Physical Assesment Center

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

SERGIO DAVID BELTRAN

VANESA CAROLINA LOMBANA

DANIEL ELIAS RODRIGUEZ

Asesor:

JUAN CARLOS CORREDOR

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación
Bogotá D.C.
2023

Tabla de contenido

Introducción 2
Logotipo 5
Slogan 6
Misión 6
Visión 7
Fundamentación Humanista 7
Investigación de Mercados 8
Capítulo I: Proposiciones de valor 15
Capítulo II: Segmentos de mercado 18
Capítulo III: Canales 19
Capítulo IV: Relación con clientes 22
Capítulo V: Ingresos 24
Capítulo VI: Recursos claves 26
Capítulo VII: Asociaciones claves 29
Capítulo VIII: Actividades claves 32
Capítulo IX: Estructura de costos 35
Capítulo X: Evaluación financiera 38
Referencias 42

Introducción

En el siguiente documento se presenta un proyecto de actividad física de carácter económico, enfocado en la búsqueda del bienestar y la salud de las personas, con las que se trabajan, específicamente desde la parte física ayudando a la prevención de factores de riesgo hacia enfermedades no transmisibles, sin embargo, también se desarrolla desde la parte mental ya que se ayuda a conocer el cuerpo y las capacidades que este posee, sabiendo cómo manejar su plan de entrenamiento. Además de identificar falencias o debilidades en deportistas, los cuales acudan al centro en busca de mejorar aquella cualidad que no le permite dar el 100% de su capacidad en su práctica deportiva.

Por esto se desea crear un centro de valoración de las condiciones físicas con el propósito de mostrarle a los usuarios en qué estado físico se encuentran y dar recomendaciones para la mejora de su condición física. Utilizando los instrumentos adecuados de medición y con esto llegar a lograr un análisis preciso, también permitiéndonos dar las mejores sugerencias y resultados, ya que se tratará de un desarrollo individualizado. Esto le ayudará a los usuarios suprimir el desconocimiento en su estado físico con el fin de prevenir problemas en cuanto a su salud enriqueciendo y mejorando las rutinas que se realizan en sitios de entrenamiento, así mismo conseguir que los usuarios aprendan a comprender su cuerpo y lograr manifestar todos los beneficios que ofrece la actividad física para su vida.

Este proyecto nace desde los conocimientos adquiridos en diferentes cátedras a lo largo de la carrera de cultura física deporte y recreación de la universidad santo Tomás la cual es estudiada por los redactores, cómo fisiología, morfo fisiología, entre otros. también nace gracias a que según la experiencia de los redactores ya que han evidenciado que hay una gran población que ingresa a centros de actividad física con el propósito de mejorar su aspecto o su salud sin saber realmente en

qué condición se encuentra su cuerpo, y así mismo se fundamenta en concientizar a la población de las capacidades que posee su cuerpo antes de realizar cualquier tipo de actividad, igualmente facilitar unas recomendaciones que correspondan adecuadamente a su condición física.

Para continuar con la comprensión de este proyecto se debe entrar a definir los conceptos claves, en un inicio tenemos las enfermedades crónicas no transmisibles, Robledo, R. (2010) nos dice que "se definen como un proceso de evolución prolongada, que no se resuelven espontáneamente y rara vez alcanzan una cura completa, las cuales generan una gran carga social tanto desde el punto de vista económico como desde la perspectiva de dependencia social e incapacitación" y la autora su vez nos da cifras "En 2005 aproximadamente 35 millones de personas de todo el mundo murieron por enfermedades crónicas." (2010) esto demuestra que es un problema grande para la sociedad. Luego entramos a definir lo que son las valoraciones físicas que la universidad de Murcia nos dice que "Son las pruebas que realizamos con la finalidad de medir y valorar las diferentes cualidades físicas básicas, en sus diferentes facetas" (s.f). Otro concepto clave a definir es el plan de entrenamiento el cual lo define top doctors España como "Un programa de entrenamiento físico es un modelo sistemático y detallado realizado por un especialista en medicina deportiva para determinar la actividad física correcta y eficiente en función de las características físicas de un paciente." (s.f). Finalmente entramos a definir 2 conceptos sumamente relacionados con este proyecto los cuales son actividad física y deportista, tenemos que actividad física según la OMS "la actividad física como cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos, con el consiguiente consumo de energía." (2022). Y tenemos deportista que la RAE lo define como "Persona que practica algún deporte, por afición o profesionalmente." (s.f).

Este modelo de negocio se llamará “Physical assesment center” el cual se crea con el fin de tener un nombre llamativo que involucre lo que se quiere hacer, valorar físicamente, se realiza en el idioma inglés con el fin de generar más retentiva, involucre participación de gente externa haciendo que esta pueda entender lo que se hace ya que este es el idioma universal generando así opciones de crecimiento de carácter internacional.

Logotipo

El significado del logotipo, busca ser inclusivo para la población, además de que busca tener una apariencia futurista con una figura geométrica representada en 3D generando una impresión de avance tecnológico y llegando a asociar la misma a un contexto diferente, cuando miramos las letras estas pretenden ser claras para el espectador en donde logré observar y diferenciar letra por letra el nombre, con respecto a los colores escogidos se tuvieron 2 presentes, en donde el primero es el color verde, dado que este representa naturaleza, frescura, esperanza. Además de transmitir paz visualmente, el mismo color se asocia con la salud en donde nuestro centro de valoración busca mejorar la calidad de vida de las personas y también el color verde representa el crecimiento este principalmente siendo la mejora de sus cualidades físicas y capacidades, teniendo en cuenta que también los usuarios crecen en conocimiento con respecto a sigo mismos. Cuando observamos el color azul en la línea que divide la figura geométrica de las

palabras, el mismo se escogió por dado que el color azul otorga sentido de confianza, tranquilidad en donde las personas puedan tener la confianza de que el proceso que decidieron tomar con nosotros fue el mejor y que todo será netamente personalizado y confidencial, genera seguridad dado que la empresa contará con máquinas avaladas y los test que se aplicaran tendrán un grado de 90% de confiabilidad.

Slogan

Teder tag ist ein geschenk

El significado del slogan en español significa (todos los días son un regalo) el porqué de esta frase se fundamenta en que al momento de que entras al centro de valoración física, estas dando un paso para mejorar tu condición física, potenciar tus capacidades, mejorar tu estilo de vida, dado que cada día que te regalas haciendo actividad física le estás regalando un día más de vida a tu cuerpo dado que estas caminando hacia adelante en busca de aumentar tu salud y dejando atrás el pasado

Misión

Physical Assesment Center tiene como misión ser una empresa reconocida a nivel nacional, en el ámbito de la salud mejorando el estilo de vida de las personas. Buscamos inspirar a otros a hacerlo también, manejando el respeto que el usuario se merece.

Visión

Nuestra visión es convertirnos en la mejor experiencia para el usuario a través de la eficiencia de nuestros test, buscando mejorar el estilo de vida de las personas por medio de una correcta planificación de entrenamiento en donde cada persona pueda mejorar sus debilidades físicas y motrices, logrando que consigan sus objetivos.

Fundamentación Humanista

El fundamento humanista de este proyecto se crea desde el humanismo tomista ya que los creadores del proyecto son pertenecientes de la Universidad Santo Tomás, este es un humanismo cristiano el cual "responde positivamente a las tres preguntas de todo humanismo: de dónde venimos, quiénes somos, hacia dónde vamos." (PEI-USTA-Pg.20) esto en busca de responder a las problemáticas de la sociedad actual, un objetivo esencial en este proyecto.

En este modelo de negocio se trabajan diversos valores en donde principalmente destacaremos el respeto, ya que se va a respetar cada situación del usuario y se trabajará de carácter ético para ayudar en el proceso que inicia, luego hablaremos de la responsabilidad ya que en cada valoración se tendrán a profesionales encargados de ser lo más preciso posibles, teniendo en cuenta

lo mencionado anteriormente se buscará resaltar la tolerancia, dado que cada persona es diferente con cualidades y capacidades diferentes, en donde cada uno merece ser escuchado, ya sea usuario o personal de la empresa de trabajo dado que para el correcto funcionamiento de una empresa se necesita de un ambiente agradable, también se tendrá en cuenta la honestidad y transparencia de la empresa al momento de tratar con usuarios, al realizar los test y realizar el cobro de los planes de acuerdo a lo estipulado y destacaremos la puntualidad, del equipo de trabajo dado que es un valor que buscamos destacar dado que los clientes merecen ser atendidos a la hora que se estipulo la valoración.

Investigación de Mercados

De acuerdo con Lambin (1999) "la empresa debe definir estrategias que la permitieran crear una ventaja competitiva defendible tanto en el producto comercializado, como en el modo de entrega, centrándose en los beneficios que más valoran los clientes." por ende se buscó que por medio de la investigación de mercados se pudiera definir qué empresas pueden llegar a ser un competidor directo o indirecto a la empresa, detallando nos en los planes, promociones y productos que los mismos llegasen a ofrecer. Es entonces que al realizar el estudio de diferentes empresas y el producto que ofrecen se llegó a la conclusión que los siguientes establecimientos pueden llegar a ser competidores indirectos cajas de compensación como compensar, Colsubsidio y Cafam estas mismas entidades ofrecen a la población instalaciones para la recreación y goce de las personas, prestando servicios de gimnasio en donde pueden comenzar un proceso de entrenamiento previo, en este mismo lugar el pago de estos servicios dependerá de la categoría en la que los usuarios se encuentren, siendo A el más económico, B el punto medio y C el plan más costoso a diferencia de

las otras categorías, teniendo lo anteriormente comentado se habla de que las personas cotizantes de caja de compensación tendrán que hacer el pago de $31.281 y $63.410 pesos colombianos recuperado de “LR la república 2022” para pertenecer a una caja de compensación y poder hacer uso de las instalaciones. Luego al dirigirnos a las clínicas las cuales proporcionan exámenes donde se diagnostican las diferentes patologías o dolencias de las personas exponiendo luego que la persona se encuentre en un mal estado físico o uno bueno, teniendo en cuenta que actualmente los trabajadores cotizantes de salud y pensión tienen que hacer un pago de $92.800 pesos colombianos, recuperado de “Poli verso 2023” y por último los gimnasios plantean una idea de valoración inicial para evidenciar que patologías o dolencias refiere el usuario en donde se plantea un plan de entrenamiento conjunto a los entrenadores de los gimnasios como lo son Bodytech realizan un cobro de 1’440.000 pesos por un plan que se puede compartir con otra persona y teniendo en cuenta que se hace un chequeo médico, luego pasamos a otro tipo de plan el cual tiene un costo de 960.000 pesos colombianos donde se plantea un plan de entrenamiento y chequeo médico, más un mes gratuito y por último cuentan con un plan de $109.900 en donde se les realiza un plan de entrenamiento por medio de la aplicación de la empresa, más un chequeo médico, recuperado de “página oficial de BODYTECH”, luego cuando nos referimos al gimnasio Smart fit este cuenta con 2 planes los cuales son Plan Smart que tiene un costo de $69.900 y cuenta con la posibilidad de descargar una app que realiza la planificación del entrenamiento de acuerdo a tus resultados obtenidos mediante el uso de la báscula inteligente con la que cuenta el gimnasio, luego podemos evidenciar un plan de $89.900 Plan Black el cual te permite la posibilidad de descargar una app que realiza la planificación del entrenamiento de acuerdo a tus resultados obtenidos mediante el uso de la báscula inteligente con la que cuenta el gimnasio y el poder hacer uso del spa de Smart fit, recuperado de “Página oficial de Smart Fit”. Es entonces que volvemos a citar a Lambin (1999) donde nos habla del “Decálogo del Marketing Estratégico, el cual se basa en etapas la cual la

primera es definir el mercado de referencia en términos de la solución total que los clientes buscan, en segunda parte definir minuciosamente la cobertura del mercado, pero con una orientación mundial o transnacional, en la tercera parte es crear ventajas competitivas e inequívocas tanto en los productos como en el modo de entrega, por cuarto centrarse en los beneficios del producto que más valoran los clientes, como quinto paso estar más cerca de los clientes en todas las funciones y niveles de la organización y por sexto paso intentar innovar tanto en el producto como en el modo de entrega de manera permanente" Teniendo en cuenta lo anteriormente comentado se realizó una matriz DOFA de los principales competidores (imagen 1).

Por ende, al buscar el público objetivo nos centraremos en personas que padecen de ECNT en la ciudad de Bogotá en donde aproximadamente 601.330 personas padecen de estas enfermedades guiándonos de la última estadística realizada por el "ministerio de salud y protección social de Colombia". Luego al hablar del otro grupo focal los cuales son los deportistas de alto rendimiento los cuales son aproximadamente son 347 deportistas, de los cuales 283 son del sector olímpico y 64 del sector paralímpico según el " ministerio del deporte 2018", luego al dirigirnos al resto del público objetivo que busca mejorar su condición física en donde es aproximadamente la mitad de la población colombiana nos donde tomaremos como referencia la cifra del año 2021 que son 7.901.65 habitantes recuperado de "statista 2021" y restando la mitad de la población lo cual nos refiere 3.95082.5 personas que buscan mejorar su calidad de vida y comenzar con un plan de entrenamiento.

Al dirigirnos al concepto creativo de la empresa buscamos resaltar y generar una impresión en las personas las cuales se sientan atraídas por un concepto nuevo de entrenamiento donde se enfoque principalmente en el hallazgo de falencias físicas y mediante una correcta planificación de

entrenamiento la persona pueda potenciar y mejorar las cualidades físicas, además de contar con una integración de todas las edades sin distinción de género o limitaciones físicas, buscando aumentar el interés de las personas y generando una promoción de salud en los usuarios además de una conciencia de bienestar y calidad de vida dentro de la práctica del deporte, la actividad física y la salud psicológica.

Para poder generar una estrategia creativa llamativa para los usuarios se pretende realizar un trabajo correcto, profesional que genere un buen impacto en las personas y buscando que los mismos usuarios por medio de publicidad indirecta en donde ellos mismos suban en sus redes el proceso de evaluación de cualidades físicas que se realizan en el centro, también por medio de las redes sociales se pretenderá generar una campaña de alto impacto donde se pretenda hacer publicidad con el cambio físico de una persona y donde se mostraran las instalaciones del centro por medio de videos que posteriormente serán subidos en las redes sociales, se contará con una página web activa donde constantemente se subirán noticias y se plantean diferentes promociones para que le llame la atención de los usuarios, usando campañas de 2x1, planes con el 20% en los 2 primeros días de apertura, y demás promociones como cupones regalo.

Para lograr una buena estrategia de medios se buscará imprimir volantes los cuales serán distribuidos a lo largo de la localidad donde nos encontraremos ubicados, buscar también impactar en redes sociales, con videos llamativos donde se muestran pequeñas secuencias de la realización de test propuestos, además de un video introductorio que estará ubicado tanto en redes sociales como en la página web de los profesionales que trabajan en la empresa comentando la labor que se realiza en la Physical Assesment Center y por qué lo hacemos. Además de incentivar a los clientes

con cupones por realizar publicidad indirecta en sus redes sociales donde ellos mismos se encuentren realizando la evaluación física.

Matriz 1.

Matriz DOFA Smart fit

Matriz 2.

Matriz DOFA Bodytech

Matriz 2.

Matriz DOFA Colsubsidio

Conclusión del análisis de la competencia

El servicio que presta Physical Assesment Center es un servicio especializado en la valoración de capacidades físicas, en donde resaltamos principalmente por los test que aplicaremos en los usuarios los cuales van más allá que las valoración que realizan los gimnasios y la revisión rutinaria que presta el servicio médico, dado que buscamos adentrarnos en esas falencias físicas que la persona presenta, ya sea por un bajo tono muscular, por falta de entrenamiento o simplemente por llevar una vida sedentaria.

De igual forma al realizar la investigación para la creación de las matrices se detectó un gran problema a nivel general y es que los mismos gimnasios no cuentan con personal certificado o capacitado en el área deportiva los cuales puedan realizar una correcta planificación del entrenamiento, por lo cual nos referimos a que un buen entrenador personal "requiere de muchos conocimientos técnicos y de una serie de cualidades humanas para poder ser un buen instructor. Es necesario tener una gran fuerza de voluntad y una meta profesional muy definida que no todo el mundo tiene" (Cualidades para ser un buen entrenador., 2018) Por ende Physical Assesment Center contará con personal completamente capacitado el cual cuente con el título universitario aprobado junto a la experiencia de más de 1 año para poder ejercer dentro de nuestras instalaciones, donde los clientes tengan la certeza de que son evaluados por profesionales capacitados en el área y de igual forma se realizará una planificación de entrenamiento netamente individualizada para cada usuario la cual será realizada por el personal capacitado.

Luego al observar que los gimnasios realizan cobros muy elevados por los planes o los mismos realizan cobros injustificados por sus servicios, por ende Physical Assesment Center buscará resaltar la honestidad con respecto a los cobros que se realizará junto con la transparencia del porqué se realizará el costo comentándole al usuario el porqué del precio y si existe algún

cambio en el monto el mismo será informado al cliente para contar con la aprobación del mismo y si desea realizar el pago con la modificación, dado que “ la honestidad de una empresa es considerada como el valor más importante. Dado que establece las bases para crear una cultura de trabajo idónea, proporciona coherencia en el comportamiento y genera confianza en los clientes. Gracias a un estudio de Edelman se reveló que el 81% de los consumidores comentaron que necesitan confiar en la marca para poder comprar.” según (Douglas da Silva., 2022), por ende, nosotros buscamos resaltar con los valores hacia los consumidores para crear una fidelización de los clientes por nuestros servicios.

Es importante recalcar de igual forma el sobre cupo que presentan los gimnasios o la poco disponibilidad de cupo en las cajas de compensación por la gran demanda de clientes que los mismos poseen, es entonces que pretendemos marcar la diferencia, dado que a los usuarios se les brindara una valoración previamente agendada buscando que no existan contratiempos al momento de realizar los test, es decir que al momento de poner en marcha la valoración se encuentre netamente el usuario junto con los profesionales en cultura física y los fisio terapeutas de turno, sin la preocupación de que exista una cliente simultáneo que pueda afectar o retrasar los test, dado que cada valoración se realizará en tiempos diferentes y en días estipulados generando en el cliente una sensación de confort y tranquilidad.

Capítulo I: Proposiciones de valor

Las propuestas de valor son un gran impulso a cualquiera empresa y se debe ir modificando según las necesidades y el mercado, como nos dice (Zarmpou et al., 2012) en la adopción de comercios electrónicos y de vanguardia dando un plus a nuestra empresa a implementar tecnologías de última generación dado que las propuestas de valor son el fundamento diferenciador entre el mercado competidor.

Una propuesta muy importante para nuestra empresa es la atención al cliente y más en los momentos problemáticos dando una pronta respuesta y asertiva a través de los medios tecnológicos, ya que es la manera más rápida de atención para la solución de una problemática, así como nos dice (Thakur 2016).

Para Physical assesment center es de suprema importancia la atención al cliente, y los seguimientos de sus procesos, por esto en el proceso de nuestros clientes se llevarán a cabo un historial de progresos, con sus respectivas gráficas, además de generar un informe de progreso continuamente, dando a resaltar a nuestros clientes en todo momento. Dado esto se contará con un estudio previo sobre la condición física de las personas a nivel músculo-esquelético para poder tener en cuenta las recomendación o indicaciones sobre la condición física de las personas a nivel músculo-esquelético para poder tener en cuenta las recomendación o indicaciones para esto se cuenta con un servicio especializado en el conocimiento del cuerpo y sus capacidades, realizando diferentes evaluaciones en campo como en laboratorio, además de realizar el debido seguimiento por parte de profesionales de fisioterapia y profesionales de cultura física así de la manera más óptima y asertiva se desarrollen planes de entrenamiento, compuesto por los objetivos y fortaleciendo las deficiencias que se obtuvieron en las debidas evaluaciones.

Con lo anteriormente dicho nuestro servicio en todo momento será de la más alta calidad, desde el momento al entablar conversaciones y contactar al cliente, para su respectiva valoración la cual estará con los profesionales más calificados y con los dispositivos tecnológicos más innovadores y asertivos en el mercado. para de esta forma ser una empresa con un desempeño óptimo y una calidad imprescindible la cual no tenga falencia frente a el servicio o cliente.

Otra proporción de valor es el precio , ya que nuestro precio es estándar y está pensado para que las personas que están en el medio lo puedan obtener y disfrutar , de igual forma está hecho para que el cliente escoja según su necesidad se pueda acomodar a un precio de los cuales ofrecemos de igual forma se incluyen promociones por fechas especiales como 2*1, de igual forma las giftcard que adquieran con nosotros tendrán un 10% de descuento y al momento de renovar algún servicio se mantendrá este. Siguiendo, encontramos la accesibilidad dado que nuestro servicio se adaptará a cualquier tipo de población, teniendo en cuenta los mejores test para ello.

Debido a lo expuesto anteriormente cabe recalcar que nosotros manejaremos varias propuestas de valor para nuestros servicios y productos que ofertamos, otra de estas es la novedad, ya que en el mercado no hay una empresa, estudio o franquicia, con la misma metodología que se está planteando para Physical Assesment Center, entonces entraríamos como pioneros en un mercado que está muy diversificado, aparte de esta se manejara la personalización debido a que el trato con nuestros clientes será personalizado, ninguno de nuestros servicios es en trabajo grupal, todo nuestros servicios y productos ofertados serán manejados para cada cliente, esto ya que se tienen en cuenta las necesidades que cada usuario necesita, aparte de las dos propuestas mencionadas se manejara una tercera propuesta de valor que será la mejora de rendimiento ya que en la medida que vaya avanzando la tecnología para el entrenamiento deportivo se mejoraran las

evaluaciones brindadas por Physical Assesment Center, esta propuesta de valor tendrá sujeta la calidad del servicio, mejorando así los resultados de las evaluaciones físicas esto acompañado de los profesionales capacitados en la utilización de las maquinas e interpretación de los resultados obtenidos por lo mismo, para así poder crear los planes que se le darán a la venta a los usuarios .

Capítulo II: Segmentos de mercado

Physical assesment center estará ubicado en la localidad de Usaquén con dirección calle 95 # 12 con autopista norte ,esto dado a el nivel estrato económico que se maneja en el sector y también se encuentran varios centros médicos aledaños y parques a los cuales acudir poblaciones fáciles de captar dado a las características de sector, demográficamente encontraremos una gran variedad de personas que se puedan captar hacia la empresa , esto debido a que el rango de edad en el cual manejamos para nuestros cliente es extenso , empezando desde preadolescente de 13 años llegando a adultos mayores de 70 años ,también veremos que frente al peso o patologías no será un impedimento para poder ser cliente de la empresa , para que se puedan incluir en nuestra empresa , cómo se realizan en muchos centros , incluyendo lo anteriormente dicho lo que quiere Physical assesment center es mejorar la calidad de vida y dar un progreso a partir de los resultado de las evaluaciones de cada usuario y el proceso que podamos darles, cabe recalcar que nuestros usuarios serán personas de estrato 3 hasta estrato 6, dado que se cuentan con la posibilidad económica de pagar el servicio y llevar los procesos nutricionales de la manera más óptima.

El segmento principal de Physical assesment center son deportistas y personas activas físicamente activas, dado que los servicios que se prestan son principalmente para mejorar las

capacidades físicas y las coordinativas, esto dado alas actividades que realizan nuestros clientes, también es de suma importancia los procesos que se llevarán con nuestros usuarios.

Physical assesment center hace parte de un mercado segmentado según el modelo Canvas porque lo que buscamos ayudar o mejorar las ECNT que tengas nuestros usuarios mediante nuestro servicio, aparte de enfatizarse en las enfermedades ECNT también se llevarán a cabo evaluaciones a deportistas activos físicamente o deportista que tengas una pausa en su proceso de entrenamiento y desean retomar la práctica deportiva.

Tabla 1.

Planes

Nombre de plan	Explicación y costo
plan Activ	Valoración tiene un costo de 150,000 con sus respectivas recomendaciones
Plan Dynamic	valoración, recomendaciones y seguimiento por 30 días calendario 400,000
plan Athlete	Es un plan exclusivo para deportistas costo 220,000

Capítulo III: Canales

Para poder desarrollar los canales es importante entender que son “los canales son la ruta o el camino a través del cual el producto se transfiere desde el lugar de la producción, hasta el

consumidor final. Entendiendo que el mismo se puede transferir de forma directa e indirecta.” según (Tomi, s.f). Una vez definido qué son los canales es importante recalcar que tipo de canal se manejara el cual es directo o propio dado que “Es directo cuando la empresa recurre a los canales directos, cuando el fabricante suministra los bienes directamente al consumidor final y no utiliza intermediarios. Aquí las funciones de comercialización son llevadas a cabo por el mismo fabricante.” según (Tomi, s.f) en donde nosotros como empresa brindaremos de primera mano nuestros servicios de valoración y planificación del ejercicio

Fases del canal

Información

La manera en la que la empresa pretende elevar la percepción del servicio que se brinda es por medio de una presentación corta de las instalaciones en donde se especifiquen las zonas donde se plantea realizar los diferentes test de evaluación de condiciones físicas, donde el video será subido en las redes sociales como Instagram, Facebook, tik tok y WhatsApp teniendo en cuenta que se destinará un recurso tecnológico (sim card) en donde se recibirán los mensajes de clientes y del mismo se resolverán inquietudes, de igual forma se pretende comenzar con un volanteo situado en puntos específicos de la zona. También se plantea crear una página web totalmente funcional y donde los posibles clientes puedan interactuar en la misma, donde se presente la ubicación exacta de la empresa, presentación del personal a cargo de la evaluación de los test y planificaciones de entrenamiento, donde se especifique años de experiencia, estudios y logros alcanzados, además las especificaciones, marcas de las máquinas con las cuales se realizarán los diferentes test. Además, que se pretende impactar a los clientes por medio del logo el cual contiene un estilo futurista y

consta del uso de colores con cierto significado específico, de igual forma el slogan se encuentra escrito en otro idioma para que el mismo genere curiosidad en los clientes del significado y estos se interesen aún más.

Evaluación

Se plantea generar una encuesta en donde se indique como fue el servicio prestado, como sintió la atención por parte del personal, cómo se sintió realizando los diferentes test y una sección donde pueda colocar sugerencias que le quiera brindar a la empresa. De igual manera se pretende realizar unas encuestas a personas externas las cuales no hayan hecho uso del servicio de la empresa en donde las preguntas irán dirigidas a que tan innovadora le parece la idea y si los mismos harían uso de los servicios y el porqué, de igual forma en la página web se tendrá un espacio habilitado para que los usuarios que hayan hecho uso de los servicios puedan colocar su calificación y recomendaciones.

Compra y entrega

El lugar en donde se realizará la compra de planes y entrega del servicio que en este caso es la valoración junto con la planificación de entrenamiento, será realizará directamente en la sede la cual se encontrará ubicada en la localidad de Usaquén (Bogotá D.C) en donde se sectorizara aún más ubicando la empresa entre la carrera 9 y la autopista norte y desde la calle 100 hasta la calle 160, buscando que la llegada sea asequible para las personas dado que pueden llegar por vía Transmilenio, por medio de híbridos, por medio de buses, vehículos, motocicletas y hasta la ciclo ruta que transita tanto por la carrera 9 o carrera 11, de igual forma se ubicó en este sector dado que

se cuenta con diferentes estratos socio económicos desde estrato 3 hasta estrato 5, en donde los recursos económicos del sector faciliten la compra del servicio.

Imagen recuperada de http://www.usaquen.gov.co/mi-localidad/mapas

Post-Venta

La forma en la que se pretende generar una post venta es por medio de una publicidad indirecta donde los clientes graben pequeños clips de las sesiones y lo suban en redes sociales, además de que también el personal encargado de redes sociales realice una pequeña entrevista con el permiso del usuario para ser subido a las redes sociales, donde se le preguntará cómo fue la experiencia del mismo al realizar las diferentes pruebas planteadas. También teniendo presente que cada usuario que haga uso de los servicios deberá de contestar la encuesta virtual luego de hacer uso de los servicios, además también se plantea generar una fidelización de los clientes, teniendo presente una matriz en donde se genere clientes por primera vez y si los mismos vuelven más de 3 veces se realizara un descuento o el obsequio de uno de los artículos de los que dispone la empresa.

Capítulo IV: Relación con clientes

En este proyecto trabajaremos la relación con los clientes con la definición dada por Cabanelas et all (2007) citando a Baxter y Matear (2004) la cual es que “desde la perspectiva, las organizaciones consideran las relaciones como un factor con gran valor y en la medida que sean específicas, heterogéneas y difíciles de imitar, generarán activos diferenciales de carácter intangible que pueden sostener una ventaja competitiva”

En un inicio con nuestros clientes tendremos confidencialidad, generando los resultados únicamente a los tutores legales en caso de ser menor de edad y a la persona que realizó las pruebas en caso de ser mayor de edad, por otro lado, tendremos confiabilidad en los resultados, dado que se maneja lo mejor en última tecnología para la realización de cada examen físico, teniendo en cuenta que los profesionales a cargo deben de tener pleno conocimiento en el campo. En cada interacción tendremos una sostenibilidad con los clientes, teniendo un buen ambiente y generando un compromiso a la empresa.

Nuestros clientes serán en un inicio aquellos ubicados en Bogotá más específicamente en la localidad de Usaquén, serán aquellos que tengan un gusto o interés por la actividad física o el deporte. Será cualquier clase de persona sin importar el biotipo o si presenta alguna discapacidad. El mercado se trabaja por esta razón es un mercado segmentado ya que como se explicó anteriormente la población que se trabajará está definida por unas características que son:

- Presenta o no discapacidad
- Es activo físicamente, deportista o apenas empieza un proceso de entrenamiento
- tiene la capacidad económica de adquirir este servició

Dado lo anterior y según Moreno (2023) manejamos una relación de tipo asistencia personal dado que nuestros servicios personales para poder fidelizar a nuestros clientes ya que en las empresas con un 20 % de clientes fidelizados generamos un 80 % de ingresos y por esto la asistencia personas nos dará un acercamiento y tacto al clientes para poderlo apoyar y ayudar en todo sentido , de igual forma nuestra respuesta será óptima , aumentaremos la satisfacción con los clientes , se dará a entender mucho más nuestros servicios para de esta manera hacernos resaltar en todos los mercados, ya que nuestro servicio es totalmente personalizado en todo momento desde la realización de las evaluaciones siguiendo con las recomendaciones y dando las explicaciones y sugerencias pertinentes para la obtención de los objetivos.

Capítulo V: Ingresos

"Importe de la venta de bienes y prestación de servicios que son el objeto del tráfico de la empresa. Comprende también otros ingresos, variación de existencias y beneficios del ejercicio." (Campuzano. 2023) con la definición anterior de ingresos podemos denotar, que los ingreso son la parte primordial, para que una empresa subsista y tenga el capital para su funcionamiento.

El precio de nuestros servicios está basado en la calidad de nuestro servicio y las diferencias frente a los servicios que se encuentran en el mercado , ya que como hemos dicho anteriormente , se tendrá la tecnología más avanzada en temas de evaluaciones y con profesionales totalmente capacidad en el uso de los dispositivos y también en la interpretación de los datos y seguimiento de los usuarios si estos desean también tomar este servicio, para nuestros clientes se generarán diferentes formas de pago , siempre vamos tratar de que los pagos sean por efectivo o en la sede , apenas se supere el monto de 1.200.000 se deberá consignar a la cuenta bancaria empresarial

también se dispondrá de códigos qr para que nuestros clientes paguen por este medio , otra forma de pago será por medio de link de pago , el cual se les enviará a los clientes , ellos deberán enviar el comprobante y nosotros revisaremos que la transacción haya sido efectiva para poder obtener su servicio.

Nosotros contaremos con ingresos por ventas de servicios, que es nuestra fuente principal de generar dinero e ingresos, incluido esto, se incluiría el alquiler de aparatos de tecnología que se puedan usar en campo (zona de práctica habitual) esto dado si se hacen convenios con selecciones deportivas o si se hace convenios con empresas que requieran de nuestros servicios y deseen tomar las pruebas en su espacio de prácticas.

Tabla 2.

Proyección de ventas

PROYECCIÓN DE VENTAS		ENERO		FEBRERO		MARZO		ABRIL		MAYO		JUNIO		JULIO		AGOSTO		SEPTIEMBRE		OCTUBRE		NOVIEMBRE		DICIEMBRE	
DESCRIPCIÓN	PRECIO	UND	VALOR	UND	VALOR	UND	VALOR	UND	VALOR	UND	VALOR	UND	VALOR	UND	VALOR	UND	VALOR	UND	VALOR	UND	VALOR	UND	VALOR	UND	VALOR
Plan Active	$150.000	50	$7.500.000	59	$8.850.000	68	$10.200.000	77	$11.550.000	86	$12.900.000	95	$14.250.000	104	$15.600.000	113	$16.950.000	122	$18.300.000	131	$19.650.000	140	$21.000.000	149	$22.350.000
Plan Dynamic	$400.000	23	$9.200.000	26	$10.400.000	29	$11.600.000	32	$12.800.000	35	$14.000.000	38	$15.200.000	41	$16.400.000	44	$17.600.000	47	$18.800.000	50	$20.000.000	53	$21.200.000	56	$22.400.000
Plan Athlete	$220.000	33	$7.260.000	36	$7.920.000	39	$8.580.000	42	$9.240.000	45	$9.900.000	48	$10.560.000	51	$11.220.000	54	$11.880.000	57	$12.540.000	60	$13.200.000	63	$13.860.000	43	$9.460.000
TOTAL INGRESOS		**106**	**$23.960.000**	**121**	**$27.170.000**	**136**	**$30.380.000**	**151**	**$33.590.000**	**166**	**$36.800.000**	**181**	**$40.010.000**	**196**	**$43.220.000**	**211**	**$46.430.000**	**226**	**$49.640.000**	**241**	**$52.850.000**	**256**	**$56.060.000**	**248**	**$54.210.000**

Esta proyección de ventas se desarrolló a un año aumentando progresivamente los servicios que se pueden vender a un mes así mismo se le multiplico a cada número el valor de cada uno de los planes (Active, Dynamic y Athlete) para así poder encontrar los posibles ingresos al mes.

Capítulo VI: Recursos claves

Para poder entender nuestros recursos claves es importante entender que “Los recursos clave de una empresa permiten elaborar y ofrecer una propuesta de valor atractiva para tu segmento de clientes. Gracias a estos recursos puedes mejorar tu relación con los clientes y generar ingresos en tu negocio. Implementar los recursos clave de manera efectiva garantiza el éxito y la estabilidad de una empresa.” Según Tatyana Yun (S.F), entendiendo ello se plantea responder a cuáles serían nuestras finanzas, es entonces que se entiende cuánto será la suma de la inversión y cuánto se logra recuperar, entendiendo ello se plantea recaudar lo invertido por medio de las ventas de los planes ofertados por nosotros, además de tener un ingreso extra con la venta de la ropa deportiva con el logo de la empresa, además de las asociaciones que se plantea generar con las otras empresas.

Por ende, se plantea desglosar en primera medida los recursos físicos a los cuales nos vamos a referir a “la propiedad tangible, instalaciones, oficinas, bodegas, terrenos, maquinaria, equipos y

herramientas" Marc Bara, es entonces que se planteó la siguiente tabla para tener presente la descripción de los objetos materiales, para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 3.

Recursos

Clasificación	ACTIVO	PRECIO DE CON	CANTIDAD	TOTAL
Técnico	Basculas	$60.000	3	$180.000
Tecnológico	Oftalmoscopio	$179.900	3	$539.700
Técnico	Cyclus 2	$6.005.750	2	$12.011.500
Técnico	Dinamómetro de mano	$140.000	2	$280.000
Técnico	Dinamómetro de pierna y espalda	$520.000	2	$1.040.000
Técnico	Cajón de wells	$45.000	2	$90.000
Técnico	Ergoespirómetro Quark Cpet	$12.000.000	1	$12.000.000
Técnico	Esfigmomanómetro	$259.990	4	$1.039.960
Técnico	Inbody	$2.562.990	2	$5.125.980
Físico	sillas	$35.000	10	$350.000
Físico	mesas	$50.000	4	$200.000
Tecnológico	computador	$1.820.000	3	$5.460.000
Tecnológico	televisor	$650.000	2	$1.300.000
Tecnológico	Telefono celular	$2.000.000	1	$2.000.000

Al realizar un análisis detallado del costo para formalizar la empresa en Colombia, especialmente en Bogotá, vamos a tener en cuenta que "Para las personas naturales y jurídicas, los derechos de matrícula cuestan $38.000 para capitales de hasta $239 millones y $114.000 para capitales superiores; por otro lado, el formulario Rues tendría un costo de $6.500. Para un establecimiento de comercio, los derechos de matrícula varían: $48.000 para capitales de hasta $2,7 millones, $103.000 para capitales de hasta $15 millones y $154.000 para montos superiores." Según Cristian Acosta (2022). Teniendo este coste presente se puede tener en cuenta cuanto será el monto por oficializar la empresa ante la Cámara de Comercio y ser reconocida como empresa oficial.

Al momento de hablar del talento humano podemos describir este recurso como uno de los más fundamentales para la empresa, en donde las personas que trabajen con nosotros, reconozcan al cliente como un ser humano y no como una fuente de valor, dado que los mismos deben contar con experiencia en el servicio al cliente, por ende, para entender mejor esta temática se define el talento humano como "es un proceso que apareció por primera vez a finales de los años noventa. Por iniciativa de las empresas que comprendieron la correlación entre el número de empleados con talento y el aumento del rendimiento. Básicamente consiste en reconocer o determinar la capacidad profesional y la actitud que debe tener el trabajador. Para ejecutar de manera eficiente sus actividades en los puestos de trabajo." Fabián (2021).

Tabla 4.

Talento humano

Cargo	Funciones dentro de la empresa	Tipo de contrato	Cantidad de personal	Nomina
Abogado	Cuando nos referimos a un abogado corporativo, tiene la funcion de redactar, analizar y negociar cada contrato de la empresa. Teniendo en cuenta que el mismo tambien brinda una asesoria a nivel juridico para la empresa, donde a su vez debe estar al pendiente de las leyes y normas juridicas que requiere la empresa junto con las regulaciones del sector comercial	Contrato obra labor	1	1.000.000
Contador	Las funciones del contador se basan en la asesoria sobre estrategias financieras y las contables, manejo correcto de la informacion financiera que maneja la empresa, tener cuidado y estar presto con los pagos que se realicen a proveedores, mantener informacion y elaboracion de los impuestos financieros, mantener el cumplimiento de las obligaciones fiscales y sobretodo tener un correcto manejo de los libros de contabilidad de la empresa	Termino Fijo	1	2.388.144
Administrador de empresas	El administrador de empresa debe generar una planificacion de los objetivos de la empresa, mantener criterios de medicion del desempeño que genere la empresa, realizar una organizacion de los procesos internos, ser capaz de brindar liderazgo hacia el equipo de trabajo, debe de realizar una evaluacion detallada de los resultados obtenidos por la empresa	Termino Fijo	1	2.053.387
Secretaria	La principal funcion es la de atender a los clientes que ingresan ya sea por informacion sobre los planes, vender los mismos, encargada de atender el whatsup de la empresa, dar respuesta oportuna a los clientes ante inquietudes. Estar al pendiente de las novedades que sucedan dentro de la empresa, ser un apoyo para el administrador de empresas	Termino fijo	1	1.160.000
Fisioterapeutas Fisicos	Este tiene la principal tarea de realizar una evaluacion detallada de las personas que acuden a nuestro centro de valoracion, donde seran un apoyo para la realizacion de los test junto con los profesionales de CFRD, donde ellos planteen ademas de un plan de entrenamiento se pueda complementar junto con tecnicas y tratamientos de rehabilitacion, brindar una segunda opinion sobre los resultados obtenidos en los test que se realicen a los usuarios, ademas de poder tener una vista a nivel medico de condiciones que padesan los usuarios	Prestacion de servicios	4	1.846.304
Profesionales en CFRD	La principal funcion del profesional de CFRD es la de brindar un plan de entrenamiento netamente individualizado, donde el mismo contenga los ciclos de periodizacion del ejercicios, se enseñe a grandes rasgos el porque de la realizacion de dichos ejercicios dandole una explicacion detallada al usuario, brindar un acompañamiento y concientizando al cliente de las falencias que presenta, ser el principal evaluador de los test que se implementaran al usuario, brindar una primera impresion de los resultados obtenidos	Prestacion de servicios	4	1.900.000
Servicios generales	El personal de servicios generales debe mantener la recepcion, salon de evaluacion y bano aseados, mantener limpios los muebles, ventanas, vidrios, cortinas y todo elemento u accesorio que se use en la empresa, la persona tambien debe estar pendiente del inventario que se tiene en la empresa para poder ser repuesto con anticipacion,	Termino fijo	2	1.160.000

Capítulo VII: Asociaciones claves

Para poder tener una asociación clave, es importante conocer en qué consiste la misma la cual hace referencia a los socios indispensables para nuestra empresa, entonces “son proveedores, ellos nos pueden proporcionar recursos, actividades u otras cosas, el cual debe responder a las siguientes preguntas: ¿Qué tipo de relaciones se deben establecer?, ¿Qué soluciona exactamente?, ¿Qué beneficios/valor se le está entregando al cliente? El bloque de sociedades claves describe la red de suplidores y socios que hacen que un modelo de negocios funcione. Esta red contribuye a la eficacia de un modelo de negocio.” Según Juan Carlos Corredor (2022). Teniendo en cuenta lo anterior para tener una idea más clara de las asociaciones, la empresa hace uso de las mismas buscando 3 grandes pautas las cuales son “Optimización y economía de escala, siendo la forma más básica de asociación o relación de cliente-proveedor o comprador y suministrador tiene como objetivo optimizar la asignación de recursos y actividades. Luego al dirigirnos a la segunda gran

característica de las asociaciones se habla de que las asociaciones también pueden servir para reducir los riesgos en un entorno o ambiente competitivo donde prima la incertidumbre. Sería el caso de competidores creando alianzas estratégicas y para finalizar con las 3 grandes pautas de las asociaciones estas funcionan para la compra de determinados recursos y actividades o adquisición de recursos y actividades particulares, dado que son pocas las empresas que poseen todos los recursos necesarios o realizan todas las actividades especificadas en su Modelo de Negocio." Según José Ramon (2016).Teniendo en cuenta lo anterior nos adentramos a hablar de la primera alianza se basa en comprador suplidor, dado que se plantea principalmente realizar con empresas colombianas especializadas en la fabricación de ropa deportiva, donde se tendrá a dos empresas aliadas las cuales son Albatros S.A.S y la empresa OTO ropa deportiva S.A.S, con las cuales se buscará fabricar camisetas deportivas para dama y caballero, leggins deportivos y pantalonetas, estas mismas prendas presentan el logotipo de Physical Assesment Center generando así una nueva fuente de ingresos para la empresa e impulsando la fabricación de marcas colombianas en ropa, además de brindar una publicidad indirecta de los clientes al portar el logotipo de la empresa.

De igual forma se plantea otra asociación con la empresa Póntela, la cual se especializa en los estampados en gorras, maletas (tulas), termos, etc. De la misma forma se plantea sacar a la venta gorras, mochilas y termos con el logotipo de Physical Assesment Center brindando una venta de accesorios deportivos que pueden ser utilizados dentro y fuera de la empresa y en el diario vivir de las personas, buscando también fomentar el comercio e industria colombiana.

Luego se presentará las alianzas estratégicas, en donde se busca generar un vínculo con las empresas Bodytech y Smart Fit, en donde se ofrecerá el plan NEXT LEVEL el cual incluye un plan de entrenamiento, valoración y presente un descuento si el usuario desea ingresar a uno de

estos dos gimnasios, buscando que entre nosotros y las empresas se pueda generar una nueva idea de negocios el cual pueda generar un vínculo exclusivo con el cliente teniendo cierto privilegio sobre los demás usuarios que solo tomen la valoración o solo compren la inscripción al gimnasio, dado que el plan NEXT LEVEL incluirá la valoración de las capacidades físicas, la planificación de entrenamiento de la persona y además tendrá un descuento o convenio directo con los gimnasios en donde el usuario pueda hacer uso de las instalaciones para poder poner en marcha su plan de entrenamiento. De la misma manera se plantea que los gimnasios presenten el plan en donde además de la mensualidad del gimnasio se brinde un descuento o convenio directo con nosotros para que el usuario tome la valoración en donde se pueda generar un plan de entrenamiento individualizado para el mismo. También se plantea la idea de realizar un convenio con empresas de salud EPS el cual tendría el siguiente nombre PLAN NEW BEGINNING, en donde se pueda realizar la misma función, no obstante se comienza con la EPS de Colsubsidio donde los doctores al recomendar que la persona aumente la actividad física diaria brinde una pequeña o leve información de la empresa al cliente para que el mismo empiece con el primer cambio a un mejor estado físico, se puede evidenciar tipo de asociaciones y prototipos de los productos en la tabla 5.

Tabla 5.

Tipos de asociaciones

Tipo de alianza	Empresa	Logo de la empresa aliada	Que ofrecen	¿Que se pretende ofrecer?	¿Qué se pretende ganar con la alianza?	Página web	Prototipo del producto
Cooperador regalador	Alfatenis S.A.S	ALFATENIS	Venta de ropa deportiva para para andres grasero	En buscan crear camisetas deportivas y casco para andres grasero donde la nuevas mangas el logotipo de la empresa, ademas se pretende implementar la venta de guantaletes y leggins	En planea tener en cuenta un riesgo de producción, donde se busca crear una nueva manufactura, en la cual no solo se planee un servicio a ofrecer a sus que también se planee ofrecer un producto como la ropa y accesorios para los usuarios aumentando los ingresos de la empresa, ademas de contar con una adquisición de nuevo recurso por medio de la comercialización de dichos productos, ademas de promover una publicidad endosada a las empresa fomentando la compra de la empresa colombiana y un porcentaje de ganancias a las empresas cada que se compre un implemento alterado	https://www.instagram.com/p/alfatenisgrasero/?hl=es	
	OTO ropa deportiva S.A.S	OTO	Venta de ropa deportiva para para andres grasero	En buscan crear camisetas deportivas y casco para andres grasero donde la nuevas mangas el logotipo de la empresa, ademas se pretende implementar la venta de guantaletes y leggins		https://www.instagram.com/p/oto_ropadeportiva/?hl=es	
	Pontela Group	PONTELA GROUP	Empresa especializada en estampados, principalmente en poleras, sudaderas (hoddies) y buzos	Se implementaran una asociaciones con la empresa en donde se puedan ofrecer buzos, poleras y hoddies con el logotipo de la empresa, ofreciendo un ingreso extra para la empresa por parte de la compra de estos productos		https://pontela.com.co/	
Alianza estrategica	Tech-fit	BODYTECH	Presta servicios de club médico deportivo con el soporte de profesionales en medicina del deporte, fisioterapia, nutrición y educación física.	Se creara un nuevo plan en donde el usuario tenga un descuento en dicha empresa a Body-tech, el plan planea generar un vinculo con el cliente en donde se ofrezca la valoración y un descuento por la inscripción al gimnasio. De igual forma Body-tech promocionar el plan en donde ademas de la necesidad del gimnasio se realice un descuento a convenio directo con nosotros para que el usuario tome la valoración en donde se pueda generar un plan de entrenamiento individualizado.	En planea evitar un riesgo financiero gracias la alianza de las empresas dado que se buscara generar una fidelizacion de los usuarios por medio del plan en donde ambas empresas ofrezcan un cliente y por medio del mismo se puede generar una publicidad endosada del uno a uno de los planes, de igual forma el generar las alianzas genera una versatilidad donde nos fomenta para los usuarios, dando a entender que se puede formar con varios	https://fit-tech.com.co/	
	Smart Fit	smart fit	Servicio de gimnasio aplicando las técnicas mas modernas en fisiología del deporte y con maquinas de la mas avanzada tecnología.	Se creara un nuevo plan en donde el usuario tenga un descuento en dicha empresa a Smart Fit, el plan planea generar un vinculo con el cliente en donde se ofrezca la valoración y un descuento por la inscripción al gimnasio. De igual forma Smart Fit promocionar el plan en donde ademas de la necesidad del gimnasio se realice un descuento a convenio directo con nosotros para que el usuario tome la valoración en donde se pueda generar un plan de entrenamiento individualizado.		https://www.smartfit.com.co/	
	EPS Colsubsidio	Colsubsidio	Somos una corporación de derecho privado sin animo de lucro, que pertenece al Sistema del Subsidio Familiar y al Sistema de Protección y Seguridad Social colombiano	En planea presentar una publicidad por parte de los docentes los cuales el recomienda mejorar actividad física donde brinde una pequeña charla sobre nosotros y adquiera un plan de los que se ofertan		https://www.colsubsidio.com/	

Capítulo VIII: Actividades claves

"Las actividades clave de la compañía o de tu nueva línea de negocio son las tareas clave que debes poner en marcha para poner en marcha tu negocio. Las actividades clave no son sólo los productos o servicios que desarrolla tu empresa, sino todas aquellas tareas imprescindibles y básicas para que todo funcione. Estas tareas imprescindibles serán parte fundamental de cualquier plan estratégico que vayas a poner en marcha." (Asana, 2023).

Frente a las actividades claves que se realizará será tener empatía con el cliente al momento que ingrese al local o se comunique con nosotros , sea por llamada o redes , esto quiere decir que siempre vamos a decir Buenos días , Buenas tardes o Buenas noches , depende la hora seguido a

eso haremos las preguntas diagnósticas general , cómo te enteraste de nosotros , tienes alguna lesión , patología o dolencia , cual es objetivo con las evaluaciones o por qué desea evaluar sus capacidades , seguido a esto ya sabremos qué producto poder ofrecerle al cliente y de la misma manera que evaluación serían las pertinente para poder obtener un resultado asertivo , incluido esto se le explicaran los test y evaluaciones para que al momento de realizarlas , no haya inconvenientes por desconocimiento.

De igual manera nuestros clientes serán informados y confirmados antes de sus valoración ya que esta puede presentar cambios por parte del cliente y de esta forma demostrar importancia a ellos, de igual forma al momento que el cliente salga de sus valoración se acerca a la recepción o Font desk , será atendido de manera amena y de la mejor forma haciendo la pregunta cómo te fue y te sentiste , también le diremos que en los próximos días se le hará llegar toda la información de su evaluación y también sus recomendación o si desea tomarlas presencialmente poder agendar la cita para el resultado de su evaluación, de esta forma dar a entender al cliente que su necesidad está siendo solucionado y de la misma manera poder impactar en el mercado.

Ya basándonos en 2 de nuestros planes el active y Dynamic decidimos dar un ejemplo de algunos test que están implícitos en la evaluación y según el objetivo del usuario se pueden incluir más test o modificar lo que se presentarán en la siguiente tabla.

Tabla 6.

Plan active y Dynamic

	Test	¿Qué busca ?	Recomendación frente al cliente
Plan active y dynamic	Adipometria	Es un estudio que determina la composición corporal con exactitud, los valores de grasa total y visceral, masa muscular y ósea, y cantidad de líquido de tu cuerpo; pudiendo obtener de esta forma un diagnóstico nutricional completo.	si el tejido graso , está elevado, se recomendará bajar este tejido graso y de la misma forma compararlo con el tejido de masa magra para saber cuánto aumentar dado la grasa visceral y los líquidos del cuerpo
	Fuerza prensil (dinamómetro de mano)	el test de fuerza prensil busca medir la fuerza de agarre del tren superior en sus extremidades	si la fuerza prensil es muy baja , nos quiere decir que el usuario no podría , agarrar , lanzar , o empujar cosas de su vida diaria o de esfuerzo mecánico
	Oftalmoscopia	observar la parte posterior del globo ocular, también el busca observar un desprendimiento de retina	el usuario al presentar algún signo positivo , frente a esto se remitirá de inmediato a un oftalmólogo
	Dinamómetro de espalda y pierna	este test busca Mide la fuerza de los grupos musculares de la espalda, la pierna y del pecho	si el usuario está por debajo de los valores estándar según su edad se deberá trabajar en coda esta cadena muscular , de igual forma ver en qué parte de la cadena muscular está el fallo , para permitir el mejor rendimiento , si el resultado es en unos valores o estándares normales, se buscará potenciarlos para llegar a su rendimiento óptimo
	Bioimpedancia	una técnica que se usa para medir la composición corporal que tiene el cuerpo humano	es un punto de partida para empezar a dar recomendaciones a el usuario frente a su objetivo
	valoracion fisica basica	Aca sacaremos datos , como peso , talla, patologías, se realizarán movimientos , para saber si el usuario presenta alguna restricción y de la misma forma podremos ir determinando el test más correctos , según su objetivo	

En este ejemplo se verá unos test para un atleta, se ve una robustez mayor al momento de incluir tecnología y de la misma forma test, que tienen análisis de todos los ámbitos, esto dado a que los deportistas deben ser funcionales y personas, totalmente entrenada para poder llevar su cuerpo a esfuerzos máximos y prolongados, por esa razón ya vemos test como el ergo espirometría, también la utilización del cyclus2, ya que son test de esfuerzo físico y que utilizan tecnología de punta.

Tabla 7.

Plan athlete

	Test	¿Que busca ?	Recomendación frente al cliente
Athlete	Ergo espirometría	Estudia de forma global y no invasiva la respuesta integral del organismo frente al ejercicio, a través de un análisis racional de los sistemas respiratorio, cardiovascular, hematopoyético, neuropsicológico y músculo esquelético.	Determinar la capacidad física del atleta y de la misma forma saber sus picos de en los cuales puede trabajar y mantenerse en un esfuerzo constante
	Bioimpedancia	Una técnica que se usa para medir la composición corporal que tiene el cuerpo humano	Es un punto de partida para empezar a dar recomendaciones a el usuario frente a su objetivo
	Esfigmomanómetro	Medir la presión arterial	Debe estar en valores normales a menos de que el deportista ya tenga una modificación anatómica dado su proceso de entrenamiento ya que la pared del corazón puede crecer hacia el exterior y aumentar su capacidad de inyección y eyección de sangre
	cyclus 2	Indica el trabajo realizado (es decir, su rendimiento de entrenamiento) en vatios.	Esto nos dirá la potencia y cadencia del deportista y de la misma forma determinar que se puede mejorar , en estos aspectos
	T-FORCE	Es un Sistema Dinámico de Medida para la Evaluación y el Entrenamiento de la Fuerza Muscular. (invermedica.2023)	nos dará un punto de partida para el entrenamiento de fuerza y de la misma forma para un seguimiento

Capítulo IX: Estructura de costos

Ahora bien, se debe entrar a estudiar todo aquello relacionado con la estructura de costos la cual Aragón (2006) nos las define como "es un proceso orientado a organizar de manera práctica la gestión de costos, basado en las prioridades estratégicas y operativas de la organización". Para poder entender estos costos debemos definir aquello que lo compone, se empiezan con los costos fijos los cuales los define Wyngaard (2012) como aquellos que "no varían entre determinados niveles de actividad", luego tenemos los costos variables que de igual manera lo define Wyngaard (2012) como aquellos que "varían proporcionalmente con el nivel de actividad" estos tienen un costo unitario el cual se calcula al dividir el total por el número de unidades producidas (Reyes, s.f) que en el caso de este proyecto sería por el número de servicios generados.

Tabla 8.

Costos fijos

COSTOS FIJOS			
CENTRO DE COSTOS	PRECIO	CANTIDAD	COSTOS FIJOS
ARRIENDO LOCAL	$1.500.000	1	$1.500.000
DEPRECIACIÓN	$888.690	1	$888.690
ADMINISTRADOR	$2.053.367	1	$2.053.367
CONTADOR	$2.000.000	1	$2.000.000
Secretaria	$1.160.000	1	$1.160.000
Servicios generales	$1.160.000	2	$2.320.000
		TOTAL COSTOS	**$9.922.057**

Tabla 9.

Costos variables

COSTOS VARIABLES			
CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PRO	COSTOS VARIABLES PROM
PAPELERIA	$300.000	1	$300.000
COORDINADOR	$1.846.304	1	$1.846.304
Profesionales en C.F.D.R	$1.900.000	4	$7.600.000
SERVICIOS DE LUZ, AGUA, T	$1.000.000	1	$1.000.000
Mantenimiento e imprevis	$3.500.000	1	$3.500.000
Abogado	$1.000.000	1	$1.000.000
Fisioterapeutas	$1.846.304	4	$7.385.216
Marketing	$2.000.000	1	$2.000.000
		TOTAL COSTOS	**$24.631.520**

Tabla 10.

Costo variable unitario

No. Personas	**190**	**Variable Unitario**	**$ 129.640**

Después se calculan algunos indicadores de los costos como lo es el punto de equilibrio este definido por Wyngaard (2012) como “El nivel de producción en el cual la empresa no tiene ganancias ni pérdidas, es decir, las ventas equivalen a los costos totales”.

Ecuación 1.

Punto de equilibrio.

PUNTO DE EQUILIBRIO			
Maxima de Producción/Atención			1000 Servicios
Punto de Equilibrio=	Costos Fijos Totales		
	Precio Unitario - Costo Variable Unitario		
PE=	**$9.922.057**		
	$221.053	**$129.640**	
PE=	**108,54**	**Personas**	

Ecuación 2.

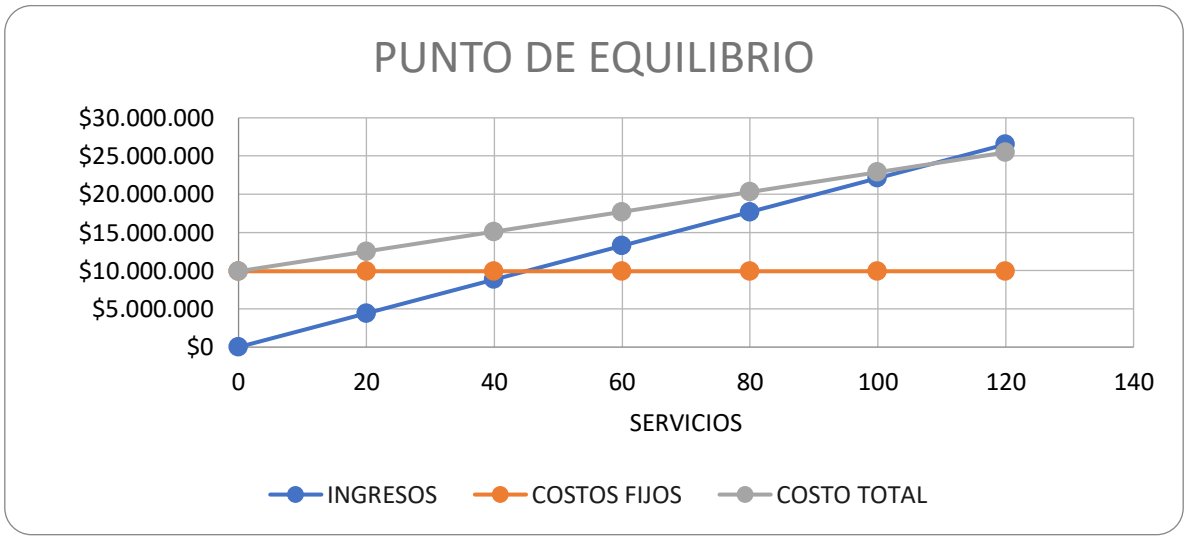
Valor equilibrio

Valor de Equilibrio=	Punto de Equilibrio * Precio Unit	
PE=	108,5	$221.053
VE=	**$ 23.993.257**	Pesos

Al calcular este punto de equilibrio nos da el resultado que necesitamos de 109 servicios para lograr cubrir los costos, esto al multiplicarlo por el promedio de los precios puestos a los 3 planes tenemos que nuestro valor equilibrio es de 23’993.257 pesos, esto con el fin de no tener perdidas y poder conocer de acuerdo a la proyección de ventas.

Gráfico 1.

Punto de equilibrio.



Capítulo X: Evaluación financiera

En este capítulo se definirá todo aquellos que nos permitirá evaluar a la empresa, se empieza definiendo evaluación financiera como “un proceso financiero mediante el cual una vez conocida la inversión inicial (inversión requerida para que un proyecto entre en operación) y los beneficios netos esperados, tiene como propósito principal medir la rentabilidad de un proyecto de inversión.” (Bravo, s.f). En esta evaluación se realizan 3 procesos principales: el valor presente neto (VPN), la tasa interna de retorno (TIR) y la recuperación de la inversión.

En el valor presente neto y la tasa interna de retorno se toman las definiciones dadas por Mete (2014) que nos dice que el valor presente neto “es el valor actual/presente de los flujos de efectivo netos de una propuesta, entendiéndose por flujos de efectivo netos la diferencia entre los ingresos periódicos y los egresos periódicos.” y la TIR “es la tasa de descuento que iguala el valor presente de los ingresos del proyecto con el valor presente de los egresos.”.

Finalmente definimos lo que es la recuperación de la inversión la cual es “El tiempo o periodo de recuperación simple es el tiempo que se necesita para poder recuperar el dinero que se invirtió inicialmente en un negocio o proyecto” (Nacional Financiera, 2004). Esta última dando como fin el indicador que nos dirá si es viable nuestro proyecto.

Tabla 11.

Flujo de caja

FLUJO DE CAJA DEL PRIMER AÑO

DESCRIPCIÓN	Inversión	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Inversión inicial	-$82.264.375													-$82.264.375
Ingresos		$23.960.000	$27.170.000	$30.380.000	$33.590.000	$36.800.000	$40.010.000	$43.220.000	$46.430.000	$49.640.000	$52.850.000	$56.060.000	$59.270.000	$499.380.000
Costos totales		-$23.663.853	-$25.608.446	-$27.553.040	-$29.497.634	-$31.442.228	-$33.386.821	-$35.331.415	-$37.276.009	-$39.220.602	-$41.165.196	-$43.109.790	-$45.054.383	-$412.309.417
Utilidades/Perdidas	-$82.264.375	$296.147	$1.561.554	$2.826.960	$4.092.366	$5.357.772	$6.623.179	$7.888.585	$9.153.991	$10.419.398	$11.684.804	$12.950.210	$14.215.617	$4.806.209

Ecuación 3.

Valor presente neto, retorno de la inversión y tasa interna de retorno

Flujo de Ingresos	
	A
Año	Valor
1	$ 504.000.000
2	$ 666.338.400
3	$ 880.965.999
Total	$ 2.051.304.399

Flujo de Egresos	
	B
Año	Valor
1	$ 414.642.929
2	$ 538.828.486
3	$ 700.207.618
Total	$ 1.653.679.033

Flujo de Efectivo Neto	
	A-B
Año	Valor
1	$ 89.357.071
2	$ 127.509.914
3	$ 180.758.381
Total	$ 397.625.366

Formulación de Datos VPN		TIR		RI
		-$ 82.264.375		
f1=	$ 89.357.071	$ 89.357.071	año1	$ 89.357.071
f2=	$ 127.509.914	$ 127.509.914	año2	$ 216.866.985
f3=	$ 180.758.381	$ 180.758.381	año3	$ 397.625.366
n=	3 años			
TIO=	28%			
Inv0=	$ 82.264.375			

VNA=VPN=	$151.564.025		
	TERCER año		PRIMER año
TIR=	122,60%		40,87%
RI=	$ 89.357.071	Inv0 ≥ RI	
	$ 7.446.423	(Inv0 ≥ RI)/#meses	
RI=	11,04750286	MESES	12 Meses

Al tener estos resultados podemos empezar interpretando que el VPN nos muestra la diferencia entre los diferentes periodos de la empresa en este encontramos que en los 3 se tendrían ganancias al 3er año de 151´564.025, después encontramos la TIR la cual nos indica que si es viable invertir en este modelo de negocio ya que al tercer año tendríamos el 122.60%. Finalmente tenemos la recuperación de la inversión en la cual nos da un resultado que a los 12 meses recuperamos el capital invertido para generar ganancias de ahí en adelante.

Lienzo Modelo de Negocio

Business Model Canvas

Diseñado por: Sergio David Beltran Amador
Daniel Elias Rodriguez Cabarcas
Vanesa Carolina Lombana Jaimes

Diseñado para: Juan Carlos Corredor Hernandez

En: 13/05/2023

Iteración #

Asociados Clave

ALBATROS

Tipo alianza: comprador suplidor
Se oferta: venta de ropa deportiva

oto

Tipo alianza: comprador suplidor
Se oferta: venta de ropa deportiva

PONTELA GROUP

Tipo alianza: comprador suplidor
Se oferta: venta estampados

BODYTECH

Tipo alianza: alianza estratégica
Se oferta: Plan para usuarios

smart fit

Tipo alianza: alianza estratégica
Se oferta: Plan para usuarios

Colsubsidio

Tipo alianza: alianza estratégica
Se oferta: Plan para usuarios

Actividades Clave

plan activ y dynamic

Plan Atlethe

Recursos Clave

Físicos

Computadores

Maquinaria especializada

Talento humano

Recursos

Económicos

$108.800

Propuesta de Valor

evaluaciones asequibles funcionales, músculo-esqueléticas,

PHYSICAL ASSESMENT CENTER

tecnología de punta

individualización

seguimiento o recomendaciones

Relación con los Clientes

Explicación de los test exclusiva

seguimiento al plan 3, recomendaciones a plan 1 y 2

valoración personaliza

Canales

Estrategias de publicidad

Redes sociales

Volanteo

Pagos en tarjeta, efectivo y transferencia

Se encontrará abierto de lunes a viernes, en un horario de 7:00 am a 11:00 am y de 2:00 pm a 6:00 pm

Segmento de Clientes

Edad mínima :13
Edad máxima: 70

usaquén

mercado segmentado

Estructura de Costos

Costos Fijos:
$9´922.057
Contador, depreciación y arriendo

Costos Variables:
$24´631.520
Profesionales en CFRD, servicios y marketing

$34´553.577 COP

$15.218.413 COP
$227.434 COP
$139.419 COP

PE= 172,91 Personas

VE= $39´325.041

Evaluación Financiera

V.P.N.
151.564.025

R.I.
12 meses

T.I.R.
40, 87% primer año
[: 122,60% 3 año

Vías de Ingreso

Plan activ:
150.000x100P.P.

Plan Dynamic :
400.000*40 P.P

Plan athlete:
220.000*50 P.P

$42´000.000/190 Personas Promedio

$221.053 COP Precio Unitario Promedio

Creado por Marcelo Pizarro en base al trabajo de Alex Osterwalder https://www.businessmodelgeneration.com y a la inspiración de David Bland http://agile.dzone.com/news/how-create-business-model

Licenciado mediante Creative Commons Reconocimiento - Compartir Igual 3.0 Unported - MARCELO PIZARRO - https://www.marcelopizarro.biz

Referencias

Acosta, Cristian. (2022), «Conozca los trámites y costos para crear una empresa ante una cámara de comercio». Editorial La República. Accedido 2 de junio de 2023. https://www.asuntoslegales.com.co/actualidad/conozca-los-tramites-y-costos-para-crear-una-empresa-ante-una-camara-de-comercio-3295128.

Alvero-Cruz, J. R., L. Correas Gómez, M. Ronconi, R. Fernández Vázquez, y J. Porta i Manzañido. «La bioimpedancia eléctrica como método de estimación de la composición corporal, normas prácticas de utilización». Revista Andaluza de Medicina del Deporte 4, n.o 4 (2011): 167-74.

ASALE, RAE-, y RAE. «deportista | Diccionario de la lengua española». «Diccionario de la lengua española» - Edición del Tricentenario, 2022. https://dle.rae.es/deportista.

Asana. (2022) «Modelo Canvas: para qué sirve y cómo hacerlo paso a paso • Asana». https://asana.com/es/resources/business-model-canvas.

Bara, Marc. (2018). «Recursos en la Gestión de Proyectos: más allá de los recursos humanos y materiales». OBS Business School, https://www.obsbusiness.school/blog/recursos-en-la-gestion-de-proyectos-mas-alla-de-los-recursos-humanos-y-materiales.

Bigas, Ángel. (2023) «Plan de entrenamiento: qué es, síntomas y tratamiento». Top Doctors, https://www.topdoctors.es/diccionario-medico/plan-de-entrenamiento.

Bravo, Stevan. «Evaluación Financiera-Concepto | PDF | Evaluación | Inversiones». Scribd, 2021. https://es.scribd.com/document/528152706/EVALUACION-FINANCIERA-CONCEPTO.

Campuzano, Manuel. «Ingresos: qué es - Diccionario de Economía». elEconomista.es. Accedido 2 de junio de 2023. https://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/ingresos.

Corredor Hernández, Juan Carlos. (2022) Emprendimiento e innovación en la Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación. Ediciones USTA, 2022. https://repository.usta.edu.co/handle/11634/48822.

Da silva, Douglas. «Valores de una empresa: que son + ejemplos». Zendesk MX, 2022. https://www.zendesk.com.mx/blog/valores-de-una-empresa/.

Efficy. «Qué son los canales de distribución y cómo aplicarlo según tu negocio». efficy, 10 de junio de 2021. https://www.efficy.com/es/canales-de-distribucion/.

Esneca. «Entrenador físico: cualidades y habilidades básicas». Esneca (blog), 5 de diciembre de 2018. https://www.esneca.com/blog/cualidades-habilidades-entrenador-fisico/.

Fabián. (2021), «▷ Qué es Talento Humano en una Empresa». contabilidaddeservicios.com (blog), https://contabilidaddeservicios.com/administracion/que-es-talento-humano-en-una-empresa/.

García, José Ramón Rodríguez. «Modelos de negocio: Metodología CANVAS (10aparte)». Áreas de Formación (blog), 7 de marzo de 2016. https://areasdeformacion.com/modelos-de-negocio-metodologia-canvas-10aparte/.

Greenfield, Marlene. (2022) «Población en Colombia por departamento 2022». Statista. Accedido 2 de junio de 2023. https://es.statista.com/estadisticas/1191612/numero-de-personas-en-colombia-por-departamento/.

InBody LATAM – Analizador de Composición Corporal InBody. Accedido 12 de mayo de 2023. https://www.inbodylatinamerica.com/.

Lambin, J. J., & Alejandro Molla descals. (1999). Marketing estratégico (p. 35). México: McGraw-Hill.

Martínez, R. R., & Díaz, F. A. E. (2010). Las enfermedades crónicas no transmisibles en Colombia. Boletín del observatorio en salud, 3(4). z2xs3cd4.

Merino, S., & María, J. (2001). La investigación de mercados en la empresa.

Mete, Lic Marcos Roberto. «VALORACTUAL NETO Y TAS A DE RETORNO: SU UTILIDAD COMO HERRAMIENTAS PARA EL ANÁLISIS Y E VALUACIÓN DE PROYECTOS DE INVERSION», 2071- 081X, 7 (2014): 67-85. http://www.scielo.org.bo/pdf/rfer/v7n7/v7n7_a06.pdf.

Min, Salud. «Prevención de enfermedades no transmisibles». Accedido 31 de mayo de 2023. https://www.minsalud.gov.co/salud/publica/PENT/Paginas/Enfermedades-no-transmisibles.aspx.

Mindeporte. «Mindeporte», 2018. https://www.mindeporte.gov.co/sala-prensa/noticias-mindeporte/deporte-colombiano-vuelo-alto-rendimiento.

Moreno, Juanita. (2023) «Asistencia al cliente: definición, importancia y claves de éxito». Accedido 2 de junio de 2023. https://blog.hubspot.es/service/asistencia-al-cliente.

NAFIN: Fundamentos de Negocio. Accedido 12 de mayo de 2023. https://www.nafin.com/portalnf/content/desarrollo-empresarial-y-asistencia-tecnica/herramientas-de-negocio/fundamentos_negocio.html.

Omil, José, Pablo Cabanelas, y Javier Paniagua. «La gestión de las relaciones con los clientes como característica de la alta rentabilidad empresarial». Revista europea de dirección y economía de la empresa, ISSN 1019-6838, Vol. 16, No 3, 2007, pags. 133-148 16 (1 de enero de 2007).

OMS. (2022) «Actividad física», https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity.

Tecno Med. (2000). «Ergoespirómetro Quark Cpet Cosmed». Accedido 12 de mayo de 2023. https://tecnomed2000.com/producto/ergoespirometro-quark-cpet/.

Thakur, Rakhi. «Understanding Customer Engagement and Loyalty: A Case of Mobile Devices for Shopping». Journal of Retailing and Consumer Services 32, n.o C (2016): 151-63.

Universidad de Murcia. «TEST: Pruebas de Valoración de la Condición Física - Centro de Medicina del Deporte - Universidad de Murcia». Medicina deportiva. Accedido 2 de junio de 2023. https://www.um.es/web/medicinadeportiva/contenido/planificacion/pruebas.

Wyngaard, Guillermo. (2012) «Módulo 5: Costos. Disertante: Ing. Guillermo Wyngaard INTI Mar del Plata - PDF Free Download», https://docplayer.es/1593470-Modulo-5-costos-disertante-ing-guillermo-wyngaard-inti-mar-del-plata.html.

Yun, Tatyana. (2021) «Recursos Clave - Segmento Lienzo Canvas», https://modelocanvas.net/recursos-clave/.

Zarmpou, Theodora, Vaggelis Saprikis, Angelos Markos, y Maro Vlachopoulou. «Modeling Users' Acceptance of Mobile Services». Electronic Commerce Research 12, n.o 2 (1 de mayo de 2012): 225-48. https://doi.org/10.1007/s10660-012-9092-x.