos de lunes a sábado.

- Contamos con instrumentos nuevos de maquinaria y nueva modalidad como lo es el Karate.
- Contamos con entrenadores de Cultura Física Deporte y Recreación altamente calificados para dar un buen servicio.

MACROLOCALIZACIÓN

- El proyecto de la empresa MINDBODY FIT tendrá un lugar en Colombia, específicamente se encontrará situado en la ciudad de Bogotá y dentro de la localidad de Fontibón.
- Está empresa estará disponible para brindarles a nuestros clientes de la zona nuestros servicios de acondicionamiento físico.

MICROLOCALIZACIÓN

- Será en Bogotá D.C.
- En el barrio Refugio
- El centro de rendimiento se encuentra en esta dirección: Localidad de Fontibón Barrio Refugio Calle 23B no 122-21 Casa esquinera de 3 pisos con bodega.
- Fontibón, localidad número 9 de Bogotá.



ASPECTOS SOCIOECONÓMICO

- Según censos realizados en los últimos años a nivel nacional, en Bogotá habita una población de casi 8 millones de personas.
- Bogotá al contar con una gran población es uno de los puntos más importantes económicamente hablando de Colombia, allí las otras ciudades del país y zonas del mundo, se concentran para ejecutar canales de comercio.
- Bogotá en el 2019 significó un gran porcentaje del PIB en Colombia, lo que demuestra una progresión en la economía de acuerdo a las inversiones extranjeras con respecto a la productividad nacional, específicamente en la capital del país.
- El crecimiento en la economía capitalina demostró superioridad en los últimos 10 años frente al crecimiento de todo el sur del continente americano disminuyendo a su vez el desempleo en la ciudad.
- El buen comportamiento a nivel económico de Bogotá sobre todo en 2019, ha evitado en gran medida la inflación comparada con las principales ciudades del sur del continente.

ASPECTOS DE INFRAESTRUCTURA



tomado de: <https://www.valoraanalitik.com/wp-content/uploads/2019/09/8-razones-para-invertir-en-Bogot%C3%A1-ZFB.jpg>

- Los objetivos de la calidad del país se enfocan en el mejoramiento de aspectos importantes tales como, transporte, acueducto y alcantarillado, además de la revitalización del espacio público.

Psicográfico: Para la empresa MINDBODY FIT se promoverá la actividad física en todos los grupos poblacionales a través de entrenamientos funcionales y el karate, como métodos para mejorar las habilidades físicas, coordinativas, visuales manuales, visopedicas y generando un cambio a nivel emocional. También generando cambios a nivel corporal para tener más confianza y seguridad en ellos mismos

Conductual: La empresa MINDBODY FIT realizará, publicidad, folletos, promociones y días gratuitos para los clientes no inscritos y para los clientes fieles se les regalará bonos y premiará a los usuarios que tengan un mejor rendimiento o un mayor avance.

El proyecto presenta una segmentación demográfica y psicográfica. Evidenciando lo anteriormente expuesto, se identifica que requiere un mercado específico de personas que estén dentro del margen de edad de 10 a 65 años y que tengan la capacidad monetaria para poder adquirir los servicios de MINDBODY FIT además de la actitud para tomar el primer paso de mejorar su estilo de vida. Con MINDBODY FIT se busca mejorar la calidad de vida de sus usuarios, desde aspectos físicos y psicológicos relacionados con la actividad física y el deporte.

IDEA DE NEGOCIO

MINDBODY FIT nace a partir de la sinterización de componentes experienciales de cada uno de los desarrolladores de este proyecto, en cada uno de sus espacios laborales, estudiantiles y deportivos. La idea surge bajo la necesidad de un adecuado servicio por parte de los centros de acondicionamiento físico enfocado en el verdadero y puntual desarrollo de las capacidades físicas de sus afiliados, así como sus objetivos individuales. Por otra parte, hubo un gran deseo de añadir las artes marciales ya que agregan además de aspectos físicos componentes potencializadores del bienestar mental. Cada miembro del equipo se destaca en áreas específicas que podrán ser puestas para el bienestar físico y mental de cada afiliado.

PROPOSICIONES DE VALOR

Las proposiciones de valor creadas para la satisfacción de todos nuestros clientes son las siguientes:

- Valoración y respectiva evaluación funcional de cada afiliado para identificar los posibles aspectos físicos y barreras que impidan la realización de actividad física y entrenamiento deportivo, así como la planificación de una nutrición adecuada para cada objetivo. Además, constituye un punto de comienzo y mejora para identificar los avances del entrenamiento.

- MIND BODY FIT contará con personal capacitado que ayudará a sus afiliados en aspectos como la psicología deportiva y así crear bienestar de tipo psicológico y consecución de metas relacionadas con la actividad física.
- Todo el personal que preste servicios de salud y entrenamiento deportivo dentro de MINDBODY FIT debe ser profesional en su área, lo que permitirá la confianza de los afiliados en cuanto a la realización de cualquier práctica física o psicológica.
- Cada afiliado tendrá la posibilidad de acceder a 1 clase personalizada y una consultoría de progreso mensual totalmente gratis.
- Todos los afiliados tendrán acceso al servicio de agua potable totalmente gratis, para su correcta hidratación durante las sesiones físicas.
- MINDBODY FIT será sede de esporádicas competencias de karate para el correcto desarrollo deportivo de los clientes que así lo deseen.
- Una vez al mes se realizarán caminatas ecológicas en distintas zonas de Bogotá, con los afiliados que lo deseen.
- MINDBODY FIT de acuerdo al análisis de competencia presenta una propuesta de menor precio para acoger a más grupos poblacionales.
- MINDBODY FIT regalara al afiliarse una camiseta distintiva del centro deportivo y un botillito para que cada uno de los afiliados lo pueda usar dentro o fuera de las instalaciones y se sienta como todo un GUERRERO.
- Cada afiliado de MINDBODY FIT podrá adquirir totalmente gratis una calcomanía para su motocicleta, bicicleta o automóvil.

MINDBODY FIT se considera una empresa promotora, formadora, incentivadora y generadora de estilos de vidas saludables, que toma como base la actividad física como factor principal. Por tal el servicio que se prestará, estará enfatizado en diferentes campos y entrenamientos relacionados con el trabajo físico, como la Calistenia, el TRX y el Crossfit, que servirán como complemento para la práctica del arte marcial (Karate), deporte que tiene objetivos tanto para mejorar las capacidades y habilidades motoras como generar cambios a nivel mental, de manera que el servicio prometerá una gran diversidad de beneficios y ventajas para cada usuario.

La empresa aspira a ser reconocida a nivel competitivo frente a las otras empresas de la ciudad de Bogotá, incentivando a todos las personas que por cualquier razón no puedan ser

partícipes en los otros centros de entrenamiento, y así puedan tomarse como referencia y como la mejor opción, logrando satisfacer sus necesidades y generando bienestar.

Los centros de entrenamiento físico en la actualidad han ido evolucionando y empezado a ocupar un gran espacio frente a los otros mercados, pues debido al cambio tanto laboral como nutricional que ha tenido el ser humano, se han presentado y originado una serie de maleficios que han logrado enfermar y afectar la vida de las personas, dejando la salud en tanto física como mental en un segundo plano. Como solución las personas toman como ayuda estos centros de entrenamientos como método para mejorar su estado físico como mental, consiguiendo cambiar su estilo de vida. Por consiguiente, nuestros servicios deben alcanzar los mejores estándares, la mejor calidad tanto en personal como en instalaciones, de tal modo que nuestros clientes sientan conformes y complacidos con el servicio que se les ofrecerá, además contar con la oportunidad de que ellos mismos promocionan nuestra empresa voz a voz, cabe destacar que ellos mismo serán los pioneros para que se puedan realizar ajustes y correcciones o posibles deficiencias que tenga la misma, y así mismo permitimos desarrollar e implementar nuestras estrategias para mejorar la calidad de la misma.

Cabe resaltar que los precios que manejaremos estarán ajustados para que la población a la que se le va prestar el servicio, se sienta a gusto y conforme, alcanzando superar sus expectativas y el cumplimiento de sus necesidades.

SERVICIO

Todos los entrenamientos de Calistenia, TRX, Crossfit, y Karate, estarán bajo la dirección y control de los instructores sobre los clientes, donde serán vitales para coordinar los mismos, observarlos, enseñarlos y corregirlos en el momento respectivo, brindando siempre la mejor energía durante la realización de las sesiones al usuario, y así el cliente se pueda acoplar y entrenar de la manera más cómoda, para la consecución de sus objetivos, además generar el mayor respeto usuario- instructor o instructor- usuario fuera y dentro del centro de entrenamiento.

El plan de servicios de la empresa se pagará por mes, y dentro del mismo se determinará el número de sesiones y los tipos de entrenamiento que el usuario quiera recibir, de igual manera el servicio será prestado por profesionales en Cultura Física, Deporte Y Recreación, acompañado de un personal médico especializado, para generar seguimientos y controles médicos a los usuarios.

La infraestructura y materiales de trabajo, cumplirán las expectativas y necesidades del usuario, pues serán de una alta calidad y permitirán llevar a cabo cada una de las modalidades de entrenamiento, permitiendo resultados óptimos y seguros.

Estrategias de distribución y mercadeo

- El cliente fiel, recibirá descuentos para las próximas inscripciones.
- Día gratis, cualquier persona que no esté inscrita y quiera conocer las sesiones de entrenamiento podrá tomarlo.
- sábados con acompañamiento, permitiendo al usuario inscrito al programa, que pueda traer a un amigo o familiar, y así mismo darnos la oportunidad de que este tome la opción de comprar nuestros servicios.
- Utilización de las redes sociales para promocionar nuestra empresa.
- Metodologías y pedagogías actualizadas para brindar un servicio más actualizado.
- Implementación de materiales modernos o de la actualidad

CAPÍTULO III CANALES

- **CANALES DE COMUNICACIÓN Y CONTACTO CON EL CLIENTE**
- **FASES DE LOS CANALES**

Fase de información: Se realiza una búsqueda de las posibles soluciones para su problema o necesidad que tenga nuestro cliente.

Fase de evaluación: Se analiza en detalle la información que se ha recopilado, se considera las distintas alternativas de acuerdo con los beneficios que ofrecen y el presupuesto disponible.

Fase de compra: Es cuando se toma la decisión de adquirir el producto o servicio y luego se procede a ubicar a los sitios de venta.

Fase de entrega: Es cuando ya el cliente tiene en sus manos el producto o el servicio que se le está ofreciendo.

Fase de postventa: Es cuando se obtiene atención personalizada en referencia al bien o servicio después de haberlo recibido, ya sea por solicitud realizada o por iniciativa de la propia empresa.

- 10-Qué Son Los Canales Virtuales, Cuantos Existen (Descríbanlos) Y Cuales Usaran Para Contactar A Sus Clientes

Un canal virtual se llama cuando los productos o servicios son comercializados a través de las plataformas digitales, ejemplo se puede realizar la compra de su servicio de entrenamiento en línea desde la comodidad de su hogar.

CANALES VIRTUALES:



Tomado de: <https://d20ga1agp72kf9.cloudfront.net/bewe/blog/2019-04-marketing-en-redes-sociales-full.jpg>

Redes sociales: Es un medio que nos permite atraer clientes para nuestra empresa como lo es Facebook, Instagram y YouTube. Utilizaremos estas redes ya que son muy comunes hoy en día para las personas y son de muy fácil acceso, ya que en

esas redes encontrarán sesiones virtuales en vivo, planes de entrenamiento, rutinas y diferentes actividades, las actividades o ejercicios que nuestros clientes se les dificulte hacer nosotros tendremos los videos en YouTube de la técnica para hacer los ejercicios adecuados.

El Email Marketing: Se utiliza su contenido más atractivo para poder llamar la atención de clientes por medio de imágenes, videos, gifs, entre otros recursos.

Los Blogs y las Páginas web: Son los principales canales para llegarle a nuestros clientes a través de la estrategia de marketing digital y se han convertido en uno de los blogs más populares en la web, y así motivarlos para que lleguen a nuestra empresa MINDBODY FIT.

SEO -Search Engine Optimization. Se trata del proceso que, mediante un conjunto de técnicas, permite mejorar el posicionamiento de una página web en buscadores para lograr así aumentar la visibilidad y el tráfico obtenido por este medio. “El cual busca mejorar el posicionamiento de estos en los diferentes buscadores a través de un conjunto de tácticas, lo cual permitirá aumentar la visibilidad de tu sitio web y obtener un mayor número de visitas”. *5 CANALES DE MARKETING DIGITAL.* (s. f.)

Los 2 canales virtuales que aplicaremos nosotros en MINDBODY FIT serán las redes sociales más que todo en Facebook, Instagram y YouTube y el E-mail donde se encontrará la información de cada uno de nosotros.

5 CANALES DE MARKETING DIGITAL. (s. f.)

CANAL FÍSICO:

El canal Físico que MINDBODY FIT utilizara es cuando nosotros les hacemos llegar la información de nuestros servicios a los clientes, los cuales tendremos la venta en físico, ya sea en nuestra tienda o nuestros vendedores que visitan a los clientes o clientes que visiten la tienda.

Se aplicarán 2 canales físicos uno por folletos y el otro por llamada.

El canal de folletos:

Es donde se encontrará una breve descripción del lugar, las actividades que se realizan, las rutinas y los números telefónicos para que se comuniquen.

Canal vía telefónica:

Nos comunicaremos con nuestros clientes cuando nos visiten a la tienda y nos dejan sus números para luego comunicarnos con ellos y hablarles acerca de los planes de sesión que se trabajarán ese día, semana y el mes, también se realizarán diferentes actividades.

Canal vía correo electrónico:

Nos comunicaremos con nuestros clientes cuando nos visiten en la tienda por si algún motivo no nos podría dejar el número de celular, utilizaremos la vía del correo electrónico para que nosotros así le informemos al cliente de las sesiones, rutinas y entrenamientos que se estarán realizando a la semana y también así informarles de los precios de los servicios que el cliente vaya a tomar.

APLICACIÓN DE 5 PRINCIPIOS PARA UNA ATENCIÓN DE EXCELENCIA EN MINDBODY FIT

1. Responde rápido, aún sin tener una solución

En el momento de prestar un servicio debemos actuar de una manera rápida, si se presenta un inconveniente darle solución de inmediato.

2. Habla como una persona real

Es el diálogo que se establece entre el cliente y el entrenador para realizar sus rutinas de ejercicio.

3. Personaliza siempre las respuestas

A cada cliente se le debe brindar su propio entrenamiento de acuerdo a las necesidades que tenga el cliente.

4. Sé realista

Es decirle al cliente que tiempo que va tomar para mejorar su estado físico y salud

5. Piensa siempre como el cliente

Piensa mejorar su estado físico y salud que es el principal objetivo de cada uno de los clientes.

PERCEPCIÓN DEL SERVICIO MIND BODY FIT

MIND BODY FIT se encargará de seleccionar, organizar e interpretar las impresiones del cliente identificar plenamente la satisfacción del cliente con el servicio. Por otra parte, desde una perspectiva psicológica se tendrán en cuenta componentes tanto el experiencial como la capacidad sensorial de cada individuo.

De acuerdo a la teoría de Michael Porter donde el producto o servicio debe poseer un gran Plus diferenciador de su competencia, MINDBODY FIT contará con componentes de mejora física y funcional basándose en entrenamientos clave para la consecución de estos objetivos además de la implementación y enseñanza del karate como agente diferenciador; de esta manera se espera el incremento de percepciones positivas por parte de nuestros clientes.

EVALUACIÓN

- Generamos comunicación con el cliente tomando como base sus opiniones y críticas acerca de los servicios, además de escuchar sus

La evaluación del servicio se realizará generando comunicación con el cliente tomando como base sus opiniones y críticas acerca de los servicios, además de la comunicación asertiva identificando sus necesidades y analizando sus posibles propuestas y así potenciar y solucionar puntos débiles que el cliente pueda notar. MINDBODY FIT contará con buzones de sugerencias donde los clientes podrán expresar sus opiniones. Por otra parte, cada mes se realizará un análisis de cumplimiento de objetivos de cada cliente.

POST-VENTA

- Es la parte de la atención al cliente que reúne todas las estrategias pensadas para mejorar la experiencia después de la compra y mantener una relación duradera con los clientes, siempre correspondiendo a sus necesidades y expectativas.

para proveer soporte postventa a nuestros clientes se hace:

- Seguimiento y estar siempre en contacto con el cliente, para que podamos conocer sus opiniones sobre la empresa y al mismo tiempo darle a entender que la quiere seguir cumpliendo con satisfacer sus necesidades.
- Crear un programa de fidelización, otorgando al cliente alguna recompensa o beneficio, y así mismo lograr que siempre compre nuestros servicios.
- Mantendremos informado al cliente sobre el lanzamiento de nuevos servicios, o cambios que se vayan a realizar en la empresa
- Enviar regalos en fechas especiales, para tener una relación más cercana al cliente, y demostrar el aprecio que tenemos sobre él.

PROTOCOLO DE SERVICIO CON EL CLIENTE

1. Tener una relación afectiva con el cliente, fomentando el respeto conjunto.
2. Los trabajadores deberán cumplir con su trabajo de manera honesta, ser disciplinados, aprovechar su conocimiento y aplicarlo de manera correcta
3. Escuchar al cliente, y aceptar todas sus opiniones o críticas frente a la empresa, ya que son las que permitirán corregir o mejorar la calidad del servicio.

Acceso a un servicio de calidad

4. Fomentar el respeto como eje fundamental para la armonía en las instalaciones.
5. El pago oportuno de la inscripción permitirá el inicio oportuno y adecuada continuidad del proceso e ingreso en las instalaciones.
6. Se recomienda el uso adecuado y cuidado de los materiales
7. No se permitirá el uso de los equipos y materiales de entrenamiento fuera de las instalaciones.

HORARIOS DE ATENCIÓN DE MINDBODY FIT

Hora	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado
7:00 a 8:00 am	Calistenia	Entre funcional	Calistenia	Calistenia	karate	Trx
8:00 a 9:00 am	Trx	Calistenia	Trx	Entre funcional	Crossfit	Karate
3:00 a 4:00 pm	Crossfit	Trx	Entre funcional	Crossfit	Entre funcional	Crossfit
4:00 a 5:00 pm	Entre funcional	Crossfit	Crossfit	Trx	Calistenia	Trx
6:00 a 7:00 pm	Karate	Calistenia	Trx	Karate	Crossfit	Calistenia
7:00 a 8:00 pm	Calistenia	Karate	karate	Entre funcional	karate	Entre funcional

- EL PRECIO DEL SERVICIO

- Según la zona y el estrato donde se ubicará la empresa, los precios se ajustarán, para que sean de fácil acceso y asimismo brinden un servicio de buena calidad al usuario. La empresa saldrá más beneficiada y le permitirá tener más clientela

RELACIÓN CON LOS CLIENTES

La relación que vamos a tener con nuestros clientes va a ser por vía telefónica o por el uso del WhatsApp, para así estar informando las actividades o eventos que se realizarán cada día de la semana y así estaremos al tanto de nuestros clientes.

FORTALECIMIENTO DE LA COMUNICACIÓN.

El fortalecimiento se hará con el cliente tanto presencial como virtual y por eso estaremos muy pendiente de lo que necesiten ellos ya que se pueden comunicar con nosotros por medio de WhatsApp, vía telefónica o por el correo de nuestra empresa. Nosotros crearemos un grupo de WhatsApp con nuestros clientes y los que no nos puedan facilitar el número de celular les escribiremos por vía correo y manejaremos el mismo protocolo de atención, para así poderles estar informando de clases de entrenamiento, rutinas y diferentes actividades. También estaremos pendientes de nuestros clientes en cualquier cosas que nos necesiten ya sea para un trabajo de recuperación o fortalecimiento de una zona específica.

CAPTACION DE CLIENTES

1. Comunicarse con el cliente de manera positiva y motivadora. con ellos que sea agradable y a gusto
Utilizar canales de comunicación diversos para que sea más agradable la interacción con el cliente
2. Conocer muy bien los objetivos del cliente
Conocer las necesidades del cliente a futuro
3. Conocer las quejas de los clientes y dialogar
4. Mantener siempre en contacto con ellos
5. Ganarnos la confianza y el compromiso que tenemos con ellos
Crear un vínculo de respeto y confianza con nuestros clientes

ESTIMULACIÓN DE LAS VENTAS POR ASISTENCIA PERSONAL

1- Se realizarán descuentos y se darán bonos para las próximas inscripciones, para los clientes que lleguen a tener fidelidad a la empresa.

1- Los descuentos y bonos se obsequiarán a aquellos usuarios que lleven más de 4 meses inscritos al establecimiento, de tal manera que este siga con la empresa, continúe su proceso de entrenamiento y siempre esté satisfecho. Logrando marcar en el usuario cierta fidelidad.

2- Cliente que traiga una persona para inscribirse a la empresa recibirá 2 sesiones) Los clientes que consigan inscriptores nuevos, tendrá la oportunidad de recibir 5 sesiones más totalmente gratis, tendrá más sesiones gratis dependiendo del número de personas que traiga a la empresa

MOMENTO DE VERDAD

Es el primer momento en que nuestra empresa tiene contacto con el cliente, este debe ser muy positivo y siempre motivador, debido a que el cliente desconoce las estrategias, procesos, problemas o éxitos de la misma, solo conoce lo que la empresa le brindará a él o ella.

- Todo el personal de la empresa está en la obligación de respetar al cliente, incentivarlo y motivarlo, para que compre nuestro servicio. respetar sus opiniones y críticas frente a la empresa.

FLUJO DE INGRESOS

Como afirma Chris Joseph (2016) la estrategia de penetración en el mercado representa la medida del porcentaje de volumen de ventas de un producto existente (para el caso de MINDBODY FIT es la adquisición de un servicio) o alcances del negocio en relación con la competencia.

- Ajustes de precio: Al ofrecer el servicio con más sesiones de entrenamiento lo que busca MINDBODY FIT es generar mayor volumen ventas aumentado un poco el precio con nuestra competencia, puesto que aumentará el número de servicios adquiridos por los clientes unidades adquiridas, ya que los precios serán más atractivos para los clientes ya que tendrán más rutinas de entrenamiento, en comparación a los ofrecidos por la competencia.
- Lanzar un nuevo servicio: se busca crear un entorno favorable para nuestro cliente, lo cual se verá reflejado no solo en la adquisición del servicio que nuestro cliente desee tomar con los entrenamientos funcionales o de artes marciales, sino también para así contar con su compromiso y fidelidad con MINDBODY FIT.

RECURSOS CLAVE:

Instalaciones



MINDBODY FIT estará ubicado en la localidad de Fontibón Barrio Refugio Calle 23B no 122-21 Casa esquinera de 3 pisos con bodega, que contará con un área de 102m2, que contará con un área de entrenamiento funcional comprendido por barras, pesos libres, colchonetas, entre otros, además áreas libres y de un área específica para el aprendizaje del karate comprendido por un tatami y demás implementos necesarios para la óptima realización de este deporte. Por otra parte, se contará con un espacio de evaluación funcional que contará con una báscula, camilla, metros, equipos de primeros auxilios, entre otros.

RECURSOS HUMANOS

MINDBODY FIT contará con entrenadores, psicólogos y fisioterapeutas altamente capacitados para la atención al usuario. Asimismo, para poder ser parte del equipo MINDBODY FIT el personal deberá ser PROFESIONAL y debe demostrar sus aptitudes para la correcta atención y desempeño en su área laboral. Los clientes podrán tener tranquilidad de los planes de entrenamiento propuestos para sus objetivos trazados, por lo anteriormente expuesto. En adición, el personal velará por la plena satisfacción del cliente teniendo en cuenta sus gustos, objetivos y posibles limitaciones basados en el principio de individualización, progresión y especificidad del entrenamiento deportivo.

CAPTACION DE NUEVOS CLIENTES

El proceso de captación de nuevos clientes comenzará en primer lugar con el sistema de voz a voz, creemos que un cliente satisfecho recomendará por su propia cuenta un producto o servicio, para ello será clave que el cliente se sienta a gusto y pueda verdaderamente cumplir sus objetivos wellness. Por otra parte, será importante la implementación de publicidad por medio de redes sociales, así como la creación de ofertas que atraigan la atención de nueva clientela.

¿Cómo vamos a mantener a nuestros clientes?

Para mantener a nuestros clientes, se implementarán estrategias comerciales donde por cierta cantidad de sesiones pagadas, habrá un descuento específico en las siguientes, además, se creará un club deportivo para las personas que así lo deseen para generar un espacio competitivo en karate y “alta intensidad” así como el proceso de integración y adherencia a partir del deporte y la actividad física.

¿Cómo vamos a fidelizar a nuestros clientes?

En primer lugar, mantener la motivación hacia la realización de actividad física y entrenamiento deportivo será un componente fundamental para la fidelización de nuestros clientes, mantener canales de comunicación activa donde haya recordatorios y confirmaciones de los espacios de entrenamiento con la ayuda de medios tecnológicos (SMS, llamadas y redes sociales). En segundo lugar, los clientes poseerán un espacio virtual donde identificarán su progreso desde el primer día en MINDBODY FIT. Por último, cada cierto tiempo se darán obsequios como pequeñas cartas de ánimo para cada cliente, así se sentirán especiales, valorados y aun mejor que no están solos para la consecución de sus objetivos wellness, así como en el karate.

ACTIVIDADES CLAVE:

A continuación, se encontrarán cada una de las actividades que se ejecutarán en MINDBODY FIT para el beneficio de cada uno de los usuarios.

Instructores: Son los encargados de realizar, controlar y modificar los planes de entrenamiento de los usuarios. También de verificar y corregir técnicas durante la sesión.

Médico: Encargado de llevar el control a nivel físico y mental del cliente, verificando que su cuerpo siempre esté en un estado óptimo pre-durante-post entrenamiento, así se puede disminuir el riesgo de lesiones articulares o musculares.

ASOCIACIONES CLAVE:

Nombre de la empresa: Kiryoku Karate



Tipo de alianza: coopetition

Beneficios: promoción ante el mercado y la población

Razón: La alianza con Kiryoku Karate permitirá mostrarnos ante el mercado, debido a que los primeros meses la empresa necesitará una gran promoción, de tal manera que se asegure una muy buena clientela, para que la empresa empiece a producir y poder ver resultados positivos.

Nombre de la empresa: HANA DEPORTIVAS



Tipo de alianza: Cliente-proveedor

Beneficios: vendedor de material.

Razón: La empresa Hana deportivas, nos servirá como proveedor de nuestros materiales, debido a su gran calidad y buenos precios. Esta alianza nos permitirá obtener los materiales más rápidamente, y a mejores precios para así mismo economizar y utilizar el dinero ahorrado para otros gastos de la empresa

ESTRUCTURA DE COSTOS

La empresa MINDBODY FIT indicará en la siguiente tabla la parte financiera donde se mostrarán Costos Fijos, Costos Variables, Punto de equilibrio.

COSTOS FIJOS: Los costos fijos son los que van hacer durante el año y no van a variar su valor.

Arriendo	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000	2.100.000
Servicios publicos	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000	380.000
mantenimiento	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000	1.000.000
Equipos de sonido	2.000.000	166.666	166.666	166.666	166.666	166.666	166.666	166.666

- **COSTOS VARIABLES:** Los costos variables se hallará el valor unitario, ya que cambian de acuerdo a la actividad de la empresa MINDBODY FIT, donde llegará atender 80 personas al día.

IMPLEMENTOS	VALOR UNITARIO	CANTIDAD	CICLO DE VIDA EN MESES	CANTIDAD DE USUARIOS	COSTO VALOR UNITARIO
TATAMI	250.000	2	12	80	521
CHACOS	60.000	10	12	80	625
PALETAS	36.000	10	12	80	375
KIMONOS	80.000	20	12	80	1.667
PELOTAS FITBALL	35.000	10	12	80	364
COLCHONETAS	40.000	20	12	80	833
BASTONES	50.000	10	24	80	260
ACONDICIONAMIENTO FISICO PARA ESTAR BIEN					
BARRAS	200.000	10	24	80	1.042
CAMINADORAS	1.600.000	5	60	80	1.667
ELIPTICAS	1.500.000	5	60	80	1.562
DISCOS	200.000	10	16	80	1.562
PESOS LIBRES	100.000	10	16	80	781
BANDAS DE RESISTENCIA	100.000	10	24	80	521
NEUMATICO DE TRACTOR	500.000	2	60	80	208
TRX	200.000	10	24	80	1.041
ADICIONALES					
SUELDO PROFESORES	1.500.000	1	1	80	18.750
TELEVISORES	2.000.000	3	60	80	1.250
SALON DE ESPEJOS	2.500.000	2	60	80	1.041
TOTAL COSTO VARIABLES	11.151.000		TOTAL COSTOS VARIABLES UNITARIOS		34.070

EVALUACION FINANCIERA

PUNTO DE EQUILIBRIO: Se realizará mediante la siguiente fórmula que presentaremos a continuación.

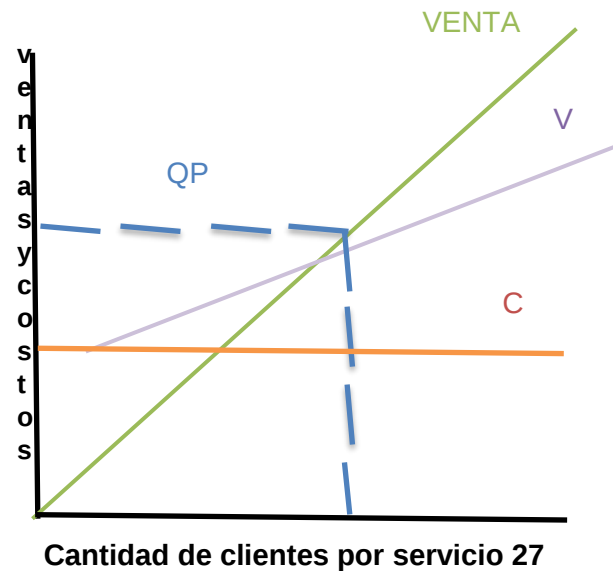
$$QPE = \frac{CF}{(P - Vu)}$$

$$QPE = \frac{8.700.000}{(359.000 - 34.070)}$$

$$QPE = \frac{8.700.000}{324.930}$$

$$QPE = 27$$

Usuarios por servicio



- Para la empresa MINDBODY para lograr su punto de equilibrio debe atender mínimo a 27 clientes por servicio; para recibir \$9.693.000 para lograr cubrir sus costos fijos y variables que se generan en la empresa. y así mantenernos en el mercado y poder competir con las demás empresas.

PUNTO DE EQUILIBRIO

Para toda empresa y más aún para MINDBODY FIT es de vital importancia el adecuado establecimiento del punto de equilibrio, según Bedoya (2018):

Estudiar el comportamiento y la relación entre ingresos totales y costos totales, a medida que ocurren cambios en las unidades vendidas, el precio de venta, el costo variable por unidad o los costos fijos de un producto.

$$\text{Punto de equilibrio} = \frac{\text{Gran total de gastos}}{\text{número justo de inscripción}}$$

$$PF = \frac{28.774.400}{}$$

$$PE = 959.147 \quad (\text{p. 63})$$

- COSTOS FIJOS PARA PERSONAL**

Administrador contable	1	Contará c
Entrenadores	5	Contará c + primas Fondo de
Secretaria	1	Contará c + Dotació

- COSTOS DE LA EMPRESA**

COD.	CARGO	PRECIO PROM.	CANT.	COSTOS FIJOS PROM
F1	Gerente general	\$2.000.000	1	\$2.000.000
F2	Administrado contable	\$1.000.000	1	\$1.000.000
F3	Entrenadores	\$1.000.000	5	\$5.000.000
F4	Secretaria	\$1.200.000	1	\$1.200.000
F5	Medico	\$2.400.00	1	\$2.400.00
F6	Personal del aseo	\$981.000	2	\$1.962.000
F7	Personal del mantenimiento	\$950.000	2	\$1.900.000
F8	Arriendo	\$2.100.00	1	\$2.100.000
Total costos fijos				\$17.562.000

- COSTOS VARIABLES**

COD.	CENTRO DE COSTOS	PRECIOS PROM	CANT.	COSTOS VARIABLES PROM
V1	Publicidad	\$1.000.000	1	\$1.000.000
V2	Mantenimiento material	\$200.000	1	\$200.000
V3	Imprevisto 10%	\$1.360.000	1	\$1.360.000
TOTAL COSTOS VARIABLES				\$2.560.000

- COSTOS VARIABLES RECURSOS TÉCNICOS**

IMPLEMENTOS	CANTIDAD	UNIDAD VALOR	TOTAL
TATAMI	2	200.000	400.000
CHACOS	10	60.000	600.000
PALETAS	10	36.000	360.000
KIMONOS	20	50.000	1.000.000
PELOTAS FITBALL	10	30.000	300.000
COLCHONETAS	12	40.000	480.000
BASTONES	10	50.000	500.000
BARRAS	10	200.000	2.000.000
CAMINADORAS	3	1.600.000	4.800.000
ELIPTICAS	3	1.500.000	3.000.000
DISCOS	10	200.000	2.000.000
PESOS LIBRES	10	100.000	1.000.000
BANDAS DE RESISTENCIA	10	100.000	1.000.000
NEUMATICO DE TRACTOR	2	300.000	600.000
TRX	10	160.000	1.600.000
		TOTAL	19.640.00

IMPREVISTOS:

- $\text{Imprevistos} = \text{Total gastos fijos} + \text{Total gastos variables} \times 10\%$
- $= 17.562.000 + 2.560.000 \times 10\%$
- $= 2.012.200$

GANANCIAS:

- $\text{Total, gastos fijos} + \text{Total gastos variables} + \text{Imprevistos} \times 30\%$
- $= 17.562.000 + 2.560.000 + 2.012.200 \times 30\%$
- $= 6.640.200$

GRAN TOTAL DE GASTOS:

- $\text{Total, gastos fijos} + \text{Total gastos variables} + \text{Imprevistos} + \text{Ganancia}$
- $= 17.562.000 + 2.560.000 + 2.012.200 + 6.640.200$
- $= 28.774.400$

BALANCE GENERAL

MINDBODY FIT			
Balance			
Activo			
Activo corriente:			
Efectivo		\$ 0	
Cuentas por cobrar	\$ 0		
Menos: Reserva para incobrables	0	0	
Inventario de mercancías			
Banda total traninig		3,970,000	
membrecías		<u>55,029,000</u>	
Total activo corriente			\$ 58,999,000
Activo fijo:			
Bienes muebles	<u>78,135,000</u>		
Menos:		78,135,000	
Equipos	0		
Menos: Depreciación acumulada	0	0	
Bienes inmuebles	0		
Menos: Depreciación acumulada	0	0	
Terrenos		<u>0</u>	
Total activo fijo			78,135,000
Otro activo:			
Valor llave		<u>0</u>	
Total otro activo			<u>0</u>
Activo total			<u>137,134,000</u>

Pasivo y patrimonio			
Pasivo corriente:			
Cuentas por pagar			
Impuestos sobre las ventas	4,440,789		
Impuestos sobre salarios	0		
Sueldos devengados	15,462,000		
Ingresos no percibidos servicios	1,800,000		
	600,000		
Préstamos bancarios por pagar a corto plazo	2,858,900		
Pasivo no corriente:			
total crédito por pagar	39,182,500		
Total pasivo no corriente			39,182,500
Pasivo total			64,344,189
Patrimonio:			
Patrimonio neto	0		
Utilidad neta	26,894,940		
Total patrimonio			26,894,940
patrimonio			\$ 26,894,940

BANDA TOTAL TRAINING			
SERVICIO	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Servicio 3	5	380.000	1.900.000
Servicio 5	3	350.000	1.050.000
Servicio 8	2	510.000	1.020.000
Gran total	10		3.970.000

MENSUALIDADES			
SERVICIOS	CANTIDAD	VALOR	TOTAL
Servicio 1	21	13.000	273.000
Servicio 2	22	230.000	5.060.000
Servicio 3	20	380.000	7.600.000
Servicio 4	25	300.000	7.500.000
Servicio 5	15	350.000	5.250.000
Servicio 6	15	420.000	6.300.000
Servicio 7	10	400.000	6.000.000
Servicio 8	15	510.000	7.650.000
Servicio 9	15	630.000	9.450.000
Total			55.029.000

CARGO	PRESTACIONES	SUELDO	TOTAL
Gerente		2.000.000	2.000.000
Administrador contable		1.000.000	1.000.000
Entrenadores 5		1.000.000	5.000.000
Medico		2.400.000	2.400.000
Secretaria	192.000	1.008.000	1.200.000
Pesonal de aseo 2	313.920	1.648.080	1.962.000
Personal de mantenimiento 2	304.000	1.596.000	1.900.000
TOTAL NOMINA			15.462.000

Facturación de la venta de servicios de Bodytech

VENTA	19.736.842
IVA 19%	3.750.000
RTF 2.5%	493.421

Totales del pasivo y activo	Total
Total pasivo	25.161.689
Total activo	58.999.000

Impacto económico

INGRESOS	EGRESOS
Inflacion: 6%	Inflacion: 6%
Crecimiento en ventas: 2%	Crecimiento en ventas: 2%

Flujo de Caja - Evaluación financiera.

MES	INGRESO	EGRESO	SALDO
ENERO	\$ 28,774,400	\$17,562,000	\$ 11,212,400
FEBRERO	\$ 29,349,888	\$18,088,860	\$ 11,261,028
MARZO	\$ 29,936,886	\$18,631,526	\$ 11,305,360
ABRIL	\$ 30,535,623	\$19,190,472	\$ 11,345,152
MAYO	\$ 31,146,336	\$19,766,186	\$ 11,380,150
JUNIO	\$ 31,769,263	\$20,359,171	\$ 11,410,091
JULIO	\$ 32,404,648	\$20,969,946	\$ 11,434,701
AGOSTO	\$ 33,052,741	\$21,599,045	\$ 11,453,696
SEPTIEMBRE	\$ 33,713,796	\$22,247,016	\$ 11,466,780
OCTUBRE	\$ 34,388,072	\$22,914,427	\$ 11,473,645
NOVIEMBRE	\$ 35,075,833	\$23,601,859	\$ 11,473,974
DICIEMBRE	\$ 35,777,350	\$24,309,915	\$ 11,467,434

TIR- Tasa Interna Del Entorno

Propiedad	78.135.000
Inventario	2.740.000
Total, inversión	80.875.000

Total, inversión	80.875.000
Enero	-11.212400
Febrero	-11.261028
Marzo	-11.305360
Abril	-11.345152
Mayo	-11.380150
Junio	-11.410091
Agosto	-11.434701
TIR	2637%

- **LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO (CANVAS)**



REFERENCIAS

Bedoya, V. H. F.(2018). Punto de equilibrio y su incidencia en las decisiones financieras de empresas editoras en Lima. *Quipukamayoc*, 26(52), 95-101.

Cenarruzabeitia, J. J. V., Hernández, J. A. M., & Martínez-González, M. Á. (2003). Beneficios de la actividad física y riesgos del sedentarismo. *Medicina clínica*, 121(17), 665-672.

Díaz, B., & Andrea, L. Cuerpo y movimiento como herramienta de adherencia en la Actividad Física en niños, jóvenes y adultos mayores en Ciudad Bolívar.

Ferreira-Herrera, D. C. (2015). El modelo Canvas en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & desarrollo*, 23(107).

Padrón, Á. G., Rojo, A. C., & Valdés, R. M. (2016). Desarrollo de la cohesión grupal en deportistas de Karate-do mediante espacios de reflexión. *Arrancada*, 16(29), 96-105.

Salamanca Medina, L. Y. (2019). Plan de negocios para la creación de la academia de karate en Tunja con nombre" Dojo no seikatsu".

Vilca Sagástegui, G. R. (2014). Plan de negocios para la creación de una escuela de talentos en el distrito de San Juan de Miraflores.

World Health Organization. (2013). *OMS | Actividad física*. WHO.INT.
<https://www.who.int/dietphysicalactivity/pa/es/>.

World Health Organization: WHO. (2020). La OMS y el Comité Olímpico Internacional se unen para mejorar la salud a través del deporte. Who.int.
<https://www.who.int/es/news-room/detail/16-05-2020-who-and-international-olympic-committee-team-up-to-improve-health-through-sport>

W.U.K.O. (1989). “LE KARATE DANS LE MONDE: KARATE IN THE WORLD”. Editado por WUKO. (Unión Mundial de Karate).

5 CANALES DE MARKETING DIGITAL. (s. f.). Next U. Recuperado 9 de diciembre de 2020, de <https://www.nextu.com/blog/canales-marketing-digital/>.