



CULTOR BODY

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

Cristian Felipe Pisco Galarza

Diego Alejandro Martínez Salinas

Asesor:

Gonzalo Florián Velásquez

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Marzo del 2020

CULTURE BODY

**CRISTIAN FELIPE PISCO GALARZA
DIEGO ALEJANDRO MARTINEZ SALINAS**

**GONZALO FLORÍAN VELÁSQUEZ
(DOCENTE)**

**PROYECTO PRESENTADO PARA OBTENER EL TÍTULO DE PROFESIONAL
EN CULTURA FÍSICA DEPORTE Y RECREACIÓN**

**UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
FACULTAD DE CULTURA FÍSICA, DEPORTE Y RECREACIÓN
BOGOTÁ D.C
ABRIL DEL 2020**

TABLA DE CONTENIDO

Introducción	4
Logo	6
Slogan	7
Misión	7
Visión	7
Fundamentación humanística	8
Marco referencial	8
Investigación	10
Capítulo I: segmento de mercado - mercado masivo	11
Capítulo II: proposiciones de valor	13
Capítulo III: canales	16
Capítulo IV: relación con clientes	18
Capítulo V: ingresos	18
Capítulo VI: recursos claves	27
Capítulo VII: actividades claves	30
Capítulo VIII: asociaciones clave	30
Capítulo IX: estructura de costos	32
Capítulo X: evaluación de impacto	42
Referencias bibliográficas	43
Anexos	45

INTRODUCCIÓN

Culture body es una empresa digital enfocada a la iniciación de acondicionamiento, con presencia en página web y perfil en redes sociales (Facebook, Instagram, YouTube), con el fin de crear una gran comunidad de cultura fitness. En la actualidad, todas las industrias están empezando a tener presencia en internet, ya que es un lugar donde la mayoría de personas pasan el tiempo. Están empezando a comercializar digitalmente y las industrias tienen mayor facilidad de conectar a las personas al segmentar con rapidez su nicho de mercado. En un informe realizado por la comisión de comunicaciones de la república de Colombia (2017) desarrollaron una investigación cualitativa respecto al E-Commerce encontraron que la gran parte de la población está acostumbrada a las transacciones tradicionales por lo cual este tipo de comercios les genera un poco de incertidumbre al no poder interactuar directamente con una segunda persona, también determinaron que en las zonas rurales hay mucho desconocimiento acerca del comercio digital, además de que las personas que quieran hacer E-Commerce deberán portar un celular de tecnología avanzada para hacer más fácil y dinámico el proceso de compra. Aunque el comercio electrónico es relativamente nuevo y es en los países desarrollados como China, Japón y EE. UU donde hay gran demanda de este tipo de mercado, en los países subdesarrollados también se están promoviendo este tipo de transacciones y han tenido buena acogida. En la actualidad se ha evidenciado un crecimiento del 11,6% en el uso de redes sociales en el ámbito profesional por parte de las medianas y grandes empresas siendo Facebook, YouTube y Twitter las redes más usadas por las personas con un tiempo de navegación en ellas aproximadamente de 5 a 6 horas (Anaya & García, 2015). Por esta razón, nace la idea de negocio de Cultor Body para llevar el fitness al mundo digital y así poder alcanzar a más personas para promover el ejercicio físico a través de la página web y redes sociales, ofreciendo contenido de valor, asesorías online de entrenamientos y nutrición, planes y paquetes de entrenamientos personalizados o grupales, retos para incentivar la competencia sana entre la comunidad y cursos sobre temas específicos. En cuanto a la aplicación móvil estará dirigida a desarrollar retos personales y grupales para incentivar la competencia sana entre la comunidad, guiados por un sistema de ranking en cada tipo reto que realice cada integrante. Por último, vamos a ofrecer productos

fitness en tres categorías: 1) suplementación deportiva, 2) implementación deportiva y 3) ropa deportiva. Se ofrecerán a través de una tienda virtual, la cual estará anclada a la página web, redes sociales y aplicación móvil. La experiencia que tenemos sobre el modelo de negocio son cursos sobre marketing digital y entrenamiento en plataformas digitales que permiten el desarrollo y creación de negocios digitales o E-commerce

LOGO



El nombre de CULTURE BODY, nace por la necesidad de generar una cultura que cuide el cuerpo físico de enfermedades crónicas no transmisibles, por medio de retos que incentiven hábitos saludables; como una práctica de actividad física de forma progresiva, que se realiza de forma digital y presencial.

Según una revista digital MejoraConSalud (2016) dice que la psicología del color tiene respuestas emocionales. Por esta razón elegimos el color rojo, que transmite una emoción de pasión y energía. Las cuales necesitamos para realizar prácticas físicas.

El color anaranjado expresa innovación, modernidad, juventud, diversión, accesibilidad y vitalidad. Todas estas emociones debemos transmitir por ser una “empresa digital”, nuestro objetivo principal son los adolescentes y adultos físicamente activos.

El fuego en cada color significa la llama que debemos encender en las personas para lograr que adopten un estilo de vida saludable progresivo, en forma de superación personal y grupal.

SLOGAN

Make it real (Hazlo real), una frase que busca motivar a las personas para que puedan cumplir cualquier reto y superar obstáculos sin importar su dimensión o dificultad.

MISIÓN

Culture Body tiene la misión de llevar el estilo de vida fitness en Bogotá - Colombia a otro nivel a través de plataformas digitales con el fin de promover una cultura del cuerpo donde se adopten hábitos saludables mediante el ejercicio físico y retos fitness entre nuestra comunidad.

VISIÓN

Culture Body pretende crear una comunidad fitness internacional en los próximos 10 años, enfocada en promover la cultura del cuerpo a través de hábitos saludables, ejercicio físico y retos entre personas de diferentes países o grupos de la comunidad, todo gracias a la utilización gratuita de las plataformas digitales.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

Este proyecto se fundamenta con bases éticas del ganar-ganar, en el cual, los participantes y nosotros obtengamos beneficios tangibles y medibles. Buscamos el bienestar de las personas a través del ejercicio y contenido de valor como también ofrecer un servicio de entrenamientos personalizados, entrenamientos grupales, asesorías online de nutrición y entrenamiento, a cambio de una fidelización y viralización de nuestra marca. Buscamos promover el respeto y la superación por medio del ejercicio, incentivando la tolerancia hacia los compañeros de la comunidad y hacia sí mismo. También la excelencia será uno de los valores en los que se basará nuestra empresa mediante procesos de entrenamiento progresivos y planificados siempre apuntando a unas metas personales de cada uno de los miembros de la comunidad. No realizaremos publicidad negativa hacia la competencia y se reconocerá a cada miembro de la comunidad por cada logro y meta realizada. Por último, esta comunidad se basará en la honestidad, ya que todo reto y meta quedará registrado mediante evidencia multimedia que verifique su cumplimiento.

MARCO REFERENCIAL

Marco normativo

Algunas de las leyes por las cuales nos vamos a regir y orientar para el desarrollo de nuestro proyecto son:

- (Artículo N° 333, 1991) Según el artículo 333 de la Constitución política de Colombia, nos da las directrices para ejercer la actividad económica y la iniciativa privada como es el caso de nuestra empresa, de forma libre dentro de los límites del bien común, la ley delimitará el alcance de la libertad económica cuando así lo exijan el interés social, el ambiente y el patrimonio cultural de la nación.

- (Ley N° 1065, 2006) Según la ley 1065 de 2006 del Congreso de la República de Colombia Por la cual se define la administración de registros de nombres de dominio.co y se dictan otras disposiciones., mediante esta definimos y adquirimos el dominio con el que vamos a estar presentes en el comercio electrónico.
- (Ley N° 1341, 2009) Según la ley 1341 de 2009 del Ministerio de tecnologías y comunicaciones de Colombia nos orientaremos para la formulación de políticas públicas que rigen el sector de la tecnología de la información y comunicaciones, también el de promover el buen uso de las tecnologías de comunicación por parte de ciudadanos, empresas y gobierno para el desarrollo económico y social.
- (Ley N° 1480, 2011) Según la ley 1480 del 2011 del Congreso de la República de Colombia obtendremos información acerca de manejo de datos y protección al consumidor para que nuestros usuarios reciban una adecuada información que nosotros como empresa que trabaja con la salud debemos velar y ejercer con responsabilidad.
- (Ley N° 181, 1995) Según la ley 181 de 1995 del Congreso de la República de Colombia nos da las pautas generales para el acceso, promoción, coordinación y ejecución de la práctica deportiva en el territorio colombiano para garantizar el acceso a la comunidad que esté interesada por la práctica de este y el aprovechamiento del tiempo libre.

Marco social

Este proyecto busca la venta de productos y servicios relacionados con el sector del ejercicio y la salud física para que las personas puedan acceder de una forma más cómoda y accesible a diferentes programas de entrenamiento que se ajusten a sus características y necesidades principales variando la forma tradicional por la que se prestaba un servicio como estos, lo realizaremos mediante el comercio electrónico ya que actualmente este tipo de comercio facilita su transacción, provee de más información al consumidor y el acceso a una gama de productos en un menor tiempo lo hacen una excelente alternativa para el crecimiento económico. El impacto que tendría esta idea de negocio en la sociedad, es el fácil acceso a programas de entrenamiento y asesorías online desde casa y a precios económicos.

Dentro de los tipos de comercio entre negocios, consumidores y gobierno nos encontramos en la categoría B2C que es un comercio que se lleva a cabo entre empresas y consumidores. Las transacciones de compra se realizan de forma electrónica e interactiva mediante una plataforma especializada. Este tipo de comercio es llamativo ya que en la actualidad la presencia de la tecnología está cambiando los procesos de transacción para adquirir un servicio ahorrándole tiempo y energía a los clientes que quieran participar en el comercio electrónico.

INVESTIGACIÓN

A continuación, se realizará una descripción breve de las grandes competencias que tiene este proyecto en el ámbito digital.

1) **Imparable.com:** Esta página es una gran competencia debido a la gran comunidad que tiene, en cuanto al contenido de su página web contiene educación, la cual está formada por los siguientes ítems, el primero son artículos; cursos gratuitos de nutrición, suplementos y un libro del creador de la página, todo está apoyado por texto y vídeos. El segundo ítem son programas; aquí hay un video explicativo de la importancia de programar el entrenamiento y hay una guía para poder diseñar el propio programa. El tercer ítem es Quién soy; aquí hay una descripción de su biografía, logros, resultados, misión, visión y una explicación de su marca. El cuarto ítem es registrarse; esto con el fin de unirse a su comunidad y empezar a recibir información de valor y publicidad por correo electrónico. El último ítem es para descargar su aplicación móvil, la cual es una calculadora de calorías para acompañar el plan de entrenamiento con una buena dieta.

2) **Powerexplosive.com:** En esta página hay muchos más ítems y contenidos de valor como; oferta de los libros escritos por el creador de la página, oferta de certificado como entrenador, artículos sobre contenido de valor de diferentes temas, consultorías online, tienda virtual con pocos productos, aunque todos son de la marca de él.

3) Freeletics: Esta empresa es reconocida a nivel mundial, está dedicada a los entrenamientos deportivos y para la salud, cuenta con un amplio folder de servicios desde la musculación con sus diferentes metodologías hasta entrenamientos de resistencia más direccionados hacia la mejora cardiovascular. Cuentan con una página web y una aplicación para teléfonos celulares donde se puede acceder a sesiones de entrenamientos como a asesorías nutricionales y también cuenta con un blog donde postean artículos de mucho interés para la comunidad fitness. La aplicación con la que cuentan tiene un servicio premium donde se paga y lo enlazan a uno con un entrenador que se ajusta a nuestras expectativas trabajando desde clases virtuales, su comunidad cuenta con más de 40 millones de atletas que servirán como fuente de motivación para cumplir con nuestros objetivos deseados. Es como un coach digital.

4) Health fitness Colombia: En esta página podemos encontrar diferentes tipos de entrenamiento llamativos, utilizan TRX, máquinas de pilates, superficies vibratorias. Fueron una de las primeras empresas que incursionaron en nuevos sistemas de entrenamiento en Colombia, además de eso tienen un programa dirigido a empresas con el fin de mejorar el ambiente organizacional con la ayuda de actividades físicas. También cuentan con una tienda fitness que lleva aproximadamente 5 años en el comercio electrónico.

CAPÍTULO I: SEGMENTOS DE MERCADO - MERCADO MASIVO

La segmentación del mercado es un paso importante en el desarrollo de un proyecto empresarial ya que mediante esta podemos agrupar, diferenciar y dirigir nuestro objetivo a grupos de personas los cuales queremos impactar con determinada idea de negocio. Nuestro segmento de mercado es un **mercado masivo**, específicamente personas que ya tengan experiencia en el mundo del fitness o que quieran realizar un cambio de estilo de vida a uno saludable como también usuarios de gimnasio o personas que practican Street workout. La cultura fitness en la actualidad es muy grande y ya hace parte de la vida de muchas personas a nivel mundial, en algunos casos se ha convertido en una moda lo que nos da grandes

oportunidades para impactar la vida de las personas. Los diferentes grupos de personas que serán impactados con nuestro modelo de negocio estarán ubicados principalmente en el área geográfica de Colombia iniciando en la ciudad de Bogotá, nos centraremos en personas de estrato medio y alto (3,4,5 y 6) que compartan la pasión sin distinción de género y edad, el mercado al cual le vamos a apuntar lo elegimos con un elemento en común que son personas físicamente activas o que tengan ganas de cambiar su estilo de vida, estos grupos serán descritos a continuación:

Grupos de calistenia o workout: A este grupo de personas se le va a ofrecer contenido en la página web sobre rutinas, tutoriales y tips sobre ejercicios para iniciar en esta disciplina, además se realizarán eventos de competición con frecuencia en diferentes parques de la ciudad para generar más contacto con la comunidad.

Practicantes de crossfit y del gym: a esta población se les va a ofrecer contenido nutricional y productos en cuanto a suplementación deportiva, ropa deportiva e implementos deportivos, también como una alternativa a sus entrenamientos se ofrecerán clases personalizadas y asesorías online todo con el fin de que puedan desarrollar sus prácticas con mayor rendimiento.

Personas que van a iniciar en el mundo Fitness: A esta población, por la falta de conocimiento en entrenamientos y falta de resultados, les ofreceremos, asesorías online de entrenamientos y nutrición, entrenamientos personalizados, suplementación y una invitación para ser parte de nuestra comunidad a través de la aplicación móvil.

Nuestro modelo de negocio se encuentra en el mercado digital, teniendo como mercado masivo el fitness y la salud. El perfil y características de este nicho de mercado son personas que les interesa el mundo del fitness, que buscan un estilo de vida saludable y que no tienen el conocimiento para llegar a cumplir esos objetivos. También personas que quieran salir de la rutina y deseen experimentar nuevos entornos sociales e incrementar sus relaciones interpersonales.

Las tres plataformas que lanzaremos a este mercado serán: página web, tienda virtual y aplicación móvil. Las cuales cada una funcionarán independientes, pero retroalimentándose entre sí.

Nuestro mercado es tan versátil que abarca un amplio rango de edad y tres grandes necesidades que son: salud y bienestar, estética y reconocimiento social. Buscamos promover hábitos de vida saludables siendo conscientes de la realidad en que viven la mayoría de personas (largas jornadas de trabajo, tráfico vehicular, labores de casa y de familia, etc).

CAPÍTULO II: PROPOSICIONES DE VALOR

La propuesta de valor que queremos ofrecer va encaminada a la personalización del servicio ya que cada usuario que quiera adquirir nuestro producto tendrá un plan de ejercicio exclusivo a sus necesidades, también queremos proporcionar una buena interfaz ya que nos vamos a mostrar mediante la web y el comercio digital haciendo fácil e interactivo el uso de nuestra página web y aplicación móvil. El objetivo principal de esta empresa es promover el ejercicio físico teniendo en cuenta que la adherencia a esta disciplina es indispensable para obtener resultados. En muchos casos de personas que inician este tiempo de prácticas, desisten al poco tiempo por falta de adherencia y motivación. Como empresa, hemos planteado diferentes estrategias digitales para generar dicha adherencia y motivación con una aplicación móvil, en la cual, las personas podrán llevar un registro de sus avances en su proceso de entrenamiento y podrá realizar retos para superarse así mismo o para superar a otra persona. Como empresa buscamos que estas estrategias aumenten la motivación y por consiguiente la adherencia al ejercicio físico. Adicionalmente, se realizará estrategias de marketing en el cual, reconoceremos y premiaremos los logros obtenidos por los clientes, ofreciéndoles bonos de descuento, puntos y promociones en los diferentes servicios y productos ofrecidos por nuestra empresa.

Tipo de propuesta de valor

Novedad	Nuestra novedad consiste en proporcionar a la comunidad un acceso fácil, económico y seguro para iniciar actividad física, mantener su condición física o superarse por medio de plataformas digitales como lo es la página web y la aplicación móvil
Desempeño	El desempeño de esta empresa se evidenciará en el alcance que puede abarcar al mismo tiempo. Debido a que nuestra empresa es digital, podemos impactar a cualquier persona que tenga celular o computador con acceso a internet, además, el contenido que se tenga en la página web y en la aplicación móvil se puede configurar automatizar para poder atender a todos los miembros a la vez.
Personalización	Nos caracterizamos por ser una empresa que tiene muy en cuenta el principio de individualización, cada uno de nuestros programas de entrenamiento estará ajustado especialmente a las características físicas, gustos y expectativas del usuario.
Diseño	Buscamos que nuestra empresa digital tenga la mejor interfaz a la hora que el usuario ingrese a ella, desde la forma en cómo llegar al sitio web hasta la adquisición de nuestros productos/servicios.
Marca/status	Nuestra marca cogerá status a medida que la experiencia de los miembros sea satisfactoria y lo comparta en sus redes sociales con sus amigos, además de pautar publicidad en

	diferentes plataformas digitales y promociones de iniciación.
Precio	Tendremos diferentes paquetes de entrenamientos que se ajustaran al bolsillo de nuestros clientes, se lanzará periódicamente ofertas interesantes que beneficien tanto al cliente como a nosotros.
Reducción de costos	Al ser una empresa digital, nos podremos obviar gastos como arriendo, servicios, impuestos y empleados. Los costos se invertirán en la compra de un dominio, hosting un programador y publicidad por internet.
Reducción de riesgos	En la página web y en la aplicación móvil se utilizará un usuario y contraseña para poder acceder a nuestros servicios, adicionalmente deben aceptar unos términos y condiciones del uso de dicha aplicación o página web, que nos libre de responsabilidades en caso de lesiones y de posibles hackeos.
Accesibilidad	Nuestra empresa estará presente en las principales redes sociales que se usan actualmente, diseñaremos posts publicitarios llamativos que capten la atención de nuestros posibles clientes para que no se puedan resistir de entrar a ellos.

CAPÍTULO III: CANALES

Los canales son medios que nos van a permitir difundir nuestra propuesta de valor al segmento de mercado, como también dar a conocer nuestros servicios, evaluación, retroalimentación del contenido y el fácil acceso de pago. De acuerdo con esto, los canales que usaremos para mostrar nuestro contenido, evaluaciones y realizar los procesos de pago, será por medio de nuestra página web, aplicación móvil y empresas digitales como lo son PayPal, Skrill, PSE . Los canales que utilizaremos para comunicarnos con nuestros clientes objetivos y mostrar nuestra propuesta de valor serán por medio de las diferentes redes sociales como; Instagram, Facebook, WhatsApp, Correo Electrónico y YouTube, y algunos motores de búsqueda como; Google y Wahoo. Para permitir que esto funcione de manera engranada y automatizada, se conectarán los diferentes canales de manera progresiva. Este método que vamos a utilizar para desarrollar nuestra empresa de manera online se llama Marketing Digital. La automatización y segmentación de mercado se realiza mediante softwares o robots digitales que tiene las redes sociales con el fin de crear perfiles digitales de cada persona que utiliza esas redes sociales al expresar sus gustos y disgustos con las páginas que siguen, celebridades, en los “me gusta” de los contenidos, fotos y videos publicados en estas plataformas.

Canales propios	Página web: Nuestra página web tendrá un dominio en internet donde las personas podrán acceder a ella, con ayuda de publicidad en las principales redes sociales para que los clientes sean redirigidos a ella, nuestra página tendrá una sección donde los clientes podrán calificar con estrellas como les ha parecido la compra detallando lo más significativo. La compra de los programas y paquetes de entrenamiento se podrá realizar en la misma página con diferentes medios de pago como Paypal, Skrill, PSE. Al momento de la compra le llegará al cliente al correo electrónico el soporte de la compra que le servirá como factura electrónica. App móvil: La aplicación tendrá una capacidad de almacenamiento amplio, que permita guardar archivos multimedia como lo son las
-----------------	--

	imágenes, fotos, logos y videos. Con la finalidad de ayudarle a registrar a los miembros de la comunidad un progreso evolutivo en sus capacidades físicas, como lo es la fuerza y resistencia.
Canales asociados	Facebook e Instagram: Ya que estas son unas de las principales redes sociales más usadas por las personas en la actualidad el objetivo es pagar publicidad para que las personas que les interese el fitness la vean y se dirijan a nuestra página web donde obtendrán mucha más información de los programas de ejercicio. YouTube: Esta red social nos permitirá mostrarnos al público en general, el objetivo es crear un canal con nuestra marca donde subiremos contenido de calidad explicando algunos temas en específico sobre el mundo del fitness, también la usaremos para crear una comunidad fitness que podrá acceder a retos y actividades llamativas. Se usará también como medio publicitario de nuestra página web agregando links en cada uno de los videos para que estos los direccionen a ella. Skrill, PSE y PayPal: Estos medios nos ayudarán como canales de compra para que nuestros usuarios realicen el pago de nuestros programas de una forma segura y efectiva, les permitirá tener un soporte de compra que les servirá en caso de que haya alguna inconsistencia.

CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

El tipo de relación que vamos a desarrollar principalmente con los clientes de nuestro mercado será **a distancia y con servicios automatizados**. Es decir, configuraremos los chats de las redes sociales y la página web para que puedan responder preguntas frecuentes o guíen la conversación hasta obtener contacto directo con nosotros. Con el apoyo de las redes sociales pagaremos campañas publicitarias por medio de texto, imagen o video marketing que llegará a nuestro nicho de mercado para promover nuestra marca, ofrecer contenido de valor o vender un producto, principalmente el canal de YouTube junto con un buen trabajo de marketing digital nos va dar la posibilidad de que las personas nos conozcan y se vayan enterando de la marca y de todos los servicios que prestamos además de que nos abre la oportunidad de ir creando una comunidad que se fundamente en el estilo de vida fitness que nos permitirá ir acaparando a una mayor cantidad de clientes, siendo conscientes de que esto llevará mucho tiempo para que se logre. El objetivo de esta relación es mostrar nuestra propuesta de valor e invitar a un llamado a la acción, como ingresar a nuestra página web o aplicación móvil.

Otro tipo de relación que vamos a entablar con nuestros clientes mediante la aplicación será por comunidades digitales, en la cual, se promoverá una cultura fitness. El objetivo de esta relación es fidelizar a la población de este segmento de mercado por medio del reconocimiento que tendrán en la comunidad por los diferentes logros y avances obtenidos en la app. El objetivo de estos reconocimientos es valorar el esfuerzo de cada persona y generar un ambiente de competencia entre ellos para que sigan usando la aplicación con frecuencia y la refieran. Una forma de premiar a esta comunidad será mediante cupones de descuentos en nuestra página web.

CAPÍTULO V: INGRESOS

Haciendo un análisis de mercado en la zona geográfica donde vamos a iniciar a ofrecer nuestros servicios podemos encontrar tres empresas ya consolidadas en el mercado que se apoyan del marketing digital y poseen una página digital, a continuación, se explicará brevemente la funcionalidad de cada una de ellas.

Análisis de competencia

Savy

Esta es una plataforma digital que presta un servicio de reserva de clases en los principales gimnasios y centros de acondicionamiento físico que ofrecen diversidad de entrenamientos (crossfit, yoga, pilates, gimnasios, danza, etc) para poder elegir el que más se ajuste al gusto del usuario, también dentro de sus aliados cuenta con entrenadores personalizados especializados en diferentes modalidades de ejercicio. Los precios varían desde clases libres en gimnasios desde \$7.000 hasta sesiones específicas que pueden rondar los \$120.000 o más, sus convenios se pueden encontrar en las principales ciudades del país y la forma para apartar la clase es mediante su página web, buscamos la opción que más nos guste y procedemos al pago, se puede pagar mediante tarjeta de crédito, PSE, dinero en efectivo, puntos Baloto y Efecty, también cuentan con otra opción de pago mediante un tipo de moneda o créditos que se pueden acumular en la cuenta personal de la página web. Una vez realizado el pago le llegará a la persona un correo de confirmación con los datos de la reserva.

ClicFit

Esta empresa, al igual que nosotros presta un servicio de entrenamientos personalizados, es una empresa con amplia experiencia en el mercado, cuenta con un grupo de entrenadores aproximadamente de 8 personas, algunos son fisioterapeutas, entrenadores personales, cuentan con un psicólogo como alternativa a las personas que lo necesiten. Ofrecen gran variedad de clases grupales o personalizadas (Cross training, body combat, bodyweight, HIIT, etc). Cuentan con una dirección física ubicada en la ciudad de Bogotá.

Bifit

Esta página es muy similar a la descrita anteriormente, cuenta con un servicio virtual de entrenamientos personalizados y grupales en el cual se aparta la sesión con su equipo de entrenadores, al igual que nuestro proyecto de empresa, ellos tienen presencia en las principales redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter). En cuanto a las clases, de acuerdo a tus gustos y preferencias ofrecerán una lista de métodos de entrenamiento. Ofrecen una clase gratuita que va desde los \$27.000 donde manejan horarios flexibles y variedad de formas de pago.

Analizando la competencia de las principales empresas que lideran el mercado del fitness podemos observar que una de las ventajas que tienen frente a nosotros es su amplia experiencia en el mercado, alguna de estas empresas cuenta con más de 10 años de funcionamiento, al igual que su equipo de trabajo poseen experiencia en el tema de entrenamientos personalizados y grupales, todas ofrecen una variedad de clases como entrenamientos funcionales, de crossfit, rumba, pilates, yoga, etc. El plus que nosotros vamos a ofrecer y que no observamos en las otras empresas es el de poseer una aplicación que se base en la creación de una comunidad fitness que esté motivada para cumplir una serie de retos fitness.

Las fuentes de ingreso que obtendremos de cada segmento del mercado serán explicadas en el siguiente cuadro, en el cual asignamos un nombre al servicio, el valor unitario de dicho servicio y una descripción de lo que contiene el servicio.

SERVICIO	V/U	DESCRIPCIÓN
Paquete personalizado Base	\$210.000	Este paquete contiene 6 sesiones de entrenamiento personalizado, más una sesión de cortesía y una valoración inicial de composición corporal, historia clínica y medidas corporales.
Paquete personalizado Iniciación	\$380.000	Este paquete contiene 12 sesiones de entrenamiento personalizado, más una sesión de cortesía, una asesoría online de entrenamiento y una valoración inicial de composición corporal, historia clínica y medidas corporales.
Paquete personalizado Amateur	\$515.000	Este paquete contiene 16 sesiones de entrenamiento personalizado, más una sesión de cortesía, una asesoría online de entrenamiento, una asesoría online de nutrición y una valoración inicial de composición corporal, historia clínica y medidas corporales.
Paquete personalizado elite	\$700.000	Este paquete contiene 20 sesiones de entrenamiento personalizado, más una sesión de cortesía, una asesoría online de entrenamiento, una asesoría online de nutrición, una valoración inicial de composición corporal, historia clínica y medidas corporales y por último, acceso al contenido de cursos en la página web.
Paquete grupal Inicio	\$50.000	Este paquete contiene un cupón de 3 entrenamientos grupales en 1 mes.
Paquete grupal Básico	\$85.000	Este paquete contiene un cupón de 6

		entrenamientos grupales en 1 mes.
Paquete grupal Pro	\$120.000	Este paquete contiene un cupón de 9 entrenamientos grupales en 1 mes y la oportunidad de invitar a 2 personas a un entrenamiento.
Paquete Online Básico	\$150.000	Este paquete contiene 6 sesiones de entrenamiento online
Paquete Online Iniciación	\$300.000	Este paquete contiene 12 sesiones de entrenamiento online más una asesoría de entrenamiento.
Paquete Online Amateur	\$400.000	Este paquete contiene 16 sesiones de entrenamiento online más una asesoría online de entrenamiento y una asesoría de nutrición
Paquete Online Elite	\$500.000	Este paquete contiene 20 sesiones de entrenamiento online más una asesoría online de entrenamiento, una asesoría de nutrición y acceso a los cursos de la página web
Asesoría de entrenamiento online	\$20.000	Este servicio consiste en una asesoría de 1 hora para explicar algún tema o dudas que el cliente tenga sobre cualquier tema que tenga que ver con el entrenamiento físico.
Asesoría nutricional	\$20.000	Este servicio consiste en ofrecer una asesoría nutricional sobre lo que el cliente debe comer de acuerdo a su objetivo físico.

El siguiente cuadro expresa la proyección de costos a 1 mes, se colocarán todos los servicios en la primera columna con su valor unitario en la segunda columna. En la tercera columna se coloca la cantidad de servicios que se pretende lograr y el valor total. Los servicios que no proyectamos vender en ese mes se llenarán con un N/A

Servicio	Valor unidad	Proyección a 1 mes	
Entrenamientos presenciales		Cantidad	Valor
Paquete personalizado Base	\$210.000	3	\$630.000
Paquete personalizado Iniciacion	\$380.000	3	\$1`140.000
Paquete personalizado Amateur	\$515.000	3	\$1.545.000
Paquete personalizado elite	\$700.000	3	\$1.400.000
Paquete grupal Inicio	\$50.000	N/A	N/A
Paquete grupal Básico	\$85.000	N/A	N/A
Paquete grupal Pro	\$120.000	4	\$360.000
ENTRENAMIENTOS ONLINE		Cantidad	Valor
Paquete Online Básico	\$150.000	4	\$750.000
Paquete Online Iniciación	\$300.000	4	\$1.500.000
Paquete Online Amateur	\$400.000	3	\$800.000
Paquete Online Elite	\$500.000	4	\$1.000.000

Asesoría de entrenamiento online	\$50.000	3	\$150.000
Asesoría nutricional	\$50.000	3	\$150.000
Total			\$11.195.000

El siguiente cuadro expresa la proyección de costos a 6 mes, se colocarán todos los servicios en la primera columna con son su valor unitario en la segunda columna. En la tercera columna se coloca la cantidad de servicios que se pretende lograr y el valor total. Los servicios que no proyectamos vender en ese mes se llenarán con un N/A

Servicio	Valor unidad	Proyección a 6 mes	
Entrenamientos presenciales		Cantidad	Valor
Paquete personalizado Base	\$210.000	10	\$2.100.000
Paquete personalizado Iniciación	\$380.000	6	\$2`280.000
Paquete personalizado Amateur	\$515.000	8	\$4.120.000
Paquete personalizado elite	\$700.000	5	\$3.500.000
Paquete grupal Inicio	\$50.000	5	\$250.000
Paquete grupal Básico	\$85.000	4	\$340.000
Paquete grupal Pro	\$120.000	3	\$360.000
ENTRENAMIENTOS ONLINE			

Paquete Online Básico	\$150.000	10	\$1'500.000
Paquete Online Iniciación	\$300.000	9	\$2.700.000
Paquete Online Amateur	\$400.000	6	\$2.400.000
Paquete Online Elite	\$500.000	6	\$3.000.000
Asesoría de entrenamiento online	\$50.000	12	\$600.000
Asesoría nutricional	\$50.000	10	\$500.000
Total			\$23.650.000

El siguiente cuadro expresa la proyección de costos a 1 año, se colocarán todos los servicios en la primera columna con son su valor unitario en la segunda columna. En la tercera columna se coloca la cantidad de servicios que se pretende lograr y el valor total.

Servicio	Valor unidad	Proyección a 1 año	
Entrenamientos presenciales		Cantidad	Valor
Paquete personalizado Base	\$210.000	8	\$1.680.000
Paquete personalizado Iniciacion	\$380.000	9	\$3.420.000
Paquete personalizado Amateur	\$515.000	14	\$7.210.000
Paquete personalizado elite	\$700.000	12	\$8.400.000
Paquete grupal Inicio	\$50.000	8	\$400.000

Paquete grupal Básico	\$85.000	8	\$680.000
Paquete grupal Pro	\$120.000	8	\$960.000
ENTRENAMIENTOS ONLINE		Cantidad	Valor
Paquete Online Básico	\$150.000	7	\$1.050.000
Paquete Online Iniciación	\$300.000	10	\$3'000.000
Paquete Online Amateur	\$400.000	12	\$4.800.000
Paquete Online Elite	\$500.000	12	\$6.000.000
Asesoría de entrenamiento online	\$50.000	13	\$650.000
Asesoría nutricional	\$50.000	11	\$550.000
Total			\$38.800.000

CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES

Los recursos humanos claves en un principio son un grupo de 5 entrenadores profesionales, un nutricionista y un diseñador gráfico. En cuanto a los recursos físicos se tendrá un stock de implementos deportivos como colchonetas, bandas elásticas, trx, balones medicinales y ruedas abdominal, estos implementos serán para el servicio de entrenamientos personalizados y grupales. Y por último, el recurso tecnológico se utilizará plataformas digitales como redes sociales y una plataforma digital llamada Builderall, la cual permitirá administrar nuestro negocio.

Recursos	Ítem	Cantidad	Valor Unitario	Valor Mensual	Características
Humano	Entrenadores	4	\$1'350.000	\$1'350.000	Planificar entrenamientos adaptados a los objetivos y características del cliente.
	Nutricionistas	1	\$1.000.000	\$1.000.000	Asesorar y ofrecer dietas de acuerdo al objetivo fitness
	Diseñadores	1	\$1'000.000	\$1'000.000	Su función será grabar, tomar fotos y una excelente edición

Físico	Colchonetas	10	\$11.000	\$110.000	Decathlon - negra 183 cm de largo x 61 cm de ancho
	Bandas de poder	15	\$42.000	\$630.000	Decathlon Bandas de intensidad media - 35 kg
	Bandas elásticas	15	\$21.000	\$315.000	Decathlon X3 Mini-bandas elásticas
	TRX	5	\$170.000	\$850.000	MercadoLibre Kit de entrenamiento TRX
	Rueda abdominal	10	\$42.000	\$420.000	Decathlon doble rueda Acero y polipropileno
	Escaleras	10	\$50.000	\$500.000	MercadoLibre Escalera de coordinación 210 cm de longitud
	Balones medicinales	5	\$50.000	\$500.000	MercadoLibre Balón medicinal Miyagi 4 kg
Tecnológico	Builderall	Paquete completo	\$270.000	\$270.000	Plataforma digital en la cual vamos a desarrollar el marketing digital con

					sus herramientas
	Dominio	1 al año	\$100.000	\$100.000	Dominio para tener una dirección electrónica en el E-commerce
	Redes sociales	12 campañas	\$500.000	\$500.000	Creación de campañas publicitarias por medio de video-marketing, post y textos.

CAPÍTULO VII: ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades claves son las campañas publicitarias pagadas mes a mes por redes sociales con el fin de generar tráfico a nuestra página web y app. Otra actividad clave es subir contenido de valor tres veces a la semana por redes sociales, esto con el fin de que compartan el contenido y expandir cada vez la comunidad de Culture Body. También se realizará eventos deportivos de calistenia para desarrollar retos entre las personas de la comunidad y atraer nuevas personas como invitados y enamorarlos de este movimiento. En estos eventos se reconocerá a las personas ganadoras y a las personas que se han superado en los retos personales, ofreciendo algún suplemento o cupones de descuentos para que tomen cualquier paquete de la página web. Realizaremos una evaluación constante con la comunidad por vía correo electrónico, con el fin de recibir retroalimentación y hacer modificaciones favorables.

CAPÍTULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES

Las asociaciones que necesitamos como empresa digital y equipo de trabajo, son los entrenadores físicos, los nutricionistas y diseñador gráfico. La asociación para realizar el tema de pagos de manera legal y electrónica, como también para el uso de las herramientas digitales que nos permitirán hacer marketing digital serán; PayPal, Skrill, PSE y Builderall. Por último, debemos crear asociaciones con las redes sociales para poder pautar campañas publicitarias y de esta manera alcanzar a nuestro segmento de mercado. Estas asociaciones clave nos permitirán el desarrollo completo de los procesos internos que se realizan de manera digital. El buen uso y la automatización va a permitir que esta página o empresa digital funcione las 24 horas de manera correcta, ofreciéndole los servicios y contenido de valor a las personas que impactemos.

Asociación clave	Ganancias de socios	Ganancias de nosotros
Nutricionistas	Ganará un 50% de cada asesoría	Ganamos un plus teniendo acompañamiento nutricional

		para nuestros usuarios
Diseñadores Gráficos	Tendrá un pago fijo mensual de \$1'200.000	Ganamos buena presencia por internet
Pagos en línea; PayPal, Skill, PSE	Gana un IVA por cada pago realizado	Ganamos un fácil acceso y seguridad al momento de realizar los pagos
Builderall	Gana una mensualidad por el uso de sus herramientas de 69 USD	Ganaremos el uso de más de 20 herramientas para movernos digitalmente
Redes sociales	Gana por la pauta de cada campaña de publicidad que será de \$300.000 mensuales en los primeros meses	Ganaremos presencia en redes sociales y alcanzar nuestro nicho de mercado.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Patrimonio **Inicial:** **\$5.000.000**

Inversión Inicial:

Costos Fijos:

3					
4	COSTOS FIJOS				
5	COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS FIJOS PROM.
6	F1	Publicidad en redes	\$500.000	1	\$500.000
7	F2	Builderall	\$270.000	1	\$270.000
8	F3	Nomina	\$7.400.000	1	\$7.400.000
9	F4	Dominio en internet	\$100.000	1	\$100.000
10					\$0
11					\$0
12					\$0
13					\$0
14					\$0
15				TOTAL COSTOS FIJOS	\$8.270.000
16					

Total: **\$8.270.000**

A partir del mes de julio se contrataron dos entrenadores adicionales, por lo cual aumentó el valor de la nómina y por ende el valor de los costos fijos quedando con un valor de \$10.970.000

Precio de venta

4	COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.
5	1	Paq. Personalizado base	\$210.000
6	2	Paq. Personalizado iniciación	\$380.000
7	3	Paq. Personalizado Amateur	\$515.000
8	4	Paq. Personalizado Elite	\$700.000
9	5	Paq. Grupal inicio	\$50.000
10	6	Paq. Grupal básico	\$85.000
11	7	Paq. Grupal pro	\$120.000
12	8	Paq. On-line básico	\$150.000
13	9	Paq. On-line iniciación	\$300.000
14	10	Paq. On-line amateur	\$400.000
15	11	Paq. On-line Elite	\$500.000
16	12	Asesoría de entrenamiento On-line	\$50.000
17	13	Asesoría Nutricional	\$50.000
18			

Dentro de nuestros servicios ofertados contamos con paquetes de entrenamiento personalizados, paquetes grupales, paquetes personalizados on -line y asesorías tanto nutricionales como de entrenamientos.

Costos Variables:

17	COSTOS VARIABLES				
18	COD	CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS VARIABLES PROM.
19	V1	Rueda Abdominal	\$42.000	10	\$420.000
20	V2	Colchoneta	\$11.000	10	\$110.000
21	V3	Bandas de poder	\$42.000	15	\$630.000
22	V4	Banda elastica	\$21.000	15	\$315.000
23	V5	TRX	\$170.000	5	\$850.000
24	V6	Escalera de coordinaion	\$50.000	10	\$500.000
25	V7	Balon Medicinal	\$50.000	5	\$250.000
26					\$0
27					\$0
28				TOTAL COSTOS VARIABLES	\$3.075.000

Dentro de nuestros costos variables incluimos todos los materiales que usaremos para poder dar diversidad de clases con varios modos de entrenamiento, estos materiales se tienen pensados renovarlos cada seis meses, por esta razón los incluimos en los costos variables.

Proyección de ventas primer mes: Para el primer mes se proyectaron unas ventas de

COD	PRODUCTO/SERVICIO	PRECIO PROM.	VENTAS PROM.	INGRESOS PROM.
1	Paq. Personalizado base	\$210.000	3	\$630.000
2	Paq. Personalizado iniciación	\$380.000	3	\$1.140.000
3	Paq. Personalizado Amateur	\$515.000	3	\$1.545.000
4	Paq. Personalizado Elite	\$700.000	3	\$2.100.000
5	Paq. Grupal inicio	\$50.000		\$0
6	Paq. Grupal básico	\$85.000		\$0
7	Paq. Grupal pro	\$120.000	4	\$480.000
8	Paq. On-line básico	\$150.000	4	\$600.000
9	Paq. On-line iniciación	\$300.000	4	\$1.200.000
10	Paq. On-line amateur	\$400.000	3	\$1.200.000
11	Paq. On-line Elite	\$500.000	4	\$2.000.000
12	Asesoría de entrenamiento On-line	\$50.000	3	\$150.000
13	Asesoría Nutricional	\$50.000	3	\$150.000
			TOTAL INGRESOS	\$11.195.000

nuestros servicios por un valor de \$11.195.000 que restados con los egresos de ese mismo mes nos generó una ganancia de \$4.850.000 quedando en valores positivos para el inicio del segundo mes de operaciones.

Flujo de caja a un año:

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO
Saldo Inicial	\$ 5.000.000	\$4.850.000	\$ 9.745.000	\$ 15.890.000	\$ 24.225.000	\$ 35.125.000
Ingresos	\$11.195.000	\$13.165.000	\$14.415.000	\$ 16.605.000	\$19.170.000	\$0
Subtotal	\$16.195.000	\$18.015.000	\$ 24.160.000	\$ 32.495.000	\$ 43.395.000	\$ 35.125.000
Egresos						
Gastos Fijos	\$8.270.000	\$ 8.270.000	\$ 8.270.000	\$ 8.270.000	\$ 8.270.000	\$ 8.270.000
Gastos Variables	\$ 3.075.000	\$ -		\$ -	\$ -	\$ 3.075.000
Subtotal	\$11.345.000	\$ 8.270.000	\$ 8.270.000	\$ 8.270.000	\$ 8.270.000	\$ 11.345.000
Saldo Final	\$4.850.000	\$ 9.745.000	\$ 15.890.000	\$ 24.225.000	\$ 35.125.000	\$ 23.780.000

Al inicio del primer mes de operaciones iniciamos con un patrimonio de \$5.000.000 los cuales fueron destinados a la compra de implementos, herramienta builderall y pago de publicidad. Aunque el primer mes no tuvimos grandes ganancias no adquirimos ninguna deuda o saldo negativo, el mes uno y seis del primer año de operaciones fueron donde tuvimos mayores egresos ya que fue en los periodos donde tuvimos que realizar las compras de los implementos deportivos (gastos variables), desde el mes de junio se aumentaron los gastos por nómina ya que aumentaron la venta de servicios y tuvimos que contratar a dos entrenadores más para cubrir esa demanda.

JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
\$ 23.780.000	\$ 39.605.000	\$ 57.970.000	\$ 77.715.000	\$ 98.835.000	\$ 122.755.000
\$26.795.000	\$29.335.000	\$30.715.000	\$32.090.000	\$34.890.000	\$38.800.000
\$ 50.575.000	\$ 68.940.000	\$ 88.685.000	\$ 109.805.000	\$ 133.725.000	\$ 161.555.000
\$ 10.970.000	\$ 10.970.000	\$ 10.970.000	\$ 10.970.000	\$ 10.970.000	\$ 10.970.000
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -		
\$ 10.970.000	\$ 10.970.000	\$ 10.970.000	\$ 10.970.000	\$ 10.970.000	\$ 10.970.000
\$ 39.605.000	\$ 57.970.000	\$ 77.715.000	\$ 98.835.000	\$ 122.755.000	\$ 150.585.000

Punto de equilibrio: costos fijos / (precio de venta unitario del servicio - costo variable unitario del servicio)

Se tomaron dos puntos de equilibrio, la casilla en azul representa el punto de equilibrio en el primer semestre del año (enero - junio) y la casilla roja representa el punto de equilibrio del segundo semestre del año (julio - diciembre). Se realizó de esta forma porque desde el mes de julio se contrataron dos entrenadores más por tanto aumentó el gasto de nómina.

Punto de equilibrio para un paquete personalizado Elite (cód. 4):

PE 4 =	13	\$ 700.000	PE 4 =	17	\$ 700.000
VE =		\$8.807.353	VE =		\$ 11.682.789

P.E para el primer semestre del año:

$\$8.270.000 / (\$700.000 - \$42.708) = 13$ que es la cantidad de paquetes Elite que debemos vender para cubrir los gastos fijos de nuestra empresa.

$13 * \$700.000 = \$9.100.000 - \$8.270.000 = \830.000 Generará esta utilidad con 13 Paquetes personalizados elite vendidos.

P.E para el segundo semestre del año:

$\$10.970.000 / (\$700.000 - \$42.708) = 17$ que es la cantidad de paquetes Elite que debemos vender para cubrir los gastos fijos de nuestra empresa.

$17 * \$700.000 = \$11.900.000 - \$10.970.000 = \930.000 Generará esta utilidad con 17 Paquetes personalizados elite vendidos.

Punto de equilibrio para un paquete de entrenamiento grupal pro (cód. 7):

PE 7 =	116	\$	120.000	PE 7 =	154	\$ 120.000
VE =	\$	13.940.067		VE =	\$	18.491.237

P.E para el primer semestre del año:

$\$8.270.000 / (\$120.000 - \$48.810) = 116$ que es la cantidad de paquetes de entrenamiento grupal pro que debemos vender para cubrir los gastos fijos de nuestra empresa.

$116 * \$120.000 = \$13.920.000 - \$8.270.000 = \$5.650.000$ Generará esta utilidad con 116 Paquetes de entrenamiento grupal pro vendidos.

P.E para el segundo semestre del año:

$\$10.970.000 / (\$120.000 - \$48.810) = 154$ que es la cantidad de paquetes de entrenamiento grupal pro que debemos vender para cubrir los gastos fijos de nuestra empresa.

$154 * \$120.000 = \$18.480.000 - \$10.970.000 = \$7.510.000$ Generará esta utilidad con 154 Paquetes De entrenamiento grupales pro vendidos.

Punto de equilibrio para un paquete de entrenamiento on - line Elite (cód. 11):

PE 11 =	18	\$	500.000	PE 11 =	24	\$	500.000
VE =	\$		8.958.700	VE =	\$		11.883.548

P.E para el primer semestre del año

$\$8.270.000 / (\$500.000 - \$38.438) = 18$ que es la cantidad de paquetes de entrenamiento on - line elite que debemos vender para cubrir los gastos fijos de nuestra empresa.

$18 * \$500.000 = \$9.000.000 - \$8.270.000 = \730.000 Generará esta utilidad con 18 Paquetes de entrenamiento on - line elite vendidos.

P.E para el segundo semestre del año:

$\$10.970.000 / (\$500.000 - \$38.348) = 24$ que es la cantidad de paquetes de entrenamiento on - line elite que debemos vender para cubrir los gastos fijos de nuestra empresa.

$24 * \$500.000 = \$12.000.000 - \$10.970.000 = \$1.030.000$ Generará esta utilidad con 24 Paquetes de entrenamiento on - line elite vendidos.

Tasa interna de retorno:

<u>TIR</u>
- 5.000.000
- 1.800.000
9.350.472
24.492.192
44.707.160
71.342.233

Se calculó promediando el flujo de efectivo neto durante los primeros 5 años de operaciones teniendo en cuenta el estimado de ingresos y egresos del primer mes del año 1 de funcionamiento de la empresa, de acuerdo a estos valores proyectados la TIR tendría un porcentaje de **138,51 %** de retorno , para calcular este valor solo se tuvo en cuenta la producción del primer mes del año uno, tenemos esperado que el plan de marketing eleve nuestras ventas y el porcentaje de inversión del proyecto genere mayores ganancias.

Valor presente neto:

Formulación de Datos VPN	
f1=	-1800000
f2=	9350472
f3=	24492192,35
f4=	44707159,83
f5=	71342233,18
n=	5 años
i=	29%
Inv0=	5000000

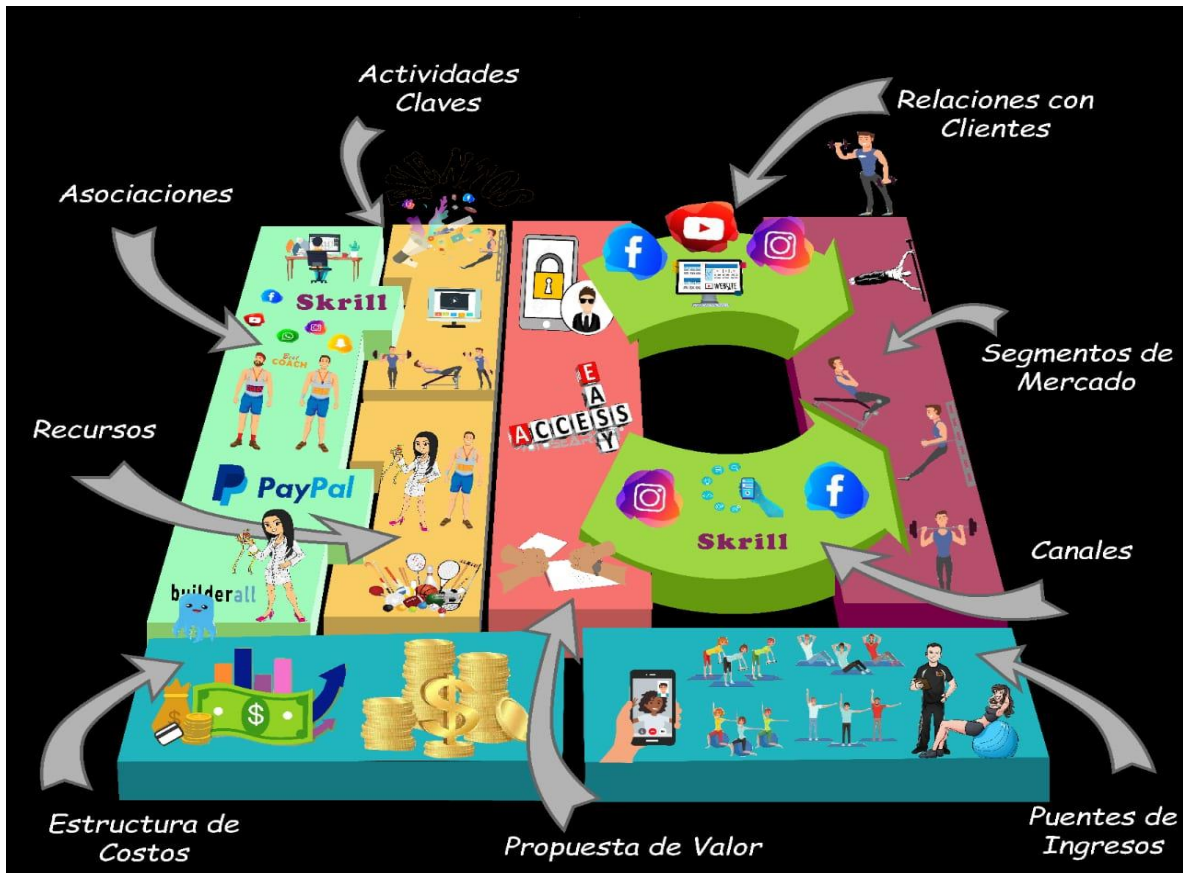
Para calcular el valor presente neto se tuvieron en cuenta los valores del flujo de efectivo neto de los primeros cinco años de operaciones, la inversión inicial de 5 millones de pesos y una tasa de interés del 29%. El resultado de esta operación nos dio un valor de **\$46,748,062** al dar positivo el VPN nos quiere decir que el proyecto a largo plazo no factible, con el plan de marketing tenemos proyectado un aumento en las ventas durante el primer año para que nuestro modelo de negocio sea factible además de que tenemos la ventaja de ser entrenadores reconocidos a nivel Bogotá lo cual nos permitió tener mayor aceptación y recomendación por parte de usuarios ya conocidos y que saben de la calidad de nuestro trabajo.

Retorno de la inversión:

	RI		
año1	-1800000		
año2	7550472		
año3	32042664,35	RI=	15,89304616 MESES
año4	76749824,18		
año5	148092057,4		

Analizando el retorno de inversión que presenta nuestra empresa podemos observar que lo invertido inicialmente se va a recuperar en menos de 1 año y medio lo cual es un buen indicativo para posibles inversores, si logramos conseguir socios interesados podemos llegar a expandir nuestro rango de atención al cliente y poder invertir más en mejoras a nuestra página web con el objetivo de mejorar la interfaz y la atención al cliente beneficiándonos para aumentar también nuestra imagen en el comercio electrónico.

LIENZO MODELO CANVAS



CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO

De acuerdo a las acciones que desarrollará nuestra empresa en la sociedad, consideramos que el impacto que causaremos va a ser positivo, en cuanto al impacto que tendremos en la sociedad será la posibilidad de que puedan llevar un estilo de vida saludable, previniendo enfermedades crónicas no transmisibles crearemos un entorno de salud donde cualquier persona puede participar, además que incentivaremos los eventos sociales con el objetivo de ir formando una comunidad que se identifique con nuestra razón de ser y para que haya un espacio donde todos nuestros miembros se conozcan y compartan gustos. El impacto que generaremos a nivel ambiental será mínimo, por un lado al ser una empresa digital evitaremos el uso de hojas de papel y electricidad, estamos comprometidos con el cuidado del medio ambiente y en dado caso que tengamos que usar hojas de papel será en un material reciclable, todas las botellas plásticas serán recicladas en una bolsa que estará ubicada en un lugar específico de la clase por si un usuario debe acudir a una caneca de basura, de otra forma siempre vamos a promover el transporte activo desarrollando actividades de este tipo y hablando a nuestros usuarios de los beneficios para uno y para la preservación del medio ambiente. Con nuestra aplicación de retos fitness buscamos promover el uso de nuevas tecnologías y mediante ella queremos prestar un servicio de entrenamiento con un componente motivacional y social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anaya, R. & García, S. (2015). El impacto de las redes sociales en las estrategias, actividades y comunicaciones de las empresas en Colombia “Falabella – Home Center – Alkosto”. (Tesis de pregrado). Universidad ECESI, Cali, Colombia.

Comisión de regulación de comunicaciones Republica de Colombia. (2017). *El comercio electrónico en Colombia, análisis integral y perspectiva regulatoria* (5000-1-12).

Constitución política de Colombia (1991). Art 333 Mediante la cual se regula la actividad económica y la iniciativa privada de carácter libre: Constitución política de Colombia.

Congreso de la república de Colombia (2006). Ley 1065 Julio 29 del 2006 por la cual se define la administración de registros de nombres de dominio.co y se dictan otras disposiciones: Congreso de la república de Colombia.

Congreso de la república de Colombia (2011). Ley 1480 del 2011 por medio de la cual se expide el Estatuto del Consumidor y se dictan otras disposiciones: Congreso de la república de Colombia.

Ministerio de educación de Colombia (1995) Ley 181 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: Ministerio de educación de Colombia.

Ministerio de tecnologías de la información y las telecomunicaciones (2009). Ley 1341 del 2009 Por la cual se definen Principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones -TIC-, se crea la Agencia Nacional del Espectro y se dictan otras disposiciones: Ministerio de tecnologías de la información y las telecomunicaciones.

Suarez, J. (26 de Febrero del 2016). ¿Con cuales colores debo representar mi empresa?
[Mensaje en un blog]. Recuperado de
<http://jsuarezwd.net/blog/index.php?p=post&e=3&t=%C2%BFCon-cuales-colores-debo-representar-mi-empresa?#ixzz41EdpMDUg>

ANEXOS

La siguiente encuesta se realiza con el fin de mirar el nivel de impacto que podría tener una empresa digital fitness en la comunidad de Bogotá, los datos recogidos no serán divulgados, se mantendrán de manera confidencial y administrados para poder segmentar el nicho de mercado, la opción de respuesta será cerrada y abiertas con única respuesta.

ENCUESTAS (aplicada a 50 personas)

1. ¿Considera que la industria del fitness debe penetrar el mercado digital?
 - A. Si
 - B. No

- 2) ¿Cuál es su principal obstáculo al momento de realizar ejercicio físico?
 - A. Tiempo
 - B. Espacio
 - C. Creatividad
 - D. Otros

- 3) ¿Considera usted que hacer parte de una comunidad impulsa la iniciativa a realizar una práctica saludable como el ejercicio físico?
 - A. Si
 - B. No

- 4) La motivación es uno de los factores más importantes al momento de hacer ejercicio físico. ¿Considera usted que realizar esta práctica en compañía ayuda aumentar su motivación?

- A. Si
- B. No

5) ¿Le gustaría que hubiera competencia sana al momento de hacer ejercicio con el fin de superarse?

- A. Si
- B. No

6) ¿Considera usted que llevar un registro de sus logros en el ámbito fitness genera más adherencia a esta práctica?

- A. Si
- B. No

7) Al momento de comprar un producto/servicio de manera digital, ¿Qué aspectos de la página web tiene en cuenta para realizar su pago con seguridad de qué forma prefiere realizar este proceso?

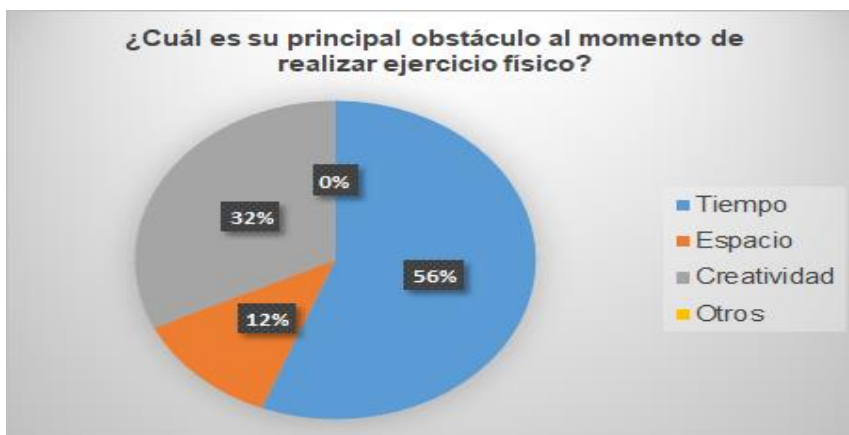
- A. Mirar las políticas de seguridad antes de pagar
- B. Que sea un proceso corto de pago (pocos clics)
- C. Que tenga atención al cliente
- D. Por calificación de otros compradores
- E. Otras

RESULTADOS

1. En esta pregunta 44 personas contestaron que sí, 6 contestaron que no, esto nos da a entender que el mercado digital está teniendo buena aceptación por parte de la sociedad y que es viable invertir en él.



2. En esta pregunta 28 personas contestaron que la principal barrera para hacer ejercicio es la falta de tiempo, 6 personas contestaron por la falta de espacio en cuanto a lugares y obligaciones y 16 personas por la falta de creatividad al no saber cómo hacer una sesión de entrenamiento, analizando las respuestas nos da una oportunidad de poder trabajar con estas personas ya que nuestros paquetes son muy versátiles donde uno de los objetivos es que se logre adaptar al estilo de vida de las personas.



3. En esta pregunta 41 personas contestaron que sí y 9 que no, esta pregunta la formulamos para analizar si es viable crear una app enfocada a crear una comunidad que pueda interactuar, de acuerdo a esto podemos decir que si ayuda a motivar a una persona el participar en una comunidad afianzando más sus metas a alcanzar.



4. En esta pregunta 47 personas respondieron que sí y 3 que no, esto nos da a entender que los encuestados consideran muy importante la motivación a la hora de hacer ejercicio y nuestra app les puede ayudar mucho para satisfacer esta necesidad.



5. En esta pregunta las 50 personas contestaron que sí, esto nos demuestra que los valores de nuestra empresa se identifican con ellos, que por encima de todo esta primero la honestidad y la sana competencia.

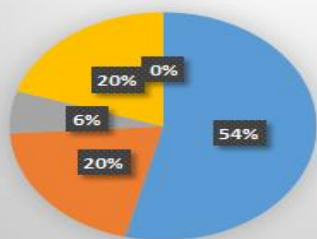


6. En esta pregunta 43 personas contestaron que sí y 7 que no, esta pregunta también va relacionada con las funciones de nuestra app y ahí se puede ver que los encuestados si consideran ese tipo de detalles como una ayuda extra para poder alcanzar sus objetivos.



7. En esta pregunta 27 personas que son más de la mitad contestaron que lo más importante para ellos son las políticas de seguridad antes de realizar el pago, de acuerdo a esto consideramos que tenemos que reforzar este punto y analizar bien la seguridad que dan nuestros canales asociados para poderles brindar confianza a nuestros futuros clientes.

Al momento de comprar un producto/servicio de manera digital, ¿Qué aspectos de la página web tiene en cuenta para realizar su pago con seguridad de qué forma prefiere realizar este proceso?



- Mirar las políticas de seguridad antes de pagar
- Que sea un proceso corto de pago (pocos clics)
- Que tenga atención al cliente