

CLUB RECREO – DEPORTIVO EMPRESARIAL TRAINING COMFORT



TRAINING COMFORT

"TU CUERPO TU TEMPLO"

SERGIO ALVAREZ

HERNAN CAICEDO

KELVIN MACIAS

TUTOR: WILSON GARCIA.

UNIVERSIDAD SANTO TÓMAS

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESA, PROGRAMA DE EMPRENDIMIENTO

CULTURA FÍSICA DEPORTE Y RECREACIÓN

2016

INTRODUCCIÓN

El Club Recreo-Deportivo Empresarial TRAINING COMFORT, ubicado en la zona industrial y empresarial de la localidad de Puente Aranda, es un club orientado y preocupado por fomentar la actividad física para la salud por medio del entrenamiento físico, atacando el sedentarismo algo muy clave en esta idea de negocio y la poca actividad física que realizan los empleados del sector. La idea de negocio del Club es prestar servicios de entrenamiento físico en sus diferentes y nuevas modalidades (Fitness, Crossfit, TRX, Rumba aeróbica, Insanity, y entrenamiento funcional) buscando por medio de estas actividades o servicios fomentar formas de vida más saludables y que generen una mejor calidad de vida, puesto que como se puede evidenciar es una población expuesta a diferentes riesgos tales como: contaminación atmosférica, contaminación por ruido, contaminación del suelo, contaminación acuifera, riesgo biológico por perros callejeros, riesgo biológico por artrópodos y roedores y riesgos químicos (Alcaldía mayor de Bogotá, secretaría de Hacienda, Departamento de Planeación, 2004). Haciéndola una población vulnerable con constantes riesgos que afectan su salud, por lo cual estos servicios buscan reducir la constante exposición y contrarrestar por medio del entrenamiento físico para la salud las consecuencias, ya que por estas condiciones ambientales las posibles consecuencias en enfermedades crónicas no transmisibles es muy elevada (EPOC, sistemas hemodinámicos, infecciones de vías respiratorias, cardiopatía isquémica, ahogamientos, etc.) y que aumentan los comportamientos no saludables, que a su vez llevan a que paralelamente estos problemas sigan creciendo en mayor medida y de una manera más drástica (OMS, 2006) al igual que el constante acechamiento de enfermedades y/o lesiones por tareas laborales (lesiones laborales) que se dan por tareas específicas y repetitivas a causa de prolongados períodos de tiempo, siendo así la razón de ser del presente modelo de negocio, la principal idea es atacar directamente y tener programas específicos para la población ya resaltada anteriormente.

Esta idea de negocio surge a partir de una idea muy usual como lo es el club house, ya que es una idea con determinadas actividades prestadas para conjuntos residenciales, ahora

bien, se quiere adoptar la idea de un establecimiento orientado a una población específica con grandes similitudes de características, como lo son los empleados de las empresas de la zona también en principio mencionada, se quiere llevar y prestar servicios exclusivos a esta población determinada con sus necesidades específicas, buscar generar mejores condiciones de vida, menos molestias y disminución de consecuencias de sus factores socio-ambientales, así como también programas de rehabilitación en lesiones laborales.

También así buscando que las empresas se beneficien ya que sus empleados van a tener mayores y mejores condiciones, tendrán empleados más sanos y acondicionados, con menos lesiones laborales, lesiones mejor tratadas y con menor tiempo de recuperación, lo que puede traducirse en mayor productividad, mejor ambiente laboral, eficiencia y eficacia de los empleados que se verán reflejados en resultados de procesos de la empresa.

Ya como valores agregados a la principal razón de ser del Club, se prestarán servicios de charlas sobre la importancia de la actividad física, nutrición, etc., por otro lado a los programas de entrenamiento físico y acondicionamiento podrán entrar a hacer parte los familiares de los empleados vinculados al club. Harán parte de estos servicios la venta de productos para la salud, productos deportivos, complementos dietéticos y nutricionales.

MODELAMIENTO DE LA IDEA DE NEGOCIO

La idea surge a partir de ver y estudiar como trabajo de grado la opción de creación de empresa, ver como alternativa una creación de un Club House, mas sin embargo traer algo nuevo e innovador a este concepto, por lo cual nace la idea de ver la exclusividad del Club House y quererla implementar en otro concepto, por lo que se observa y se analiza que no hay un establecimiento preocupado y/o enfocado en la población de empleados de empresas industriales específicamente, con sus necesidades, riesgos y demás factores, así que se quiere trasladar quizá no la misma imagen tal cual del concepto de Club House pero si apoyarse en su concepto de exclusividad para trasladar los servicios de entrenamiento físico para la salud, rehabilitación de lesiones en la población escogida, y programas pensados estrictamente para ellos.

Básicamente es llevar la idea de gimnasio para la comunidad o población habitual hacia empleados de empresas de la zona industrial de la localidad de Puente Aranda. Al entrar a estudiar sobre antecedentes de la idea, se puede encontrar las políticas de salud laboral, donde aparecen actividades como pausas activas para empleados, mas no son programas muy extensos o exclusivos para todas las necesidades de esta población, y no hay ningún gimnasio o entidad totalmente enfocada en prestar y tener todos sus recursos para atacar o tener como objetivo esta población y sus necesidades.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Las actividades que se realizan en el centro recreo-deportivo TRAINING COMFORT son de acuerdo las necesidades de nuestros usuarios, ya sea para mejorar su condición física, su imagen, su rendimiento deportivo, si quiere un medio de relajación, recrearse a través de las actividades que se ofrecen, todo lo anterior de acuerdo a lo que el usuario requiera con el fin de brindarle un servicio de excelencia y una mejor calidad de vida.

Con los profesionales idóneos de la Universidad Santo Tomás, quienes por medio de su formación humanista y académica de la universidad brindarán soluciones a los problemas de la comunidad y el fenómeno a atacar brindando un espacio óptimo para cada uno de los clientes.

Por medio del respeto, la responsabilidad personal íntegro, la ética, el amor por el trabajo se quiere dar y brindar un espacio a los clientes donde se sientan apreciados y atendidos con toda la calidad y valores característicos del personal, identificándose por los valores de los profesionales en Cultura Física, Deporte y Recreación de la Universidad Santo Tomás.

MARCO REFERENCIAL

Nos apoyaremos en el sustento de la ley (Ley 181 de Enero 18 de 1995)

Por el cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el Sistema Nacional del Deporte.

Artículo 1. Los objetivos generales de la presente Ley son el patrocinio, el fomento, la masificación, la divulgación, la planificación, la coordinación, la ejecución y el asesoramiento de la práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre y la promoción de la educación extraescolar de la niñez y la juventud en todos los niveles y estamentos sociales del país, en desarrollo del derecho de todas personas a ejercitar el libre acceso a una formación física y espiritual adecuadas. Así mismo, la implantación y fomento de la educación física para contribuir a la formación integral de la persona en todas sus edades y facilitar el cumplimiento eficaz de sus obligaciones como miembro de la sociedad.

Además, nuestro proyecto está fundamentado en conceptos fuertes que a continuación ampliaremos:

- TRX: (entrenamiento en suspensión) Nacido en los Navy Seals, el ejercicio corporal de entrenamiento en Suspensión desarrolla la fuerza, el equilibrio, la flexibilidad y la estabilidad de la base al mismo tiempo. Se requiere el uso de la TRX Suspensión Trainer, una herramienta de entrenamiento de alto rendimiento altamente portátil que aprovecha la gravedad y el peso corporal del usuario para completar cientos de ejercicios. (www.trxtraining.com)
- Entrenamiento Funcional: El método de entrenamiento desarrollado desde el principio del proceso de rehabilitación que aplicando y utilizando conceptos de anatomía funcional permiten desarrollar un programa de ejercicios los cuales imitan gestos y movimientos de nuestro cuerpo que de acuerdo a las necesidades específicas

de cada persona proporcionarán un impacto positivo en las actividades diarias y deportivas. (American College of Sport Medicine, 2005)

- Crossfit: Es el deporte del fitness y es caracterizado por ser un sistema de acondicionamiento físico basado en movimientos funcionales, creatividad y variedad de ejercicios, alta intensidad y corta duración. (CrossFit, Inc.)

- La clase de Rumba Aeróbica consiste en realizar movimientos aeróbicos de caderas, cintura y hombros se combinan diferentes ritmos como salsa, merengue, reggaeton, zamba, música colombiana con el fin de ir adquiriendo ritmo, soltura, armonía, buena expresión corporal, elegancia y trabajo cardiovascular.

- Insanity es un programa de acondicionamiento total del cuerpo a base de cardio de 60 días. Fue creado por el experto en Fitness Shaun T, basado en gran medida en años de estudio además de su formación universitaria en entrenamiento. Mantenerse al día, y trabajar más allá de su máximo con cardio explosiva y ejercicios pliométricos y los intervalos de fuerza, potencia y resistencia.

- Acondicionamiento físico: el acondicionamiento físico es el desarrollo de la suma de cualidades físicas básicas importantes para el rendimiento, las cuales son: Condicionales (fuerza, resistencia, velocidad y flexibilidad) y coordinativas.

Rehabilitación de lesiones: Es la restauración de la función atlética, en el mayor grado posible, en el tiempo más corto posible. La práctica basada en los conocimientos científicos, focalizada en el manejo del curso temporal de la reacción inflamatoria inicial y los procesos de reparación subsecuentes, reconociendo las características de cicatrización de los tejidos neuromusculares, articulares y óseos, y fundamentada en la apreciación de la mecánica articular.

COMPONENTES DEL MODELO DE NEGOCIO

1. SEGMENTOS DE MERCADO

Hoy en día uno de los más grandes problemas es el sedentarismo puesto que las personas no cuentan con la facilidad de tiempo para poder realizar actividad física o porque sienten pereza desplazarse hasta un gimnasio o lugar para realizar ejercicio físico, por lo cual queremos prestar la facilidad de estar en su zona de trabajo minimizando las excusas para la práctica saludable del ejercicio físico regular, así, la principal y primera sede estará situada y pensada en la localidad de Puente Aranda, en la zona industrial, se quiere atraer y llevar la idea hacia los empresarios y empleados de todas las empresas que allí se encuentran. Esta propuesta busca entrar a servir con sus características a cierto Segmentacion de Mercado, los cuales son los empleados de la zona industrial de Puente Aranda con sus necesidades de actividad física por sus labores. Buscamos lograr vincular a 120 personas de un total de empleados de 137.000, es decir, un 0.087% del total de empleados en el primer año, progresivamente se tiene como objetivo ir creciendo en un 3% año tras año.

Segmentación geográfica: Puente Aranda está ubicada en el centro de la ciudad y limita, al norte, con la localidad de Teusaquillo; al sur, con la localidad de Tunjuelito; al oriente, con las localidades de Los Mártires y Antonio Nariño, y al occidente, con las localidades de Fontibón y Kennedy.

Segmentación demográfica: La densidad de población se define por la cantidad de habitantes en una unidad de superficie terrestre dada; en este caso la unidad es la hectárea (ha). En el gráfico 2 se presentan las densidades de población para el área urbanizada del Distrito Capital y sus 19 localidades urbanas. Puente Aranda se encuentra en un rango medio

bajo según su densidad, ya que presenta un indicador de 166 hab./ha, que resulta inferior al promedio distrital (195 hab./ha). La composición de la población residente de Puente Aranda por edad muestra una localidad con una población eminentemente joven, en donde el 25,63% de ésta es menor de 15 años y un 4,54% es mayor de 64 años; por género la composición es del 46,77% de hombres y 53,23% mujeres.

Segmentación Psicográfica: En la localidad Puente Aranda predomina la clase media: el 98% de los predios son de estrato 3 y es la localidad de mayor vocación industrial de la ciudad. Puente Aranda tiene 289 mil habitantes (4,2% del total de la ciudad), lo que la ubica como la novena localidad en población y la séptima en densidad, 168 personas por hectárea, por encima del promedio de la ciudad (42 p/ha). La tasa de ocupación de Puente Aranda (58,4%) es superior a la de la ciudad (55,1%). Las actividades que más ocuparon personas residentes en Puente Aranda fueron: comercio, hoteles y restaurantes (28,6%), industria manufacturera (22,2%), y servicios sociales, comunales y personales (26,8%) y transporte y almacenamiento (9,12%).

Segmentación conductual: Los usuarios estarán divididos en diferentes grupos, basados en sus conocimientos, actitudes o uso de las diferentes actividades. Según el tipo de actividades diarias de los usuarios y costumbres, se les brindara unos beneficios (tecnológicos, funcionales, y emocionales para su vida cotidiana.

Segmentación conductual por ocasión: De acuerdo a la situación o fecha especial de cada usuario ej: (cumpleaños, día de la madre, día del padre, noche de los niños, navidad etc.) se les hará un reconocimiento y se les dará una atención especial.

OCUPACIÓN Y DESOCUPACIÓN

**Cuadro 22. Ocupados y desocupados.
Bogotá, D.C., 2003**

Localidad	Ocupados	Tasa de ocupación ¹	Desocupados	Tasa de desempleo ²
Usaquén	213.016	57,59	17.082	7,42
Chapinero	75.911	62,91	5.078	6,27
Santa Fe	57.768	59,50	9.062	13,56
San Cristóbal	179.254	49,83	30.782	14,66
Usme	103.601	55,63	15.945	13,34
Tunjuelito	91.794	52,86	14.204	13,40
Bosa	225.873	56,02	36.886	14,04
Kennedy	361.473	51,52	70.549	16,33
Fontibón	122.291	53,52	20.402	14,30
Engativá	346.223	53,65	53.985	13,49
Suba	380.425	58,33	49.507	11,52
Barrios Unidos	84.325	55,31	10.276	10,86
Teusaquillo	81.337	59,45	8.958	9,92
Los Mártires	44.846	54,53	5.941	11,70
Antonio Nariño	46.292	54,90	4.797	9,39
Puente Aranda	137.391	58,35	16.876	10,94
La Candelaria	12.641	57,54	1.991	13,61
Rafael Uribe	183.359	54,89	34.402	15,80
Ciudad Bolívar	244.599	54,68	44.660	15,44
Total	2.992.419	55,08	451.385	13,11

**Cuadro 23. Cantidad de personas ocupadas
según la rama de actividad.
Puente Aranda, 2001**

Rama de actividad CIIU (un dígito)	Ocupados	% Total
1 y 2 Sector agropecuario y minero	746	0,65
3 - Sector industrial	23.871	20,90
4 - Electricidad, gas y agua	559	0,49
5 - Sector de la construcción	1.967	1,72
6 - Comercio, restaurantes y hoteles	34.673	30,36
7 - Transporte, Almac. y comunicaciones	13.456	11,78
8 - Servicios financieros, Inmob. y Emp.	12.537	10,98
9 - Servicios comunitarios, sociales y Pers.	26.264	23,00
0 - No clasificado	141	0,12
Total	114.214	100,00

Fuente: Encuesta Nacional de Hogares ENH, 2001.

En Puente Aranda se localizan 14.140 empresas de Bogotá, equivalentes al 6,2%. La estructura empresarial de la localidad se concentra en el sector servicios (69%) y la industria (26%).

- En la localidad Puente Aranda hay una alta presencia de microempresarios. Del total de empresas, 11.978 son microempresas que representan el 85% de la localidad y el 6% de Bogotá.

- Los sectores económicos en los que se encuentra el mayor número de empresas de la localidad son: comercio (42%), industria (26%), transporte, almacenamiento y comunicaciones (8%), servicios inmobiliarios y de alquiler (6%), y restaurantes y hoteles (6%).

- El 65% de las empresas de la localidad son personas naturales, y el 35% de personas jurídicas.

- El 11% de las empresas de Puente Aranda realizan operaciones de comercio exterior.

- En el 2006 se liquidaron 185 empresas en Puente Aranda, 5% del total de liquidadas en Bogotá. La mayor concentración se presentó en el sector de las microempresas (80%) y pequeñas empresas (15%) y el mayor valor liquidado se registró en las medianas empresas (43%) y pequeñas (33%).

- En la localidad se identificaron 7.628 empresas que pueden articularse a las cadenas productivas de productos alimenticios, textil y confección, construcción e ingeniería civil, y metalmecánica.

Puente Aranda es la novena localidad con mayor participación en el total de empleados de la ciudad, 4,6% (137 mil personas).

Dicho y mostrado todo el contexto anterior, el tipo de mercado y segmentación de esta propuesta es un mercado segmentado, ya que como ya se menciona la propuesta de valor va dirigida únicamente a empleados y empresarios de la zona industrial de la localidad Puente

Aranda, buscando ayudar en sus problemáticas y teniendo como objetivo sus especificaciones y necesidades propias a esta población.

PROPUESTA DE VALOR

La propuesta está pensada para establecer el club en la localidad de Puente Aranda, en la zona industrial, donde se quiere atraer y llevar la idea hacia los empresarios de todas las empresas que allí se pueden encontrar, tales como: Saeta, Gaula, Postobón, Laboratorios Roche, La Campiña, Bayer, Bodegas de Rhin, Comapan, RCN, etc. Teniendo como principales y potenciales clientes aquellos empresarios y empleados de medio y alto rango de toda la zona industrial, llevando como principales servicios actividades físicas para la salud laboral, relajación, recreación, etc. El objetivo primordial es la afiliación o contrato directo de alguna de estas empresas con el Club para prestar los servicios a sus empleados, sin descuidar los demás servicios directos que presta el Club.

Se pretende brindar solución al problema del estrés laboral y posibles problemas físicos que puedan afectar a dicha población, es una población vulnerable por su componente laboral tan pesado, creando un espacio para todo este sector laboral y empresarial, en donde se encuentran ubicados.

Inicialmente este proyecto nace desde la necesidad del ser humano de moverse. Una de las características más importantes de los seres vivos es el movimiento “lo que se mueve, está vivo” y esto no es excepción para el hombre. Debido a la globalización y la evolución del ser humano cada día dicho movimiento es menos evidente. De otro lado, en las grandes empresas por sus altas cargas laborales, horarios extenuantes, falta de tiempo y recursos físicos, los altos niveles de estrés y fatiga que se manejan, hacen que el tiempo que se le dedica a la actividad física sea limitado y hasta en algunos casos nulo.

Por lo cual la importancia de este proyecto surge desde la idea de mejorar su calidad de vida donde creemos que un empleado funciona mejor y tiene mejor desempeño laboral, si dicho empleado es una persona que se encuentra equilibrada en lo que a mente y cuerpo se

refiere, tendrá una eficacia, eficiencia y efectividad absoluta en su ámbito laboral, social y personal. Se pretende con este proyecto lograr llegar a una población determinada con planes de acondicionamiento físico y entrenamiento con un enfoque que va más allá de lo estético, busca brindar a los usuarios una ventana a un mundo que les permita transformar sus vidas desde los aspectos más intrínsecos y personales, hasta los entornos en donde se desarrolla como persona y como profesional, permitiéndole así al usuario un nuevo despertar de la conciencia, una transformación profunda de su ser y un descubrimiento tanto de habilidades como cualidades desconocidas hasta el momento, las cuales solo se descubren a través de los efectos transformadores de la actividad física.

Uno de los problemas que se presentan en las diferentes empresas del sector de Puente Aranda es la falta de actividad física de los empleados, se busca crear e innovar en el mercado actual de estas empresas la actividad física con una entidad prestadora de servicios, la cual se fundamenta en todo lo relacionado con el acondicionamiento físico, actividad física para la salud, promoción de una vida sana y hábitos saludables para el mejoramiento del desempeño en cuanto a labores diarias y rutinarias en el ámbito laboral, programas específicos e individuales los cuales no están enfocados únicamente en el aspecto físico, sino que con un diagnóstico previo de hábitos, labores y responsabilidades del usuario se busca mediante el entrenamiento y la actividad física un mejor desempeño tanto en sus funciones cotidianas, como en su campo laboral, mediante este programa la intención es que los usuarios tengan un mejor rendimiento en sus empresas, mientras que cuidan su aspecto físico y salud mediante la actividad física, este proyecto es innovador ya que en los diferentes gimnasios de Bogotá suelen trabajar con entrenamiento y recursos (material) convencionales, el beneficio de la presente empresa será brindar el servicio con nuevas tendencias en el entrenamiento funcional, dando a conocer lo completo que es, caracterizándolo por entrenar movimientos y no solo músculos, es decir, a diferencia del entrenamiento convencional, se compone de ejercicios los cuales involucran diferentes grupos o cadenas musculares y no ejercita un musculo aislado, , además de fortalecer diferentes músculos del cuerpo, el entrenamiento funcional nos ayuda a realizar movimientos correctos y seguros, por lo tanto es de gran ayuda para prevenir lesiones.

Como si fuera poco, el entrenamiento funcional ayuda a mejorar en un deporte, disciplina o simplemente en un ámbito laboral y personal, así como también promueve la recuperación tras una lesión y lo mejor es que es apto y recomendable para todo tipo de

persona, entonces con el entrenamiento funcional se optimiza todo el cuerpo y diversas actividades asimilándose a movimientos que se realizan en el día a día bien sea en la empresa como en la casa, de esta manera se pretende ayudar a la población afectada por medio de esta empresa, con el objetivo de mejorar su calidad de vida. Yendo así dirigido este proyecto a la población ejecutiva, directiva y empleados de las diferentes empresas de Puente Aranda, se considera que es un sector que está descuidado y tiene mucho potencial en lo que a resultados y transformación de vidas y contextos se refiere.

Las principales competencias son los centros de acondicionamiento físico; tanto deportivos, como los enfocados en la estética, entrenadores personales, médicos deportivos y todos aquellos del área de la salud quienes buscan también el mejoramiento de la calidad de vida de diferentes poblaciones.

Este servicio cuenta con la certificación de profesionales en cultura física de alta calidad, los cuales a cada uno de los procesos garantizarán, la obtención y el rendimiento para generar buenos resultados. (Bingé, 2000)

Con lo anteriormente dicho, definimos las propuestas de valor en las que la entidad se enfoca como: la personalización, siendo esta idea algo nuevo que no se ha visto o se ve hoy en día, buscando incursionar con la actividad física y entrenamiento físico en una población única y exclusiva, con sus diferentes cualidades y demás, siendo así ésta nuestra principal plus y proposición de valor, destacamos también el desempeño ya que contamos con todos los recursos necesarios y profesionales idóneos para las actividades y servicios prestados y por último la accesibilidad ubicándonos en su sector buscando facilidad para el uso de los servicios.

CANALES

Para elevar la percepción de los usuarios se comenzara por medio de entrevistas a posibles futuros clientes que permitan conocer la opinión que tienen a cerca del servicio que se les está proponiendo (persona a persona), ya posteriormente la relación con los clientes en cuanto a información podrá ser virtual (página en Facebook, Instagram, Twitter, pagina web) o personal, esto con el fin de ampliar la divulgación en el medio y captar a posibles usuarios, la relación con los clientes en cuanto a servicio será presencial en el centro recreo-deportivo y también personalizada si el cliente así lo desea.

Los canales que se utilizaran por la empresa serán volantes con información primordial del Club que serán repartidos por todo el sector de Puente Aranda, además en las viviendas y conjuntos residenciales de la zona, en los cuales se informaran números de teléfono, correo electrónico y redes sociales como Facebook, Instagram y twitter, en donde las personas podrán comunicarse.

Se dispondrá de líneas telefónicas, redes sociales y una página web, en donde las personas podrán encontrar información acerca de los diferentes servicios, los horarios y los precios. También se brindara información directamente en el Club. Mediante línea telefónica, correo electrónico y redes sociales, se les brindara el servicio de atención a los clientes que lo necesiten.

El tipo de venta será de forma manual para poder observar si el servicio funciona y a la vez de forma directa ya que no necesitara de intermediarios para dar a conocer el servicio.

Tendrá un enfoque de retención para mantener y fidelizar a los clientes y a la vez tener la posibilidad de ampliar el número de usuarios.

Además buscaremos que nuestros clientes ayuden a crecer la empresa, por lo cual se darán incentivos como en la rebaja de su mensualidad por personas que traigan y se afilien, otras maneras de mantener a nuestros clientes felices será que si por llegado un momento tienen problema para asistir y ha sido un cliente constante, se le darán clases personalizadas, clases gratis y asesoramientos externos a las clases.

El servicio post venta, estará dispuesto de la siguiente manera: el cliente que leve pago sus mensualidades al día, tres mensualidades continuas pagadas en los 5 primeros días el cuarto mes se le hará un descuento del 50% en esa mensualidad.

RELACION DE CLIENTES

Se contará con una oficina en la zona industrial en un horario de 8:00 am a 11:00 pm, la cual atenderá las diferentes sugerencias, propuestas e inquietudes de los usuarios, también se atenderá para las diferentes inscripciones de cada modalidad establecida, la oficina tendrá ventas de equipamientos, implementos deportivos y material adecuado, para la facilidad de los usuarios y aquellos clientes que quieran hacer parte de nuestra empresa, se utilizara los distintos canales por la zona industrial, publicidad, redes sociales, voz a voz etc. Por este medio se dará a conocer el Club Recreo Deportivo Empresarial Training Comfort para el mejoramiento de la calidad de vida de los distintos trabajadores, familias y empresarios de esta localidad.

Las actividades principales a realizar son Fitness, Crossfit, TRX, Rumba aeróbica, Insanity, y entrenamiento funcional, dando así la oportunidad de conocer e interactuar con estos nuevos modelos de entrenamiento en sus diferentes disciplinas.

Los clientes como base fundamental de la empresa se obtendrán visitando las diferentes empresas del sector industrial dándoles a conocer el proyecto y sus diferentes propósitos para el beneficio de los trabajadores y sus familias, cada mes se hará una reunión en la cual a los clientes nuevos se les explicara el proceso a seguir, y a los antiguos se les dará incentivos y reconocimientos por su entrega y desempeño en el mes, de esta manera se podrá socializar los avances de cada usuario, sus experiencias, sugerencias y mejoras hacia el programa, para los clientes que quieren hacer parte del programa se les dará una clase de cortesía en cualquier modalidad o actividad que deseen. Se hará la entrega de incentivos a los usuarios por su cumplimiento de pago oportuno y asistencia a todas las sesiones además de cumplimiento de metas personales con la obtención de los servicios de nuestra empresa, todo esto con el fin de cumplir cuatro objetivos:

- ✓ Captar nuevos clientes
- ✓ Fidelizar a los clientes

- ✓ Estimular ventas
- ✓ Fomentar la actividad física y la calidad de vida

Incentivos

- Por entrega y desempeño en el mes el cliente tendrá una invitación abierta para asistir al campus de la Universidad Santo Tomas a una clase grupal en cualquier actividad o clase programada. (Natación, Fitness, Tenis, Bádminton etc.)
- Por entrega y desempeño en el mes el cliente puede reclamar un bono para objetos o materiales deportivos (camisetas, relojes, gorras, licras, etc.)
- Por entrega y desempeño en el mes el cliente recibirá una invitación a un spa para un masaje corporal.
- Por entrega y desempeño en el mes el cliente tendrá la posibilidad de obtener una clase personalizada con nuestros entrenadores para su mayor comodidad se puede brindar en la casa del cliente, en el local, o en un sitio público. (Queda a determinación de cada cliente).

Reconocimientos

- Por entrega y desempeño en el mes el cliente tendrá un reconocimiento de forma verbal explicándole las razones por las cuales ha sido merecido, (personal o en público)
 - Por entrega y desempeño en el mes el cliente recibirá una notificación escrita la cual permita reconocer su buen desempeño y los motivos del reconocimiento.
 - Por entrega y desempeño en el mes el cliente será reconocido simbólicamente, (Prendedores, stickers o medallas.) para hacer visible su logro.
 - Por entrega y desempeño en el mes el cliente será reconocido a través de un curso o capacitación de cualquier actividad o modalidad que desee.
- Estos objetivos pueden variar con el tiempo, podemos Focalizarnos en los clientes, Focalizarnos en los productos o servicios o focalizarnos en los procesos.

FUENTE DE INGRESOS

Ver anexo No. 1 Tabla 1 Fuente de ingresos TRAINING COMFORT.

RECURSOS CLAVE

Como compañía Training Comfort necesita algunos ítems para cada portafolio ofertado al cliente, éste a su vez se subdivide dependiendo de la actividad ofertada y el escenario intervenido para cada segmento, incluyendo a profesionales o estudiantes de últimos semestres con las capacidades mínimas para intervenir el tipo de población referente. Fitness, Crossfit, TRX, Rumba aeróbica, Insanity, y entrenamiento funcional)

FISICOS

Ver anexo No. 2 Tabla 2 recursos físicos TRAINIG COMFORT.

Como parte de los recursos clave se contara con uno de los más importantes como lo es el conocimiento técnico. Éste es el que hace que el profesional del deporte encargado del servicio sea el idóneo para realizar la labor a la que se le ha encargado en nuestra idea de negocio.

Según (USTA FACULTAD DE CULTURA FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN, 20015) El profesional en cultura física, deporte y recreación es competente para realizar intervenciones metodológicas y pedagógicas a través de la actividad física, que permiten a la persona interactuar con su contexto para la construcción permanente de alternativas de bienestar para generar calidad de vida.

ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades que se desarrollaran son muy importantes en el modelo de negocio para que se pueda desenvolver de una manera óptima, “esto se hará de forma interna es decir desde el núcleo de la empresa todo esto con objetivos los cuales se tienen que cumplir teniendo en cuenta la ventaja competitiva que pueda llegar a surgir, es importante el nivel de producción del negocio” (Merli,1994), lo cual nos lleva al servicio en cuanto a cómo se presta, la atención con nuestros clientes como base de la empresa, las diferentes actividades para ofrecer.

Las acciones más importantes serán las sesiones de clases que se llevarán a cabo, la información y comunicación para que el modelo surja y el modelo económico que se llevará para construir la idea de negocio, el modo de producción que se implementará será por medio de “servicios” es decir se ofrecerá un producto en este caso diferentes actividades llevadas a cabo por personas conocedoras del tema las cuales prestaran un modelo de enseñanza, con el beneficio de prestar un servicio ofertando una clase en el propio lugar de residencia el cual resuelve un problema ya identificado el cual es el traslado de un lugar a otro y que genere un posible gasto de tiempo.

En algunos casos no encontrar la actividad la cual despierte el suficiente interés es una falencia que tienen las demás empresas por esto se atenderá la acción de cubrir las necesidades del cliente por todas aquellas partes ya sea directa o indirectamente con esto tendremos una cadena de suministros en este caso será una cadena corta partiendo de los pioneros es decir los dueños del modelo de negocio, los cuales son profesionales que darán las clases, se tendrá flujo de información para resolver las necesidades del cliente y como parte fundamental pensar siempre en el bienestar del usuario lo cual será una actividad primordial dominada por la empresa.

Esta idea de negocio se fundamenta en encontrar un gran campo de acción laboral que como profesionales de cultura física deporte y recreación se pretende abarcar en un contexto,

intenta dar solución a unas necesidades existentes en la sociedad y prestar atención a la promoción de hábitos de vida saludable.

El profesional de cultura física ha encontrado un gran campo de acción laboral hoy en día, por consiguiente ha podido expandirse laboralmente en una forma más innovadora y eficaz, lo cual le permite ser más independiente, emprendedor y líder a nivel profesional.

Es importante reconocer que no existe un estilo de vida “óptimo” al que puedan adscribirse todas las personas, debido a que la cultura, los ingresos, la estructura familiar, la edad, la capacidad física, el entorno doméstico, y laboral, harán o no más factibles y adecuadas las condiciones de vida de las personas; por ello se deberá intervenir no solo al individuo sino también a la comunidad en general. (Alvarez Rueda, y otros, 2009)

ASOCIACIONES CLAVE – SOCIOS CLAVE

TRAINING COMFORT como empresa tiene como socios clave capitalistas las personas las cuales aportaran al patrimonio inicial una suma de \$ 15.000.000 entre los ya nombrados, con lo cual se dará el funcionamiento a la empresa desde diferentes campos con la idea de que el modelo de negocio se lleve a cabo.

Teniendo en cuenta que el proyecto se desarrollara en una zona empresarial e industrial, a un futuro se pretende tener asociaciones con estas entidades que patrocinen en cierto porcentaje, y para sus empleados sea mucha más factible acceder a él, y se beneficien ellas en su producción o mercado y tengan mejores resultados sus empresas.

También se tiene la sociedad de los proveedores de materiales los cuales serán la materia física con la que iremos a trabajar como objeto tangible, en este punto las personas encargadas de proporcionar el material tendrán una venta extensa de implementos por parte de la empresa lo que esto conlleva a una asociación en la forma de comprar en grandes cantidades y conseguir un posible descuento que le será muy útil a la empresa, además de poder conseguir diferentes contratos los cuales tendrán beneficios para la empresa proveedora como para la empresa que adquiere los productos.

Todo esto con el objetivo de que el modelo de negocio sea más beneficioso, además de optimizar nuestro recursos, ser más eficientes a la hora de prestar el servicio y sumar fuerza para llegar a más clientes los cuales estén interesados en adquirir el servicio.

ESTRUCTURA DE COSTOS

Ver anexo no. 4 cuadro 3 estructura de costos TRAINING COMFORT

PUNTO DE EQUILIBRIO

Ver anexo no. 5 cuadro 4 punto de equilibrio TRAINING COMFORT

EVALUACION FINANCIERA

La financiación del proyecto está compuesta por capital patrimonial de los tres integrantes del proyecto con un capital inicial de \$ 5.000.000 C/u para un total de \$ 15.000.000 y el préstamo bancario el cual se basará un total de requerimientos para iniciar el proyecto y se dividirá el total en tres partes, según la actividad para la inversión. El préstamo será por un valor de \$ 24.000.000 con una tasa de interés nominal mensual al 1.69%. Tasa de interés efectivo anual al 22.28% con un plazo de 60 meses, la cuota mensual quedara por un valor de \$ 639.598.

Ver anexo no. 4 evaluación financiera TRAINING COMFORT.



Simulador Crédito de Consumo

Tabla de Crédito de consumo					
Tasa de interes nominal mensual : 1.69% Tasa de interes efectivo anual : 22.28% Valor: \$24,000,000.00 Plazo : 60 Meses					
Numero Cuota	Valor Cuota	Abono Capital	Intereses	Saldo de Capital	
1	639,598	233,998	405,600	23,766,002	
2	639,598	237,953	401,645	23,528,049	
3	639,598	241,974	397,624	23,286,075	
4	639,598	246,063	393,535	23,040,012	
5	639,598	250,222	389,376	22,789,790	
6	639,598	254,451	385,147	22,535,339	
7	639,598	258,751	380,847	22,276,588	
8	639,598	263,124	376,474	22,013,465	
9	639,598	267,571	372,028	21,745,894	
10	639,598	272,092	367,506	21,473,802	
11	639,598	276,691	362,907	21,197,111	
12	639,598	281,367	358,231	20,915,744	
13	639,598	286,122	353,476	20,629,622	

Imprimir

ANEXOS

(Ley 181 de Enero 18 de 1995)

Por el cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la Educación Física y se crea el Sistema Nacional del Deporte.

Artículo 1. Los objetivos generales de la presente Ley son el patrocinio, el fomento, la masificación, la divulgación, la planificación, la coordinación, la ejecución y el asesoramiento de la práctica del deporte, la recreación y el aprovechamiento del tiempo libre y la promoción de la educación extraescolar de la niñez y la juventud en todos los niveles y estamentos sociales del país, en desarrollo del derecho de todas personas a ejercitar el libre acceso a una formación física y espiritual adecuadas. Así mismo, la implantación y fomento de la educación física para contribuir a la formación integral de la persona en todas sus edades y facilitarle el cumplimiento eficaz de sus obligaciones como miembro de la sociedad.

Ley de propiedad horizontal: (LEY 675 DE 2001), por medio de la cual se expide el régimen de propiedad horizontal. El Congreso de Colombia, capítulo ii el cual la menciona en el siguiente artículo.

Artículo 66. *Áreas de recreación.* Todas las Unidades Inmobiliarias Cerradas dispondrán proporcionalmente a su tamaño y al uso predominante de áreas comunes suficientes para actividades recreativas, culturales y deportivas. Tales exigencias podrán disminuirse cuando se garantice de otra manera el derecho a la práctica del deporte y a la recreación.

La utilización de las áreas comunes de recreación se someterá a la reglamentación interna que expida la asamblea de copropietarios y la junta administradora de la unidad Inmobiliaria Cerrada.

Artículo 67. *Areas de uso social.* Las Unidades Inmobiliarias Cerradas deben disponer de áreas específicas destinadas al uso social de todos sus moradores y visitantes, como lugares de encuentro y reunión. Su utilización estará sometida a la reglamentación de la Junta Administradora y a las decisiones del administrador de la respectiva unidad.



Servicios Deporte y Recreacion

trainingcomfort1@gmail.com

310-808-9528

319-377-6885

Sergio Alvarez - Hernan Caicedo - Kelvin Macias

REFERENCIAS

USTA. (13 de 06 de 2015). *Universidad Santo Tomas*. Obtenido de Universidad Santo Tomas:

<http://www.ustabuca.edu.co/gpresencia/vista/tpl/ustabmanga/perfiles-cultura-fisica.html>

<http://www.sdp.gov.co/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Estadisticas/ProyeccionPoblacion>

<http://www.fao.org/3/a-ac911s.pdf>

OMS Ginebra (2003), serie de informes técnicos 916. *Dieta, nutrición y prevención de enfermedades crónicas*, informe de una consulta mixta de Expertos OMS/FAO

Bingé, J. (2000). *El valor y la fidelización de clientes*. Obtenido de Dialnet:
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=147360>

Merly, G (1994) *La calidad total como herramienta de negocio*, Madrid Díaz de santos.

Alvarez Rueda, B., Yepes Marmolejo, M. A., Gallego Florez, A. M., Vasquez

Amigo, E *Adolescencia y deporte*, España Inde

Benitez, C. M., Mesa, D. M., Martinez, E. Y., & Velez Ceballos, A. C. (28 de 05 de 2009).

Promoción de la práctica de la actividad física para incorporar hábitos de vida saludable en niños entre los 8 a 12 años de edad de la ciudad de medellin. *bdigital.ces.edu.co*, 1-20.

Obtenido de *bdigital.ces.edu.co*:

http://bdigital.ces.edu.co:8080/dspace/bitstream/123456789/443/1/Promocion_practica_actividad_fisica.pdf.

<http://www.shd.gov.co/shd/sites/default/files/documentos/Recorriendo%20Bosa.pdf>

Diagnostico físico y socioeconómico de las localidades de Bogotá, D.C. ALCALDIA MAYOR DE BOGOTA, D.C. Secretaria De Hacienda Departamento Administrativo De Planeación

http://www.sdp.gov.co/portal/page/portal/PortalSDP/InformacionTomaDecisiones/Documental/consultaDocumentos/Evolucion_del%20mercado_laboral_bogota.pdf

Uribe Sanchez, M., Martinez Reina, J., Florez Bernal, A., Gutierrez, D., (2001-2009); *perspectiva de absorción y calidad del empleo en Bogotá*. EVOLUCIÓN DEL MERCADO LABORAL DE BOGOTÁ

file:///C:/Users/saurus/Downloads/6228_perfil_economico_pte_aranda.pdf

Campo, M., Rincón Martínez, L., Pineda Hoyos, S., Ayala Ramírez, R., Buitrago Acosta, J., (2007); *perfil económico y empresarial localidad puente aranda*. Cámara de comercio de Bogotá.