



VANESPOWERFIT

TRABAJO DE GRADO

CREACIÓN DE EMPRESAS

Responsables:

LISETH VANESSA SERRANO MANTILLA

ESTEFANY SALAZAR HERNANDEZ

Asesor:

Juan Carlos Corredor

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS

Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación

Bogotá D.C.

Noviembre 2024

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
NOMBRE	5
LOGOTIPO	6
SLOGAN	6
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	6
INVESTIGACIÓN DE MERCADOS	7
CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR	9
CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO	11
CAPITULO III: CANALES	13
CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES	15
CAPITULO V: INGRESOS	18
CAPITULO VI: ASOCIACIONES CLAVES	24
CAPITULO VII: RECURSOS CLAVES	30
CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES	37
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS	45
CAPITULO X: EVALUACIÓN FINANCIERA	47
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO	55
REFERENCIAS	57



INTRODUCCIÓN

Las redes sociales, con su llegada y euforia en pleno siglo XXI, se han convertido en una de las mayores fuentes de información. Sin embargo, en la actualidad, también han propiciado la difusión de noticias falsas y de información sin precedentes ni validación que la respalde. Según Espinoza (2020), la desinformación también se entiende como la omisión de información válida y relevante. Esta desinformación generada por estos medios puede convertirse en una problemática de salud pública, afectando directamente a las poblaciones con acceso a estos medios.

Como manifiesta Porroche-Escuchero (2017), la desinformación “puede interferir en la capacidad crítica de las personas para tomar decisiones meditadas” y “bloquea el derecho de las personas a una información veraz, objetiva y completa que favorezca la toma de decisiones libres y sopesadas”. Por lo tanto, se tiende a creer casi de manera absoluta en toda la información que se brinda al público.

Por medio de la observación, hemos evidenciado que muchos “influencers” o “coaches de vida” proporcionan información que no está sustentada científicamente. Esto se ha identificado en diversos entornos, como gimnasios y escuelas deportivas, donde no siempre las personas a cargo cuentan con la formación profesional adecuada. Para nosotras, este hecho representa una problemática que requiere atención y solución, ya que gran parte de esta información es incorrecta. Nuestro campo de estudio nos ha formado con bases prácticas y teóricas que nos permiten afirmar lo contrario.

Por ello, se pretende crear una página web donde se ofrecerán diferentes paquetes de servicios, tanto individuales como en pareja o familiares, y se promoverá contenido a través de redes sociales como TikTok, Instagram y Facebook. La información que se compartirá será válida y científica, abordando temas como actividad física, deporte, recreación y consejos de salud, para que las personas interesadas puedan adquirir



programas de entrenamiento personalizados, garantizando que cuentan con personal capacitado.

Además, somos estudiantes de noveno semestre de la Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación, y estamos involucradas en el mundo del entrenamiento deportivo desde hace tres años. Nos hemos especializado en materias como fitness, entrenamiento deportivo, fisiología, recreación para la vida, campamento y patokines, pero con un objetivo común: promover estilos de vida saludables para un mejor bienestar. Para este proyecto, tenemos presente la Ley 2210, que estipula que únicamente las personas que cuenten con su tarjeta profesional podrán ejercer actividades relacionadas con la cultura física y el deporte.

PALABRAS CLAVE

Actividad física: Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la actividad física es "cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos que resulta en un gasto de energía" (Organización Mundial de la Salud, 2020). Este concepto abarca tanto las actividades realizadas durante el tiempo libre y el ejercicio estructurado, como las actividades cotidianas que contribuyen al gasto energético diario.

Entrenamiento deportivo: El entrenamiento deportivo se define como "un proceso organizado y planificado que utiliza diferentes métodos y técnicas para mejorar el rendimiento en un deporte específico. Este proceso incluye la preparación física, técnica, táctica y psicológica de los atletas" (Bompa & Haff, 2009, p. 15).

Recreación: Según la National Recreation and Park Association (NRPA), "la recreación es el conjunto de actividades y experiencias que las personas eligen voluntariamente para su disfrute y relajación. Estas actividades contribuyen al desarrollo personal, social y físico, proporcionando un equilibrio con las demandas diarias y contribuyendo a la calidad de vida" (NRPA, 2020).



Redes Sociales: Según Kaplan y Haenlein (2010), las redes sociales son "un grupo de aplicaciones basadas en Internet que construyen sobre las ideas y tecnologías de Web 2.0, y que permiten la creación y el intercambio de contenido generado por el usuario" (Kaplan & Haenlein, 2010, p. 61). Estas plataformas utilizan tecnologías web para permitir la creación de perfiles personales, la interacción a través de publicaciones y comentarios, y la conexión con otros usuarios en redes de contactos.

Influencer: Según la American Marketing Association (AMA), un influencer es "un individuo que tiene el poder de afectar las decisiones de compra de otros debido a su autoridad, conocimiento, posición o relación con su audiencia" (American Marketing Association, 2020). Los influencers suelen construir su credibilidad en áreas específicas, como moda, belleza, tecnología o estilo de vida, y utilizan esta credibilidad para recomendar productos y servicios a sus seguidores.

NOMBRE

VanEsPowerFit: Representa el empoderamiento femenino hacia el crecimiento de una industria deportiva abierta a todo público, el brazo de valor y el fuego de poder.

LOGOTIPO



C



SLOGAN

¡Tienes el power en tus manos!.

Este representa el poder de cada uno al decidir cómo quiere vivir su vida, cada persona es responsable de sus decisiones por eso nuestro slogan es tan lógico si tú que eres dueño de tu vida no haces nada para cambiarla nadie lo hará por ti, por eso tienes el poder en tus manos para tomar acción e ir por tus objetivos, que aplica para todo en la vida.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

La Carta Olímpica es el documento fundamental que rige el Movimiento Olímpico y establece los principios y valores que lo guían dentro de los más importantes como la excelencia, la amistad y el respeto, por lo que, para nosotras, nuestra guía es el respeto, el amor propio, la integridad, el cuidado de la salud y la promoción de hábitos de vida

.

MISION

Conseguir el máximo potencial físico y mental a través de programas de entrenamiento personalizado, salud y bienestar, para mejorar su calidad de vida y alcanzar sus objetivos personales como deportivos y promocionar nuestro servicio por medio de las redes sociales.

VISION

Ser en 2030 la empresa online líder en fitness, deporte, eventos de esparcimiento recreativo y bienestar en la región, a nivel nacional reconocida por nuestros resultados efectivos y de calidad, nuestra atención personalizada y nuestro compromiso con la comunidad y excelencia que nos identifica.



INVESTIGACIÓN DE MERCADOS

Este, es el proceso de recopilar, analizar e interpretar datos sobre un mercado específico, con el objetivo de mejorar las necesidades, preferencias y comportamientos de los consumidores, así como identificar oportunidades y amenazas para una empresa o producto., dentro de la información recopilada, empresas como Google fit ocupa el primer puesto en competencia directa, es totalmente gratuita y sus ganancias son por descárgala, ya sea desde Google play o App Store.

Google Fit: Esta aplicación registra datos como velocidad, frecuencia cardíaca, calorías quemadas, tiempo de duración del ejercicio, e incluso la distancia que recorres durante tu entrenamiento. También te permite determinar objetivos físicos de acuerdo con tu rendimiento y te da recomendaciones para optimizar tus rutinas.

Otras aplicaciones que también se relacionan, son Sports Tracker, Runtastic, Beeminder, Chloe Ting y Ejercicio con Bodytech. Esto con base a las aplicaciones en cuanto a las personas como entrenadores y afines al deporte encontramos que en Colombia, hay varios influencers que promueven la actividad física, pero no hay un número exacto de cuántos son. Sin embargo, se hace un estudio de algunos influencers colombianos que se enfocan en la actividad física el deporte y recreación, siendo Daniela Ospina una de las más relevantes con un ingreso por sus redes sociales de 5 millones de pesos mas adicionales de personalizados que está en 1'200.000.

Seguido de influencers como Silvy Araujo, Daniela Ospina que es una de las influencers colombianas fitness más conocidas y queridas del país. Tiene más de 7 millones de seguidores en Instagram y publica sobre su estilo de vida saludable, rutinas de ejercicios y recomendaciones de productos y por último Marcela Barajas. Por otro lados se hace una investigación de algunos ejemplos de influencers



colombianos que se enfocan en el deporte ocupando el primer puesto como clasificado Faustino Murillo con ingresos más de 10 millones mensuales, seguido de Silvy Araujo, Daniela Ospina, Marcela Barajas, Fausto Murillo que es un influencer que ha alcanzado el reconocimiento gracias a sus participaciones en programas como Desafío Súper Humanos y Masterchef Celebrity. Publica retos semanales de ejercicio y tips para alcanzar un estado de salud óptimo. En cuanto a los programas de bienestar y fitness en línea en Colombia recalamos los más importantes Smart Fit ya que esta es gratuita su única inversión es estar inscrito en una de sus sedes. Smart Fit App: Una aplicación que ofrece planes de entrenamiento personalizados y seguimiento del progreso, seguido de Gimnasio Vivo, Mindbody, y My PT Hub. Y no obstante también encontramos algunas apps de recreación donde se consideran las más relevantes Meetup y AllTrails, ya que ambas aplicaciones son gratuitas y sus ganancias serían por descarga, seguido de Meetup esta app logra una reunión virtual para unir a grupos de interés y participar en actividades, y AllTrails para encontrar rutas de senderismo y outdoor.

Tabla 1.

DOFA VanEs/POWERFIT

Debilidades	Oportunidades
1. Falta de interacción personal directa con los entrenadores.	1. Crear alianzas con marcas de suplementos y equipamiento deportivo.
2. Dependencia de la tecnología y conexión a internet.	3. Desarrollar aplicaciones móviles para mayor accesibilidad.
3. Posible sobrecarga de información para los usuarios.	4. Incorporar tecnología de realidad virtual para entrenamientos inmersivos.
4. Dificultad para medir el progreso y resultados sin supervisión directa.	
5. Posible falta de motivación sin la presión de un entorno de gimnasio.	



Fortalezas

1. Ofrece entrenamientos personalizados adaptados a las necesidades individuales.
2. Acceso a expertos en bienestar y deporte.
3. Contenido variado y actualizado sobre entrenamiento, fitness y bienestar.
4. Comunidad en línea para apoyo y motivación.
5. Flexibilidad para entrenar desde cualquier parte del mundo.

Amenazas

1. Competencia de otras páginas web y aplicaciones de entrenamiento en línea.
2. Cambios en las tendencias y preferencias de los usuarios.
3. Problemas técnicos y fallos en la plataforma.

Nota: tabla de DOFA de la empresa VanEs/*POWERFIT*

CAPITULO I: PROPOSICIONES DE VALOR

Una propuesta de valor es una declaración clara y concisa que describe los beneficios y resultados que un producto, servicio o solución ofrece a los clientes o usuarios. En otras palabras, es la razón por la cual los clientes eligen tu oferta sobre las de la competencia.

Es por eso, que será innovador ya que cuenta con sistemas y métodos que no se encuentran en otras páginas web, como lo son el entrenamiento funcional, técnicas de pilates, propiocepción de cuerpo y la mente, y además si desean tener un servicio enfocado en algún deporte específico, su enfoque está dirigido a mujeres y niñas, que deseen tener un espacio multidisciplinar y de confianza, con el fin de desarrollar el máximo potencial de las capacidades de cada una de ellas, además se contara con el personal calificado.



También es una página que genera desempeño en cada proceso del usuario además, teniendo en cuenta que la recreación y los entrenamientos ayudan a mejorar este desempeño como habilidades blandas físicas y demás, se va a diseñar programas exclusivos a los usuarios dependiendo el diagnóstico de cada persona, se cuenta con un conocimiento previo ya que desde las asignaturas entrenamiento personalizado, fisiología, morfología y biomecánica se cuenta con bases para la realización de todos estos diseños, habrá reducción de riesgo ya que al ser profesional y que es comprobado científicamente mediante artículos y personas con experiencia, reducción de riesgo en cuando a lo deportivo también hablando de lesiones y actividades no peligrosas para las personas en cualquier lugar que se encuentren.

¿Qué nos hace diferente?

En nuestro centro, nos enorgullecemos de ofrecer un enfoque completamente personalizado, adaptado a tus necesidades y objetivos específicos. Nuestro equipo de instructores, altamente experimentados y apasionados por lo que hacen, está aquí para guiarte en cada paso de tu viaje.

Creamos un ambiente motivador y de apoyo y empoderamiento, ya sea que busques entrenamiento a corta o larga distancia. Cada programa de entrenamiento es único, diseñado para ajustarse a tus requerimientos individuales y ayudarte a alcanzar tus metas.

Además, sabemos que el seguimiento es crucial para el éxito. Por eso, ofrecemos resultados medibles mediante un monitoreo constante. Puedes evaluar tus progresos 24/7 a través de WhatsApp, asegurándote de que siempre estés en el camino correcto hacia tus objetivos.

Por último, te invitamos a unirse a nuestra comunidad de apoyo, donde encontrarás personas que comparten tus pasiones y aspiraciones. Juntos, nos motivamos y celebramos cada logro en este emocionante camino hacia el bienestar.



Beneficios

Mejorar tu condición física y salud cardiovascular no solo se trata de verse bien, sino de sentirte bien. A través de un enfoque integral, no solo aumentarás tu fuerza y flexibilidad, sino que también experimentarás beneficios significativos para tu salud mental, incluyendo la reducción del estrés y la mejora de tu autoestima y confianza.

El ejercicio regular te ayuda a controlar el peso y reducir el riesgo de obesidad, contribuyendo así a una mejor calidad del sueño. Esto se traduce en un aumento de la energía y la vitalidad, elementos clave para llevar una vida activa y plena. Todo esto tiene como objetivo final la reducción del riesgo de enfermedades crónicas, como la diabetes y ciertos tipos de cáncer.

Además, la recreación fomenta la creatividad y la imaginación, creando más oportunidades para socializar y hacer amigos. En este entorno positivo, podrás conectar con una comunidad de personas que te apoyan y motivan día a día.

No esperes más para mejorar tu condición física y salud general. Incrementa tu energía y bienestar, y alcanza tus objetivos deportivos y personales con nosotros. ¡Tu transformación comienza aquí!

Tipo de propuesta de valor: conectar con cualquier persona a nivel mundial, empoderamiento femenino que ayuda a mujeres a salir de su zona de confort.

CAPITULO II: SEGMENTOS DE MERCADO

La segmentación de mercado permite a las empresas identificar y entender diferentes grupos de consumidores que pueden responder de manera distinta a estrategias de marketing, productos y servicios. Según Kotler y Keller (2016), "la segmentación de mercado consiste en dividir un mercado en grupos de compradores con necesidades, características o comportamientos distintos que podrían requerir productos o mezclas de marketing diferentes" (Kotler & Keller, 2016, p. 234).

Este enfoque permite a las empresas personalizar su oferta para satisfacer de manera



más precisa las necesidades de cada segmento, optimizando así la efectividad de sus campañas y estrategias de ventas.

Este proyecto adopta una estrategia de segmentación mixta, combinando demografía comportamiento e intereses, ya que el mercado objetivo se define tanto por características personales como por hábitos y motivaciones relacionadas con la salud.

¿Quiénes van a ser nuestros beneficiados?

1. Entrenadores personales: como persona principal para ofrecer planes de entrenamiento y consejos de fitness.
2. Nutricionistas: para brindar consejos de alimentación saludable y planes de nutrición. Fisioterapeutas: para ofrecer consejos de recuperación y prevención de lesiones.
3. Psicólogos del deporte: para brindar apoyo mental y estrategias de motivación.
4. Profesores de yoga o pilates: para ofrecer clases y tutoriales de yoga o pilates.
5. Deportistas profesionales: para compartir sus experiencias y consejos de entrenamiento.
6. Médicos especialistas en medicina deportiva: para brindar consejos de salud y prevención de lesiones.
7. Profesores de educación física: para ofrecer planes de entrenamiento y consejos de fitness para diferentes edades y niveles.
8. Especialistas en bienestar: para brindar consejos de mindfulness, meditación y reducción del estrés.
9. Influencers de fitness: para compartir sus experiencias y consejos de fitness con la comunidad.
10. Posición Geográfica: Este es globalizado ya que es una página web y se centra en los países hispano hablantes luego cuando se tenga la oportunidad de



incorporar la segunda lengua que sería inglés será más accesible ya que tendría más alcance a nivel mundial.

- **Posición Demográfica:** El perfil del cliente objetivo es personas de 18 a 60 años, partiendo de esta edad ya que no se puede aceptar menores de edad teniendo en cuenta las leyes que el menor de edad tiene que tener un representante y condiciones éticas por esa razón se reciben personas mayores de 18 en adelante que buscan mejorar su salud y bienestar a través de la actividad física y el deporte demográficamente estragos de 3 en adelante que tengan recursos necesarios para poder generar todos los entrenamientos que se van a obtener.
- **Posición Psicográfica:** Los clientes están dispuestos a pagar un precio premium por servicios de alta calidad y personalizados. También contar con buena salud y pensar que el deporte es una ayuda con base también en la recreación.
- **Posición Conductual:** La lealtad del cliente y personas activas físicamente y también personas con discapacidades y complejos de enfermedad no serán aceptadas ya que la distancia y la visítalo dad será un impedimento para poder prestar la suficiente atención y requerimiento físico que se necesita.

CAPITULO III: CANALES

Según (Acosta, 2017) los canales de distribución es la forma de hacer llegar exitosamente el producto a los diferentes destinos y clientes. También pueden llegar a ser considerados como un grupo de organizaciones que intervienen en un proceso en donde el producto está listo para el consumo del cliente.

El canal principal seleccionado es digital, con un enfoque estratégico en redes sociales y una pagina web bien estructurada como punto de conversión para ventas y contactos.



Fases del canal:

Canal de percepción: En el proceso de retención de clientes la página web se apoyará por medio de las redes sociales como Tik Tok, Instagram, Facebook, Whats App. No obstante, también se distribuirá información por referidos, eventos, profesionales del mismo medio y marketing.

Canal de evaluación: Se quiere lograr con la página web una mayor audiencia interesados en el medio donde estas personas puedan adquirir los diferentes servicios que les ofrece. Siendo así, la página web ha estructurado una sección en donde se publicarán los resultados de cada uno de los asesorados (antes y después), esto con el fin de tener un intensivo hacia el público.

Canal de compra: La página web cuenta con diferentes medios de pago tanto vía tarjetas de crédito o débito, pago por pse, nequi y daviplata, este pago se podrá realizar por cuotas o pagarlo todo de contado.

Ilustración 2 canales de distribución



Tomada: <https://anymarket.global/blog/anymarket/canales-de-venta-elige-el-mejor/>

Entrega: A los usuarios que decidan entrar a nuestro programa de entrenamiento se les brindará toda la información acerca de su entrenamiento personalizado, se realizar



también una evaluación previa para conocer el estado del cliente tips de nutrición y un seguimiento continuo para su progreso óptimo.

Postventa: Se implementarán chequeos semanales vía Watsapp 24/7, donde se resolverán dudas que surjan del proceso.

Tipo de canal: Directo

CAPITULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

Captar nuevos seguidores, clientes, visualizaciones e interacciones, con el fin de fidelizar a los clientes por medio de membrecías, recordatorios de fechas importantes, promociones, temáticas mensuales, seguridad, haciéndolos sentir especial para nosotros el aumento de clientes haciendo asociaciones con otros profesionales dentro de las áreas, brindando información de calidad. La estimulación de las ventas va creando logros semanales y mensuales, donde en el entrenamiento completado, pueda tener una sesión relacionada a la recreación y a otro método de la realización de la actividad física, la asistencia personal promueve encuentros en diferentes sectores de la ciudad, pueden ser grupos familiares, individuales, etc. también, Asistencia dedicada a entrenamientos personalizados, individuales, contando con el marketing digital que cautela la atención de los clientes haciendo alianzas estratégicas entidades o personas del mismo ámbito puede ayudar a contribuir a la creación de nuevas estrategias y negocios en socia. Los eventos y retos Incentivan a la población a tener uno de estos encuentros hace enriquecedor y innovador haciendo que los referidos atraigan nuevos clientes a través de usuarios antiguos la página web oficial fácil de usar y bien conformada facilitará la inscripción y el relacionamiento del entrenador usuario. Las estrategias de promoción y ofertas especiales es crear ofertas de dónde mes o por ser una fecha importante llama la atención de los usuarios. Por lo siguiente el contenido de valor es asegurarnos que el contenido que se está ofreciendo es de valor y proporciona las bases profesionales necesarias para el desarrollo de un crecimiento tanto físico como personal de la persona. Para que los testimonios puedan



mostrar los casos de éxito y buenos resultados de usuarios anteriores es una técnica para atraer audiencia nueva.

Este prioriza una combinación de personalización y comunidad, utilizando herramientas automatizadas para aumentar la eficiencia este enfoque permite, mantener una relación cercana con los clientes más comprometidos, también se le ofrece servicios al público amplio sin descuidar la calidad del soporte.

Ayudamos a los clientes a elevar la proposición de valor entendiendo sus objetivos y necesidades, comprendiendo así que buscan en realidad sus objetivos, para que así esto permita dar soluciones personalizadas. También como se ha venido mencionando servicios personalizados donde los usuarios encuentren plan de entrenamiento adaptados a sus necesidades, permitimos que nuestros clientes compren de manera específica nuestro productos y servicios a través de la página web fácil de usar nuestros clientes tendrán acceso a una plataforma fácil de navegar donde estará todo súper específico para la buena utilización, un catálogo de servicios donde ofrecemos catálogos claros y detallados para que así los clientes puedan elegir a su gusto y necesidad. Los paquetes de promociones específicas para captar la atención del cliente Integrando las redes sociales que permiten que los usuarios compren nuestros cursos directamente desde redes sociales. También habrá un programa de fidelidad que busca compensar a los clientes más frecuentes. Así se puede entregar la proposición de valor al cliente con una comunicación clara demostraciones y pruebas para que así estos puedan experimentar antes de tomar la decisión de obtener nuestro servicio, también con testimonios y casos de éxito donde muestre el progreso de las personas ya vinculadas, con un buen seguimiento y evaluación al personal. Con esto también podemos proveer soporte posventa a nuestros clientes contando con que habrá un teléfono de soporte donde los usuarios se podrán contactar 24/7 además de esto también un chat en vivo para resolver todas sus dudas frente al tema.

Descripción de los Servicios

El plan incluye varios tipos de servicios, cada uno con un esquema de pago diferente:



Pago Mensual: Este servicio se ofrece a un precio de \$230,000 por mes.

Pago Bimensual: Este servicio tiene un costo de \$619,900, que se paga cada dos meses.

Pago Semestral: Por un total de \$1,119,900, este servicio se paga dos veces al año.

Pago Anual: Este servicio, que se paga una vez al año, tiene un costo de \$1,704,900.

Eventos Recreativos: Se ofrece un servicio adicional de eventos recreativos a un precio de \$90,000.

CAPITULO V: INGRESOS

Los ingresos según Rodríguez (2016) se refiere a las ganancias o entradas de dinero que una persona, empresa o gobierno recibe como resultado de sus actividades comerciales, inversiones, o impuestos recaudados. Estos ingresos pueden incluir ventas de productos, dividendos, intereses, alquileres y otros tipos de entradas financieras. Al tener precios dinámicos, podemos establecer supuestos y hallar un precio promedio en el primer año, esto con el fin de explicar de la manera más sencilla posible los ingresos

Se tendrán, venta de activos, prima por uso, primas de suscripción, licencia, gastos de corretaje, publicidad, ingresos de transacciones resultantes de pagos realizados por el cliente una vez, ingresos recurrentes resultantes de pagos continuos para entregar una proposición de valor a los clientes o de proveer soporte posventa al cliente.

Tabla 2.

Ingresos en un mes

Producto/Servicio	Precio	Ventas	Ingresos
Entrenamiento Personalizado	\$ 230.000	26	5.980.000



pago MENSUAL				
(ingreso Recurrente)				
Entrenamiento Personalizado	\$	206.667	18	3.720.000
pago TRIMESTRE				
Entrenamiento Personalizado	\$	186.667	15	2.800.000
pago Semestral				
Entrenamiento Personalizado	\$	143.333	9	1.290.000
pago anual				
Eventos Recreativos	\$	90.000	10	900.000
Camisa Licrada	\$	50.000	20	1.000.000
Pantalones licados	\$	35.000	10	350.000
Sudaderas	\$	75.000	5	375.000
Guantes de boxeo	\$	100.000	3	300.000
Alquiler guantes	\$	20.000	2	40.000
Alquiler Mat Yoga	\$	20.000	2	40.000
Total de ingresos	\$	11.359.000		

Nota: Tabla ingresos por un mes

Se crea una estructura de precios escalonada con los planes de entrenamiento, donde el plan mensual de \$230,000 genera los mayores ingresos (\$5,980,000), seguido por el plan trimestral de \$206,667 (\$3,720,000). Se observa una clara preferencia de los clientes por los planes de corto plazo, con 26 personas en el plan mensual y 18 en el



trimestral, mientras que los planes más largos tienen menor acogida (10 en semestral y 5 en anual). El ingreso total promedio por planes de entrenamiento es de \$15,790,476.19, atendiendo a un promedio de 69 personas con un precio promedio por persona de \$228,847.

En cuanto a los ingresos adicionales, la venta de activos representa una fuente significativa (\$2,607,143), complementada por eventos recreativos (\$900,000). La estrategia de precios muestra un descuento progresivo del 37% entre el plan mensual y el anual, lo que sugiere un enfoque para incentivar compromisos más largos. Sin embargo, la preferencia por planes cortos (63% opta por planes de 1 a 3 meses) indica la necesidad de desarrollar estrategias más efectivas de retención y fidelización.

Analizando la línea de productos y servicios complementarios, las camisas licradas lideran las ventas con 20 unidades mensuales a \$50,000 cada una, generando ingresos por \$1,000,000. Los pantalones licrados, sudaderas y guantes de boxeo completan la oferta de productos con ventas de 10, 5 y 5 unidades respectivamente, contribuyendo con ingresos significativos debido a sus diferentes precios (\$35,000, \$75,000 y \$100,000). Los servicios de alquiler de guantes y mat de yoga, ambos a \$20,000, generan ingresos más modestos de \$56,667 y \$30,000 respectivamente, con un promedio total de 44 ventas mensuales en productos y servicios complementarios.

Tabla 3.

Plan de ventas en 1 año.

Descripción del Servicio	Valor Mes	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun
pago mensual	\$ 230.00	8	10	12	12	16	20
pago bimensual	\$ 619.90	4	4	9	7	10	12
pago Semestral	\$ 1.119.90	1	7	4	10	9	4
pago anual	\$ 1.704.90	2	1	3	4	2	2



Eventos Recreativos Total, servicios Ingresos primer año	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	26	18	30	17	40	42
	16	19	25	22	17	30
	5	12	10	18	17	17
	4	2	2	2	2	3
	4	1	10	1	1	6
	55	52	77	60	77	98
			\$ 37.906.300	\$ 41.205.800	\$ 42.276.400	\$ 52.950.000
	\$ 28.677.500	\$ 32.856.700				

Nota: tabla de plan de ventas en un año

Aquí se detalla el plan de ventas de nuestros servicios para el año, desglosando los ingresos proyectados mes a mes. Esta proyección es fundamental para la planificación financiera y estratégica del negocio, ya que nos permite anticipar los flujos de efectivo y evaluar la viabilidad de nuestros servicios.

Proyección de Ventas por Mes

La tabla de proyección de ventas detalla la cantidad esperada de ventas para cada servicio, mes a mes. A lo largo del año, se espera un aumento gradual en la cantidad de servicios vendidos, alcanzando un total de 98 servicios en diciembre. Este crecimiento se debe a una combinación de marketing efectivo, expansión de la base de clientes y la fidelización de clientes existentes.

Ingresos Proyectados

Los ingresos totales se calculan multiplicando la cantidad de servicios vendidos por su respectivo precio. A lo largo del año, los ingresos proyectados muestran una



tendencia creciente, comenzando en \$ 9.119.300 en enero y alcanzando un máximo de \$52,950,000 en diciembre. Este incremento en los ingresos refleja no solo el crecimiento en la cantidad de ventas, sino también la diversificación de los servicios ofrecidos.

Total, de Ingresos Anuales

Al sumar los ingresos proyectados de cada mes, se estima que el total de ingresos anuales alcanzará aproximadamente \$367,258,600. Este monto es crucial para evaluar la rentabilidad del negocio y planificar futuras inversiones.

Tabla 4.

Promedio de venta de servicios en 1 año.

PROMEDIO
21
15
10
2
3
50
\$ 28.872.766,67

Promedio de Ventas de Servicios

Finalmente, se presenta un resumen del promedio de ventas de cada tipo de servicio durante el año. Este análisis permite identificar cuáles servicios tienen mayor aceptación en el mercado y cuáles pueden requerir un enfoque adicional en marketing o ajustes en el precio.



Promedio de Pago Mensual: 21 servicios vendidos por mes.

Promedio de Pago Bimensual: 15 servicios vendidos por mes.

Promedio de Pago Semestral: 10 servicios vendidos por mes.

Promedio de Pago Anual: 2 servicios vendidos por mes.

Promedio de Eventos Recreativos: 3 servicios vendidos por mes.

Tabla 5.

Egresos mes a mes proyectados a un año.

MES	EGRESOS
ENERO	\$11,280,277
FEBRERO	\$12,859,516
MARZO	\$14,659,848
ABRIL	\$16,712,227
MAYO	\$19,051,938
JUNIO	\$21,719,210
JULIO	\$24,759,899
AGOSTO	\$28,226,285
SEPTIEMBRE	\$32,177,965
OCTUBRE	\$36,682,880
NOVIEMBRE	\$41,818,483
DICIEMBRE	\$47,673,071

Nota: tabla de explicación egresos mes a mes por año

En la tabla se puede ver los egresos mes a mes de enero a diciembre proyectados a un año.

Tabla 6

Flujo de ingresos, egresos y efectivo neo a tres años.

Flujo de Ingresos		Flujo de Egresos		Flujo de Efectivo Neto	
A		B		A-B	
1	204.020.000	1	135.363.33	1	68.656.66
2	262.573.740	2	169.745.620	2	92.828.120



3	337.932.403	3	212.861.007	3	125.071.395
Total	804.490.143	Total	517.969.953	Total	2 86.556.181

Nota: Tabla que explica ingresos, egresos y efectivo neto a tres años.

En el primer período, el negocio registró ingresos de \$204,020,000 y egresos de \$135,363,333, resultando en un flujo de efectivo neto de \$68,656,666. Este resultado positivo indica que el negocio fue capaz de generar más ingresos que gastos desde el inicio, estableciendo una base sólida para el crecimiento futuro.

El segundo período muestra un crecimiento significativo en todas las áreas. Los ingresos aumentaron a \$262,573,740, mientras que los egresos crecieron a \$169,745,620. El flujo de efectivo neto para este período fue de \$92,828,120, lo que representa un aumento sustancial respecto al período anterior. Este crecimiento sugiere una expansión exitosa del negocio y una mejora en la eficiencia operativa.

En el tercer período, la tendencia de crecimiento continúa. Los ingresos alcanzaron \$337,932,403, con egresos de \$212,861,007, resultando en un flujo de efectivo neto de \$125,071,395. Este es el período más exitoso en términos de generación de efectivo neto, lo que indica una gestión efectiva del crecimiento y los costos.

Al analizar los totales, se observa que, a lo largo de los tres períodos, el negocio generó ingresos totales de \$804,490,143, incurrió en egresos totales de \$517,969,953, y produjo un flujo de efectivo neto acumulado de \$286,556,181. Estos números demuestran una tendencia de crecimiento constante y saludable, con un margen de beneficio significativo.

CAPITULO VI: ASOCIACIONES CLAVES

Según (Banchieri, 2014) Describe todos los compromisos o acuerdos establecidos con terceros con el propósito de proporcionar beneficios al cliente, es por esto por lo que como VanEsPowerfitc se enfoca en la salud y la imagen, se ha decidido



establecer alianzas como DECATHLON y FACOL.

Decathlon es una empresa internacional deportiva, con esta alianza buscamos posicionarnos en el mercado obteniendo los materiales y recursos de la mejor calidad para el realizamiento de las actividades, lo que dará un mejor estatus entre la competencia.

Ilustración 1 Proveedores de equipamiento deportivo



Tomada: <https://www.reasonwhy.es/actualidad/decathlon-nueva-etapa-renovacion-estrategia-proposito-identidad>

Facol es una marca de ropa colombiana que viste a hombres, mujeres y niños desde hace 60 años, con esta alianza impulsaremos nuestro mercado textil vistiendo a grandes influencias del fitness, nuestros seguidores y nuestro personal laboral.

Ilustración 3 Proveedores de textiles





Tomada: <https://laherradura.com.co/facol/>

TikTok: ha logrado monetizar su plataforma a través de publicidad, compras integradas y un sistema de regalos virtuales. Su éxito se basa en la combinación de tecnología de IA avanzada, una amplia base de usuarios globales y partnerships estratégicos con marcas y creadores de contenido. La plataforma continúa innovando en características y expandiendo su alcance, manteniendo un delicado equilibrio entre el crecimiento, la moderación de contenido y la satisfacción del usuario.

Ilustración 4 tiktok



Tomada: https://cincodias.elpais.com/smartlife/2022/01/03/lifestyle/1641222886_300385.html

Facebook: Facebook se ha establecido como la red social más grande del mundo, ofreciendo una plataforma versátil para la conectividad global. Su propuesta de valor abarca desde compartir momentos personales hasta networking profesional, e incluye funcionalidades como Marketplace y grupos de interés. Con un alcance que se



extiende a usuarios de todas las edades y geografías, Facebook ha diversificado sus fuentes de ingresos más allá de la publicidad dirigida, incluyendo herramientas para negocios y ventures en realidad virtual. La compañía invierte fuertemente en infraestructura tecnológica, desarrollo de IA y adquisiciones estratégicas para mantener su posición dominante. A pesar de los desafíos en privacidad y moderación de contenido, Facebook continúa siendo una plataforma central en la vida digital de billones de personas, equilibrando las necesidades de usuarios, anunciantes y socios comerciales.

Ilustración 5 Facebook



Tomada: <https://downdetector.com.co/problemas/facebook/>

Instagram: Instagram ha evolucionado de una simple aplicación para compartir fotos a una plataforma multifacética de contenido visual y comercio social. Su propuesta de valor se centra en la expresión creativa a través de imágenes, videos cortos (Reels) e historias efímeras, complementada con herramientas de compra integradas y opciones para creadores e influencers. Dirigida principalmente a Millennials y Generación Z, Instagram ha sabido monetizar su base de usuarios a través de publicidad nativa y opciones de compras, manteniendo un alto nivel de engagement. La plataforma se destaca por su enfoque en la estética visual y las tendencias, lo que la convierte en un espacio atractivo para marcas y creadores de contenido. Con el respaldo de Facebook (Meta), Instagram continúa innovando en características como filtros AR y opciones



de monetización para creadores, mientras navega los desafíos de la moderación de contenido y la salud mental de los usuarios.

Ilustración 6 Instagram



Tomada: <https://www.xatakandroid.com/listas/23-trucos-instagram-para-sacarle-todo-partido>

Asociarse con una empresa de fitness ofrece múltiples beneficios, tanto para individuos como para organizaciones.

- **Acceso a Recursos Especializados:** Obtendrás acceso a un equipo de profesionales, incluidos entrenadores, nutricionistas y fisioterapeutas, que pueden ofrecerte orientación experta y planes personalizados.
- **Programas de Entrenamiento Personalizados:** Las empresas de fitness pueden diseñar programas de entrenamiento adaptados a tus necesidades y objetivos específicos, lo que aumenta la efectividad de tus esfuerzos.
- **Mejora de la Salud y el Bienestar:** La asociación promueve un estilo de vida activo, lo que puede resultar en mejoras significativas en la salud cardiovascular, el control de peso y la reducción del estrés.
- **Apoyo Motivacional y Comunitario:** Formar parte de una comunidad de fitness te brinda un entorno de apoyo donde puedes compartir tus logros y desafíos con otros que tienen metas similares.



- **Flexibilidad y Variedad:** Las empresas de fitness suelen ofrecer una amplia gama de actividades y clases, lo que te permite diversificar tu rutina y mantenerte motivado.
- **Educación y Conciencia sobre la Salud:** Recibirás información valiosa sobre nutrición, bienestar y prevención de lesiones, ayudándote a tomar decisiones informadas para tu salud a largo plazo.
- **Oportunidades de Networking:** La asociación puede abrirte puertas a conexiones valiosas con otros miembros y profesionales del sector, lo que puede ser beneficioso tanto personal como profesionalmente.
- **Descuentos y Promociones Exclusivas:** Muchas empresas de fitness ofrecen descuentos en servicios, productos y eventos, lo que puede ser un ahorro significativo a lo largo del tiempo.
- **Desarrollo de Habilidades y Confianza:** Participar en actividades de fitness puede ayudarte a desarrollar habilidades nuevas y mejorar tu autoestima, contribuyendo a un bienestar general.

Tabla 7

Resumen de empresas aliadas

Empresa	¿Qué ganan ellas?	¿Qué gana la startup?
Decathlon	Incremento en ventas por promoción de sus productos.	Acceso a productos de calidad para revender o utilizar.
	Posicionamiento como socio estratégico.	Posibilidad de alianzas para descuentos.
Facebook	Ingresos por publicidad a través de Facebook Ads.	Herramientas de segmentación para campañas publicitarias.
	Más usuarios activos en su plataforma.	Aumento de visibilidad y alcance.



Instagram	Datos de usuarios y engagement que impulsan su modelo de negocio.	Plataforma visual para atraer clientes.
	Incremento de anuncios pagados.	Espacio para construir comunidad y posicionar la marca.
Facol	Aumento de ventas al servir como proveedor o aliado comercial.	Productos asequibles para personalización o reventa.
TikTok	Ingresos por publicidad y presencia activa de contenido.	Plataforma para viralizar contenido y ganar visibilidad.
	Datos valiosos sobre tendencias.	Posibilidad de conectar con audiencias jóvenes.

Nota: Tabla de las empresas aliadas donde se muestran las ganancias por parte de ellos y por parte de nosotros.

La tabla presentada ofrece una comparación entre los beneficios que obtienen tanto las empresas seleccionadas como una startup al establecer una relación comercial o de uso estratégico. Se destacan dos tipos de entidades:

CAPITULO VII: RECURSOS CLAVES

Los recursos clave, según diversos autores en el ámbito de la gestión empresarial, son aquellos activos y capacidades esenciales que una organización necesita para ejecutar su modelo de negocio y lograr una ventaja competitiva. Aquí te dejo algunas definiciones y enfoques de autores destacados:

Alexander Osterwalder y Yves Pigneur: En su libro "Business Model Generation", describen los recursos clave como uno de los bloques del modelo de negocio. Se dividen en físicos, intelectuales, humanos y financieros, y son necesarios para crear y ofrecer valor a los clientes.



Tabla 8.

Depreciación de recursos físicos

DEPRECIACION DE ACTIVOS					
ACTIVO	PRECIO DE	CAN	TOTAL	DEPRECIAR EN MESES	COSTO MES
Maquinas de Yoga	\$1.000.000	2	\$2.000.000	60	\$33.333
Computador	\$3.600.000	2	\$7.200.000	60	\$ 120.000
Consola de Sonido	\$1.100.000	2	\$2.200.000	36	\$61.111
Celular	\$5.300.000	2	\$10.600.000	48	\$220.833
Total	\$11.000.000		TOTAL,		\$ 435.277,78
			DEPRECIACION		

Nota: Tabla depreciación de activos.

La empresa posee cuatro tipos de activos: máquinas de yoga, computadores, consolas de sonido y celulares. Cada activo tiene un valor inicial, una cantidad específica y se deprecia durante un período determinado.

Detalles de los Activos

La empresa cuenta con dos unidades de cada activo. Las máquinas de yoga y los computadores se deprecian en 60 meses, las consolas de sonido en 36 meses y los celulares en 48 meses. Los celulares son el activo más costoso, con un valor total de \$10,600,000, seguidos por los computadores (\$7,200,000), las consolas de sonido (\$2,200,000) y las máquinas de yoga (\$2,000,000).

Resumen Financiero El valor total de todos los activos es de \$22,000,000. La depreciación mensual combinada de todos estos activos suma \$435,277.78. Este monto representa la pérdida de valor mensual que la empresa debe considerar en sus activos fijos, lo cual es crucial para su contabilidad y planificación financiera.

Tabla 9.

Recursos de la empresa VanEs/POWERFIT



Recursos Intelectuales	Se contará con derechos de propiedad intelectual como la marca registrada, los derechos de autor, los secretos comerciales, los contratos de confidencialidad y las patentes de innovación.
Recursos Humanos	<p>-Entrenadores personales: como persona principal para ofrecer planes de entrenamiento y consejos de fitness.</p> <p>-Nutricionistas: para brindar consejos de alimentación saludable y planes de nutrición.</p> <p>-Fisioterapeutas: para ofrecer consejos de recuperación y prevención de lesiones.</p> <p>-Psicólogos del deporte: para brindar apoyo mental y estrategias de motivación.</p> <p>-Profesores de yoga o pilates: para ofrecer clases y tutoriales de yoga o pilates.</p> <p>-Deportistas profesionales: para compartir sus experiencias y consejos de entrenamiento.</p> <p>-Médicos especialistas en medicina deportiva: para brindar consejos de salud y prevención de lesiones.</p> <p>-Profesores de educación física_: para ofrecer planes de entrenamiento y consejos de fitness para diferentes edades y niveles.</p> <p>-Especialistas en bienestar: para brindar consejos de mindfulness, meditación y reducción del estrés.</p> <p>-Influencers de fitness: para compartir sus experiencias y consejos de fitness con la comunidad.</p> <p>Administrador</p>
Recursos Físicos	Tendremos diferentes puntos físicos en algunos parques de Bogotá, la locación exacta se mencionará por redes unos días



antes de los eventos, todo esto con el fin de encontrarnos para realizar las actividades mensuales.

Nota: Descripción de los recursos.

Esta tabla incluye **recursos** tanto en el ámbito **intelectual** como **humano**, y **físicos** fundamentales para el desarrollo y crecimiento de una startup o empresa en el sector de salud, bienestar y fitness. A continuación, te hago un desglose organizado de estos recursos.

Tabla 10

RECURSOS FISICOS			
DESCRIPCION	VALOR UNIDAD inicial	CANTIDAD	TOTAL
Maquinas de Yoga (flexibles)	\$ 1.00	2	\$ 2.000.000,00
Computador	\$ 3.60	2	\$ 7.200.000,00
Consola de Sonido	\$ 1.10	2	\$ 2.200.000,00
Celular	\$ 5.30	2	\$ 10.600.000,00
TOTAL			\$ 22.000.000,00

DESCRIPCION	VALOR UNIDAD mensual	CANTIDAD	TOTAL
Locacion ubicada según Evento	\$ 50	2	\$ 1.000.000,00
Plan de Datos e Internet	\$ 6	2	\$ 130.000,00



TOTAL	\$	11.56	\$ 45.130.00,00
	5.000,00		
TOTAL			\$ 67.130.00,00

Nota: Tabla que explica los recursos físicos de la empresa

La tabla muestra un desglose detallado de los **recursos físicos** necesarios para el funcionamiento de una empresa o proyecto, dividido en dos categorías: **iniciales** y **mensuales**.

Tabla 11

Recursos intelectuales

RECURSOS INTELECTUALES			
DESCRIPCION	VALOR UNIDAD	CANTIDAD	TOTAL
Contratos de Confidencialidad	\$	250.	\$ 500.00
	000,00		0,00
Derechos de Propiedad / Camara y Comercio	\$	2.000.	\$ 2.000.00
	000,00		0,00
licencias de windows (145 Euros)	\$	652.	\$ 1.305.00
	500,00		0,00
Licencia Factura Electronica	\$	470.	\$ 470.00
	000,00		0,00
Sayco y Acinpro 5% de valor Ventas mes	\$	30.	\$ 360.00
	000,00		0,00

Nota: Recursos intelectuales de la empresa

La tabla muestra un desglose de los **recursos intelectuales** necesarios para el funcionamiento de una empresa, especificando los costos asociados a distintos elementos relacionados con la protección legal y los derechos necesarios para operar adecuadamente.



Tabla 12.

Recursos humanos

RECURSOS HUMANOS					
CARGO	Perfil	Salario Mes	CANTIDAD	TOTAL MES	TOTAL AÑO
Gerentes y entrenadoras	Mujer entre 18 y 27 años Buen manejo al cliente Posible estudiante de 4 semestre de C.F	\$ 2.500.00,00	2	\$ 5.000.00,00	\$ 60.000.000,00
Coordinador de Marketing		\$ 2.220.00,00	1	\$ 2.220.00,00	\$ 26.640.000,00
Contador		\$ 350.00,00	1	\$ 350.00,00	\$ 4.200.000,00
				\$ 7.570.00,00	

Nota: Tabla que representa los recursos humanos de la empresa

La imagen muestra una tabla de **recursos humanos**, en la cual se detallan los **cargos**, los **perfiles** requeridos para cada puesto, los **salarios mensuales** y los **totales anuales** correspondientes a los empleados en una empresa.

Tabla 13.

Recursos economicos

RECURSOS ECONOMICOS		
DESCRIPCION	VALOR UNIDAD inicial	VALOR UNIDAD Mensual



Recursos Físicos	\$		\$
		22.000.000,00	11.565.000,00
Recursos Intelectuales	\$		\$
		4.275.000,00	30.000,00
Recursos Humanos			\$
			7.570.000,00
Sub Total			\$
			45.440.000,00
Imprevistos 10%			\$
			4.544.000,00
Inversion Inicial			\$
			49.984.000,00
TOTAL Recursos			\$
			49.984.000,00

Nota: Representación de los recursos económicos

La tabla proporciona un desglose de los **recursos económicos** necesarios para una empresa, especificando los costos iniciales y mensuales de diferentes categorías de recursos.

Tabla 14.

Costos de nomina

COSTOS DE NOMINA				
CARGO	SALARIO	CANT	CONTRATO	TOTAL COSTO
Gerentes y entrenadoras	\$ 2.500.000	2	Mensual	\$ 5.000.000
Coordinador de Marketing	\$ 2.220.000	1	Mensual	\$ 2.220.000
Contador	\$ 350.000	1	Mensual	\$ 350.000
			TOTAL	\$ 7.570.000

Nota: Tabla de costos de nomina

La tabla de costos de nómina presenta un desglose detallado de los salarios y costos



asociados a diferentes cargos dentro de la empresa. En ella se incluyen tres posiciones clave: Gerentes y Entrenadoras, Coordinador de Marketing y Contador. Cada fila muestra el salario mensual correspondiente a cada cargo, la cantidad de empleados en cada puesto y el total de costos por cada uno. Por ejemplo, el costo total para los Gerentes y Entrenadoras es de \$5,000,000, ya que hay dos empleados en esta categoría, mientras que el Coordinador de Marketing y el Contador tienen costos de \$2,220,000 y \$350,000, respectivamente.

El total de costos de nómina asciende a \$7,570,000, lo que refleja la inversión que la empresa realiza en su capital humano. Este análisis es fundamental para la planificación financiera, ya que permite a la organización entender cómo se distribuyen los gastos en personal y tomar decisiones informadas sobre posibles contrataciones, aumentos salariales o reestructuración de equipos. La tabla proporciona una visión clara y concisa de los costos asociados a cada cargo, lo que facilita la evaluación del impacto de la nómina en el presupuesto general de la empresa.

CAPITULO VIII: ACTIVIDADES CLAVES

Las actividades clave son las tareas esenciales que una empresa debe llevar a cabo para que su modelo de negocio funcione adecuadamente. En el marco del Business Model Canvas, estas actividades pueden estar orientadas a la producción, la resolución de problemas o la gestión de plataformas, dependiendo del tipo de empresa. Es por eso por lo que dentro de nuestras actividades clave se contará con entrenamientos enfocados a los objetivos de cada usuario, que serán establecidos a través de una valoración previa que permita identificar cuáles son estas falencias que se tienen.



También, se bridarán espacios mensuales en la capital, donde se realizarán actividades recreativas, con el fin de promover la actividad física desde otra perspectiva, no tan rígida sino más lúdica.

Programas de Entrenamiento Personalizados: Permite ofrecer planes de entrenamiento adaptados a las necesidades individuales de cada usuario, mejorando la efectividad y motivación.

Seguimiento de Progresos: Los usuarios pueden registrar y seguir sus avances a lo largo del tiempo, lo que les ayuda a mantenerse motivados y a ajustar sus objetivos.

Comunidad y Soporte: Fomenta la creación de una comunidad en línea donde los usuarios pueden interactuar, compartir experiencias y apoyarse mutuamente en su camino hacia la salud.

Clases y Tutoriales en Línea: La página puede ofrecer videos y tutoriales que permitan a los usuarios realizar ejercicios en casa o en el gimnasio, ampliando el acceso a entrenamientos de calidad.

Facilidad de Comunicación: Facilita la comunicación entre entrenadores y usuarios, permitiendo responder a preguntas, ofrecer asesoramiento y mantener una relación cercana.

Promociones y Ofertas Especiales: Una página web permite promocionar servicios, ofertas y eventos, atrayendo nuevos clientes y manteniendo el interés de los existentes.

Optimización para SEO: Una buena estrategia de SEO puede aumentar la visibilidad de la página, atrayendo tráfico orgánico y potencialmente nuevos clientes interesados en fitness.

Educación Continua: Ofrecer contenido educativo, como artículos y blogs sobre tendencias de fitness y salud, ayuda a mantener a los usuarios informados y comprometidos.

Accesibilidad 24/7: Una página web está disponible en cualquier momento, lo que permite a los usuarios acceder a información y recursos cuando más lo necesiten.



Recopilación de Datos y Análisis: Permite recopilar datos sobre los usuarios y sus preferencias, lo que ayuda a personalizar aún más los servicios ofrecidos y mejorar la experiencia del cliente.

Fidelización de Clientes: Un sitio web bien diseñado puede mejorar la experiencia del usuario, fomentando la lealtad y la retención de clientes a largo plazo.

A continuación, se mostrarán diferentes tipos de rutina de entrenamiento, creados y diseñados en base a los objetivos de aprendizaje y desarrollo que necesite cada usuario.

- Objetivo: Aumentar la masa muscular
- Rutina:
- Día 1: Pecho y Tríceps
 - Press de banca (3 series de 8-12 repeticiones)
 - Tríceps con polea (3 series de 12-15 repeticiones)
- Día 2: Espalda y Bíceps
 - Remo con barra (3 series de 8-12 repeticiones)
 - Curl de brazos (3 series de 12-15 repeticiones)
- Día 3: Piernas y Hombros
 - Sentadillas (3 series de 8-12 repeticiones)
 - Press de hombros (3 series de 8-12 repeticiones)

Entrenamiento de Resistencia (Endurance)

El entrenamiento de fuerza es un tipo de entrenamiento físico diseñado para mejorar la fuerza muscular y aumentar la masa muscular. Su objetivo es desarrollar la



capacidad del cuerpo para generar fuerza y resistencia en diferentes movimientos y actividades.

- Objetivo: Mejorar la resistencia cardiovascular
- Rutina:
- Día 1: Cardio
- Correr o bicicleta estática (30-45 minutos)
- Día 2: Entrenamiento de circuito
- 10 ejercicios (20 repeticiones cada uno, sin descanso)
- Día 3: Cardio
- Natación o remo (30-45 minutos)

Entrenamiento de Peso (CrossFit)

El entrenamiento de peso es un tipo de entrenamiento físico que utiliza pesas, barras, mancuernas u otros objetos pesados para desarrollar fuerza, resistencia y masa muscular. Su objetivo es mejorar la capacidad del cuerpo para generar fuerza y resistencia en diferentes movimientos y actividades.

- Objetivo: Mejorar la fuerza y resistencia
- Rutina:
- Día 1: Entrenamiento de fuerza
- Press de banca (3 series de 8-12 repeticiones)
- Sentadillas (3 series de 8-12 repeticiones)
- Día 2: Entrenamiento de resistencia



- Carrera de obstáculos (20-30 minutos)
- Día 3: Entrenamiento de fuerza
- Remo con barra (3 series de 8-12 repeticiones)
- Press de hombros (3 series de 8-12 repeticiones)

Entrenamiento de Intervalos (HIIT)

El entrenamiento de intervalos (HIIT, por sus siglas en inglés) es un tipo de entrenamiento físico que alterna períodos de ejercicio intenso con períodos de descanso o ejercicio de baja intensidad. Este tipo de entrenamiento es diseñado para mejorar la condición física, aumentar la resistencia cardiovascular y quemar calorías de manera eficiente.

Entrenamiento de Flexibilidad (Yoga o Pilates)

El entrenamiento de intervalos (HIIT, por sus siglas en inglés) es un tipo de entrenamiento físico que alterna períodos de ejercicio intenso con períodos de descanso o ejercicio de baja intensidad. Este tipo de entrenamiento es diseñado para mejorar la condición física, aumentar la resistencia cardiovascular y quemar calorías de manera eficiente.

- Objetivo: Mejorar la flexibilidad y equilibrio
- Rutina:
- Día 1: Yoga o Pilates (45-60 minutos)
- Día 2: Entrenamiento de fuerza
- Sentadillas (3 series de 8-12 repeticiones)



- Press de hombros (3 series de 8-12 repeticiones)

- Día 3: Yoga o Pilates (45-60 minutos)

Entrenamiento para aumentar la masa muscular:

Día 1: Pecho y Tríceps

Press de Banca:

- Acostado en una banca, agarra la barra con las manos ligeramente más separadas que el ancho de los hombros.

- Baja la barra hasta tocar tu pecho y luego empuja hacia arriba, extendiendo los brazos.

- Repeticiones: 8-12.

Tríceps con Polea:

- Sentado en una máquina de tríceps, agarra la barra con las manos.

- Extiende los brazos, estirando el tríceps.

- Luego, dobla los brazos hacia tu cabeza.

- Repeticiones: 12-15.

Curl de Brazos:

- De pie o sentado con mancuernas.

- Dobla los brazos hacia tus hombros.

- Luego, baja las mancuernas hasta la posición inicial.



- Repeticiones: 12-15.

Tríceps con Mancuernas:

- De pie o sentado con mancuernas.

- Extiende los brazos hacia atrás.

- Luego, dobla los brazos hacia tu cabeza.

- Repeticiones: 12-15.

Día 2: Espalda y Bíceps

Remo con Barra:

- De pie con los pies separados a la anchura de los hombros.

- Agarra la barra con las manos ligeramente más separadas que el ancho de los hombros.

- Lleva la barra hacia tu pecho.

- Luego, vuelve a la posición inicial.

- Repeticiones: 8-12.

Curl de Brazos:

- De pie o sentado con mancuernas.

- Dobla los brazos hacia tus hombros.

- Luego, baja las mancuernas hasta la posición inicial.



- Repeticiones: 12-15.

Press de Hombros:

- De pie con los pies separados a la anchura de los hombros.

- Agarra la barra o mancuernas a la altura de los hombros.

- Presiona hacia arriba.

- Luego, baja.

- Repeticiones: 8-12.

Bíceps con Mancuernas:

- De pie o sentado con mancuernas.

- Dobla los brazos hacia tus hombros.

- Luego, baja las mancuernas hasta la posición inicial.

- Repeticiones: 12-15.

Día 3: Piernas y Hombros

Sentadillas:

- De pie con los pies separados a la anchura de los hombros.

- Baja tu cuerpo hasta que tus muslos estén paralelos al suelo.



- Luego, vuelve a subir.

- Repeticiones: 8-12.

Press de Hombros:

- De pie con los pies separados a la anchura de los hombros.

- Agarra la barra o mancuernas a la altura de los hombros.

- Presiona hacia arriba.

- Luego, baja.

- Repeticiones: 8-12.

Extensión de Piernas:

- Sentado en una máquina de extensión de piernas.

- Levanta el peso con tus piernas.

- Luego, baja.

- Repeticiones: 12-15.

Flexión de Piernas:

- Sentado en una máquina de flexión de piernas.

- Dobla tus piernas hacia tu pecho.

- Luego, vuelve a la posición inicial.



- Repeticiones: 12-15.

Estos entrenamientos, son la muestra de un ejemplo de la estructura de como se ejecutarían los ejercicios dependiendo cada persona, se comienza con un calentamiento para activar el cuerpo y evitar lesiones, seguido de los ejercicios ya como tal en este ejemplo se muestra una rutina para tren inferior, se realiza sentadilla, Jumping jacks, Mountain Climbers, cabe aclarar que todos los ejercicios de este ejemplo son sin peso es decir se trabaja con auto cargas, peso corporal.

La actividad clave seleccionada es la creación y distribución de contenido digital, es la actividad mas importante ya que impulsa la atracción de clientes, es posicionamiento de la marca y credibilidad del negocio.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

Los costos variables de una empresa son aquellos gastos que varían en función del nivel de producción, ventas o actividad de la empresa. Estos costos son directamente proporcionales a la cantidad de productos o servicios producidos y vendidos. Algunas características de los costos variables varían con el nivel de producción o ventas. son directamente proporcionales a la cantidad de productos o servicios producidos y vendidos, no existen si no hay producción o ventas. Pueden ser controlados mediante la gestión de la producción y ventas, algunos ejemplos de costos variables: materia prima, mano de obra directa, energía y servicios públicos, repuestos y mantenimiento de equipos. tipos de costos variables: 1. Costos variables directos: aquellos que se relacionan directamente con la producción o ventas. 2. Costos variables indirectos: aquellos que no se relacionan directamente con la producción o ventas, pero varían con el nivel de actividad.



Tabla 15

Cosos Fijos

COSTOS FIJOS			
CENTRO DE COSTOS	PRECIO	CANTIDAD	COSTOS FIJOS
Arriendo de la Locación	\$ 500.000,00	2	\$1.000.000
Internet locación y celular	\$ 65.000,00	2	\$130.000
Sayco y Acinpro 5% de valor Ventas mes	\$ 30.000,00	1	\$30.000,00
Licencia Factura Electrónica	\$ 470.000,00	1	\$470.000
Gerentes y entrenadoras	\$ 2.500.000,00	2	\$5.000.000
Contador	\$ 350.000,00	1	\$350.000
Coordinador de Marketing	\$ 2.220.000,00	1	\$2.220.000
Depreciación de Activos		1	\$435.277
TOTAL COSTOS			\$ 9.635.277

Nota: Tabla de costos fijos

La tabla de costos fijos detalla los gastos mensuales que la empresa debe afrontar para su funcionamiento, organizados por centro de costos. Incluye elementos como el arriendo de la locación, que representa un gasto significativo de \$1,000,000, y servicios como internet y celular, que suman \$130,000. También se contempla el pago a Sayco y Acinpro, que corresponde al 5% del valor de las ventas mensuales, así como los costos de licencias y salarios de personal clave, como gerentes, entrenadoras, contador y coordinador de marketing. Cada uno de estos costos se presenta con su precio unitario y cantidad, lo que permite una comprensión clara de cómo se distribuyen los gastos.

El total de costos fijos asciende a \$9,635,277, lo que refleja la inversión necesaria para mantener las operaciones de la empresa. Esta cifra incluye tanto los gastos operativos relacionados con la infraestructura como los salarios del personal clave, lo que resalta la importancia de la gestión de costos en la planificación financiera. La



tabla no solo proporciona una visión clara de las obligaciones financieras mensuales, sino que también sirve como una herramienta valiosa para la toma de decisiones estratégicas, permitiendo a la empresa evaluar su situación económica y ajustar su presupuesto según sea necesario.

Tabla 16

Costos Variables

COSTOS VARIABLES			
CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS VARIABLES PROM.
Entrenadores Adicionales	\$ 250.000,00	3	\$ 750.000,00
Mantenimiento maquina Yoga	\$ 15.000,00	1	\$15.000,00
Papelería	\$ 20.000,00	1	\$20.000,00
Uniformes Dotación	\$ 30.000,00	7	\$ 210.000,00
TOTAL			\$995.000,00

Nota: Tabla de costos variables

La tabla de costos variables proporciona un desglose detallado de los gastos que la empresa incurre en función de su actividad operativa. Se enumeran diferentes centros de costos, como los entrenadores adicionales, el mantenimiento de la máquina de yoga, la papelería y los uniformes de dotación. Por ejemplo, el costo promedio por entrenadores adicionales es de \$250,000, y se estima una cantidad promedio de tres entrenadores, lo que genera un gasto total de \$750,000. Otros costos, como el mantenimiento de la máquina de yoga y la papelería, son más bajos, con valores de \$15,000 y \$20,000, respectivamente. Además, los uniformes de dotación representan un gasto de \$210,000, considerando un promedio de siete unidades.

El total de costos variables se eleva a \$995,000, lo que refleja la naturaleza fluctuante de estos gastos, que varían según la demanda y el nivel de actividad de la empresa. A diferencia de los costos fijos, que permanecen constantes independientemente del volumen de operaciones, los costos variables son directamente proporcionales a la actividad comercial. Esta tabla es esencial para la gestión financiera, ya que permite a



la empresa analizar cómo los costos asociados a la operación impactan en su rentabilidad y tomar decisiones informadas sobre la planificación de recursos y la optimización de gastos.

Tabla 17.

Punto de equilibrio

	Costos Fijos		
Punto de Equilibrio =	(Precio Promedio Servicio -	Variable Unitario)	
PE=	\$	573.631,13	\$ 19.768,21
PE=	\$	553.862,91	\$ 995.000,00
PE=			
PE=		1,80	
Personas =		17	

Nota: Tabla de punto de equilibrio

La tabla presentada se centra en el cálculo del punto de equilibrio (PE) de un negocio, un concepto fundamental en la gestión financiera que ayuda a determinar el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos. En esta tabla, se incluyen varios elementos clave: los costos fijos, el precio promedio del servicio y el costo variable unitario. Estos componentes se utilizan en la fórmula del punto de equilibrio, que permite identificar cuántas unidades del servicio deben venderse para no incurrir en pérdidas.

En primer lugar, se observa que los costos fijos están establecidos en \$995,000.00. Este monto representa los gastos que la empresa debe cubrir independientemente de su nivel de producción o ventas, como el alquiler, salarios y otros costos operativos. A continuación, se presentan dos escenarios con diferentes precios promedio del servicio: \$573,631.13 y \$553,862.91. Estos precios son cruciales, ya que influyen directamente en el cálculo del punto de equilibrio. Por último, se incluye el costo



$$PE = \frac{\$ 45.000,00}{\$ 29,06} = 164,8$$

$$PE = 25,15$$

$$\text{Personas} = 35$$

Valor Equilibrio= Punto de Equilibrio * Precio Unitario

$$VE = 25,15 \times \$ 217,97 = 0,09$$

$$VE = 351,44 \text{ Pesos}$$

Nota: Tabla que muestra el punto de equilibrio

La tabla de costos fijos detalla los gastos mensuales que la empresa debe afrontar para su funcionamiento, organizados por centro de costos. Incluye elementos como el arriendo de la locación, que representa un gasto significativo de \$1,000,000, y servicios como internet y celular, que suman \$130,000. También se contempla el



pago a Sayco y Acinpro, que corresponde al 5% del valor de las ventas mensuales, así como los costos de licencias y salarios de personal clave, como gerentes, entrenadoras, contador y coordinador de marketing. Cada uno de estos costos se presenta con su precio unitario y cantidad, lo que permite una comprensión clara de cómo se distribuyen los gastos.

El total de costos fijos asciende a \$9,635,277, lo que refleja la inversión necesaria para mantener las operaciones de la empresa. Esta cifra incluye tanto los gastos operativos relacionados con la infraestructura como los salarios del personal clave, lo que resalta la importancia de la gestión de costos en la planificación financiera. La tabla no solo proporciona una visión clara de las obligaciones financieras mensuales, sino que también sirve como una herramienta valiosa para la toma de decisiones estratégicas, permitiendo a la empresa evaluar su situación económica y ajustar su presupuesto según sea necesario.

Tabla 16

Costos Variables

COSTOS VARIABLES			
CENTRO DE COSTOS	PRECIO PROM.	CANTIDAD PROM.	COSTOS VARIABLES PROM.
Entrenadores Adicionales	\$ 250.000,00	3	\$ 750.000,00
Mantenimiento maquina Yoga	\$ 15.000,00	1	\$15.000,00
Papelería	\$ 20.000,00	1	\$20.000,00
Uniformes Dotación	\$ 30.000,00	7	\$ 210.000,00
TOTAL			\$995.000,00

Nota: Tabla de costos variables

La tabla de costos variables proporciona un desglose detallado de los gastos que la empresa incurre en función de su actividad operativa. Se enumeran diferentes centros de costos, como los entrenadores adicionales, el mantenimiento de la máquina de yoga, la papelería y los uniformes de dotación. Por ejemplo, el costo promedio por entrenadores adicionales es de \$250,000, y se estima una cantidad promedio de tres



entrenadores, lo que genera un gasto total de \$750,000. Otros costos, como el mantenimiento de la máquina de yoga y la papelería, son más bajos, con valores de \$15,000 y \$20,000, respectivamente. Además, los uniformes de dotación representan un gasto de \$210,000, considerando un promedio de siete unidades.

El total de costos variables se eleva a \$995,000, lo que refleja la naturaleza fluctuante de estos gastos, que varían según la demanda y el nivel de actividad de la empresa. A diferencia de los costos fijos, que permanecen constantes independientemente del volumen de operaciones, los costos variables son directamente proporcionales a la actividad comercial. Esta tabla es esencial para la gestión financiera, ya que permite a la empresa analizar cómo los costos asociados a la operación impactan en su rentabilidad y tomar decisiones informadas sobre la planificación de recursos y la optimización de gastos.

Tabla 17.

Punto de equilibrio

Punto de Equilibrio =	$\frac{\text{Costos Fijos}}{(\text{Precio Promedio Servicio} - \text{Variable Unitario})}$						
PE=	<table style="border-collapse: collapse; margin: 0 auto;"> <tr> <td style="padding-right: 5px;">\$</td> <td style="border-top: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black; width: 150px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">995.000,00</td> </tr> <tr> <td style="padding-right: 5px;">\$</td> <td style="text-align: center;">573.631,13</td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">\$ 19.768,21</td> </tr> </table>	\$		995.000,00	\$	573.631,13	\$ 19.768,21
\$		995.000,00					
\$	573.631,13	\$ 19.768,21					
PE=	<table style="border-collapse: collapse; margin: 0 auto;"> <tr> <td style="padding-right: 5px;">\$</td> <td style="border-top: 1px solid black; border-bottom: 1px solid black; width: 150px;"></td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;">995.000,00</td> </tr> <tr> <td style="padding-right: 5px;">\$</td> <td style="text-align: center;">553.862,91</td> <td style="text-align: right; padding-right: 5px;"></td> </tr> </table>	\$		995.000,00	\$	553.862,91	
\$		995.000,00					
\$	553.862,91						
PE=	<table style="border-collapse: collapse; margin: 0 auto;"> <tr> <td style="padding-right: 5px;">PE=</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">1,80</td> </tr> </table>	PE=	1,80				
PE=	1,80						
Personas =	<table style="border-collapse: collapse; margin: 0 auto;"> <tr> <td style="padding-right: 5px;">Personas =</td> <td style="border: 1px solid black; padding: 2px 10px;">17</td> </tr> </table>	Personas =	17				
Personas =	17						

Nota: Tabla de punto de equilibrio

La tabla presentada se centra en el cálculo del punto de equilibrio (PE) de un negocio, un concepto fundamental en la gestión financiera que ayuda a determinar el nivel de ventas necesario para cubrir todos los costos. En esta tabla, se incluyen varios elementos clave: los costos fijos, el precio promedio del servicio y el costo variable



unitario. Estos componentes se utilizan en la fórmula del punto de equilibrio, que permite identificar cuántas unidades del servicio deben venderse para no incurrir en pérdidas.

En primer lugar, se observa que los costos fijos están establecidos en \$995,000.00. Este monto representa los gastos que la empresa debe cubrir independientemente de su nivel de producción o ventas, como el alquiler, salarios y otros costos operativos. A continuación, se presentan dos escenarios con diferentes precios promedio del servicio: \$573,631.13 y \$553,862.91. Estos precios son cruciales, ya que influyen directamente en el cálculo del punto de equilibrio. Por último, se incluye el costo variable unitario de \$19,768.21, que representa el costo asociado a la producción de cada unidad del servicio.

Al aplicar estos datos en la fórmula del punto de equilibrio, se obtiene un resultado que indica cuántas unidades deben venderse para alcanzar un equilibrio financiero. En el primer escenario, con un precio promedio del servicio de \$573,631.13, el punto de equilibrio se calcula en aproximadamente 1.80 unidades. Esto implica que se necesitarían vender al menos 2 unidades para cubrir todos los costos y comenzar a generar ganancias. En el segundo escenario, con un precio promedio de \$553,862.91, el punto de equilibrio se eleva a aproximadamente 1.86 unidades, lo que también sugiere que se deben vender al menos 2 unidades para no incurrir en pérdidas.

Finalmente, la tabla menciona que el número de personas necesarias para alcanzar el punto de equilibrio es de 17. Esto puede interpretarse como la cantidad de clientes o servicios requeridos para cubrir los costos fijos. En resumen, la tabla proporciona una visión clara y estructurada del punto de equilibrio, permitiendo a los gerentes y propietarios de negocios tomar decisiones informadas sobre precios y estrategias de ventas.

Tabla 18.



$$\text{Punto de Equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos}}{(\text{Precio Promedio Servicio} - \text{Variable Unitario})}$$

$$\text{PE} = \frac{\$ 4.145.000,00}{\$ 217.970,09 - \$ 53.141,03}$$

$$\text{PE} = \frac{\$ 4.145.000,00}{\$ 164.829,06}$$

PE=

$$\text{PE} = 25,15$$

$$\text{Personas} = 35$$

$$\text{Valor Equilibrio} = \text{Punto de Equilibrio} * \text{Precio Unitario}$$

$$\text{VE} = 25,15 \quad \$ 217.970,09$$

$$\text{VE} = \$ 5.481.351,44 \text{ Pesos}$$



Nota: Tabla que muestra el punto de equilibrio

La tabla presenta un análisis financiero del proyecto, destacando su viabilidad y rentabilidad. La **Tasa Interna de Retorno (TIR)** es del **151%**, lo que indica un rendimiento significativamente alto. El **Valor Neto Actual (VNA)** asciende a **\$125.500.084,54**, mostrando que el proyecto genera un valor considerable por encima de la inversión inicial de **\$49.984.000,00**. El **Período de Recuperación de la Inversión (PRI)** se estima en **23 meses** (1,9 años), evidenciando que la inversión será recuperada antes del tercer año. Los flujos de ingresos anuales proyectados son crecientes, alcanzando un total acumulado de **\$217.899.515,90** al final del tercer año, con un ingreso mensual promedio de **\$5.721.389**. Finalmente, se utilizó una tasa de descuento del **26%** para evaluar el rendimiento ajustado al riesgo del proyecto. En resumen, estos indicadores reflejan un proyecto rentable y con recuperación rápida de la inversión inicial.

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO



VANES / POWERFIT

¡TIENES EL PODER EN TUS MANOS!



Vanessa Serrano.
Estefany Hernandez.

SOCIOS CLAVE

facol

Facol

DECATHLON

Decathol



ACTIVIDADES CLAVE



- Valoraciones individuales
- Realización de objetivos
- Desarrollo de actividades al aire libre que promuevan la AF a través de la recreación y la ludica.

PROPUESTA DE VALOR



En nuestro centro, nos comprometemos de ofrecer un enfoque completamente personalizado, adaptado a tus necesidades y objetivos específicos:

- Enfoque está dirigido principalmente a mujeres y niñas, que deseen tener un espacio multidisciplinar y de confianza.
- Además que puedes conectarte de cualquier parte del mundo y tendrás información adecuada para realizar tu necesidad deportiva.

RELACION CON CLIENTES

Se mantendrá una relación directa con cada usuario, donde se pueda sentir seguro y confiado, ya que su información no será divulgada, además podrán contar con una línea de atención 24/7 vía WP.

COSTOS



Fijos

- Licencia factura electrónica \$470.000,00
- Gerentes y entrenadores \$2.500.000,00
- Contador \$350.000,00
- Depreciación de activos \$435.277
- Coordinador de marketing \$2.220.000,00



30.000,00

Variables

- Entrenadores adicionales \$250.000,00
- Mantenimiento de máquinas ... \$15.000,00
- Papelería \$20.000,00
- Uniformes Dotaciones \$30.000,00

RECURSOS CLAVE

- Camisa Licrada \$50.000
- Pantalones licados \$35.000
- Sudaderas \$75.000
- Guantes de boxeo \$100.000
- Alquiler guantes \$20.000
- Alquiler Mat Yoga.....\$20.000



CANALES

Las redes sociales son una gran oportunidad para la distribución de la información por eso se utilizarán canales tales como :

SEGMENTO DE CLIENTES

- Entrenadores personales
- Nutricionistas
- Psicólogos del deporte
- Profesores de yoga o pilates
- Especialistas en bienestar
- Entre otros



INGRESOS

Flujo de Ingresos

ANO	VALOR
1	\$ 204.020.000,00
2	\$ 262.573.740,00
3	\$ 337.932.403,38
TOTAL	\$ 804.526.143,38



REFERENCIAS

1. Harvard Health Publishing. (2019). *El ejercicio y la salud mental*.
2. . American Council on Exercise (ACE). (2020). *La personalización es clave para el éxito en la fitness y el bienestar*.
3. Comité Olímpico Internacional. (2020). *Carta Olímpica*.
4. Comité Olímpico Internacional. (2020). *Principios fundamentales de la Carta Olímpica*.
5. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education Limited.
6. Aaker, D. A., Kumar, V., & Day, G. S. (2018). *Marketing Research*. John Wiley & Sons.
7. Covey, S. R. (2004). *Los 7 hábitos de la gente altamente efectiva*.
8. Pate, R. R., Pratt, M., Blair, S. N., Haskell, W. L., Macera, C. A., Bouchard, C., ... & King, A. C. (1995). Physical activity and public health: A recommendation from the Centers for Disease Control and Prevention and the American College of Sports Medicine. *JAMA*, 273(5), 402-407.
9. Bompa, T. O., & Haff, G. G. (2009). *Periodization: Theory and Methodology of Training*. Human Kinetics.
10. National Recreation and Park Association (NRPA). (2020). *What is Recreation?* Retrieved from the NRPA website.
11. American Marketing Association. (2020). *Definition of Influencer*. Retrieved from the AMA website.
12. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.



13. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Wiley.

