



LIFE TRAIN

TRABAJO DE GRADO
CREACIÓN DE EMPRESA

Responsables:

Caita López Cesar Stiven -2200488

Castro Carlos – 2193064

Salas Edison Alfredo - 2173008

Asesor:

Florián Velásquez Gonzalo

UNIVERSIDAD SANTO TOMÁS
Facultad de Cultura Física, Deporte y Recreación
Bogotá D.C.
15/11/2020

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
LOGO.....	4
Slogan.....	4
MISIÓN	5
VISIÓN	5
FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA	5
MARCO REFERENCIAL.....	6
Marco normativo	7
Marco social.....	9
INVESTIGACIÓN	9
Análisis DOFA competidores	13
CAPÍTULO I: SEGMENTOS DE MERCADO	14
Nicho de mercado.....	16
CAPÍTULO II: PROPOSICIONES DE VALOR	17
Tipo de propuesta de mercado a desarrollar	17
CAPÍTULO III: CANALES.....	18
CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES	19
CAPÍTULO V: INGRESOS	22
CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES.....	25
Plan financiero de la empresa Life Training.....	27
Elaboración de modulo valoración	27
Valoración: análisis de puntos fuertes y débiles	28
CAPÍTULO VII: ACTIVIDADES CLAVES	28
CAPÍTULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES.....	29
CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS.....	31
CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO.....	34
LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO (CANVAS)	36
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	36

INTRODUCCIÓN

Debido a la situación de contingencia, las personas se han visto obligadas a permanecer en sus casas y a detener muchas de las actividades que realizaban a diario como: movilizarse, realizar ejercicio físico, actividades recreativas, trabajar, entre otras, lo que ha ocasionado la disminución de gasto calórico, que conlleva a desarrollar enfermedades osteomusculares, a subir el índice de masa corporal y a aumentar el nivel de estrés, esto, generando preocupación entre las personas, las cuales buscan remedio o ayuda en personas inexpertas en temas saludables por medio del ejercicio para el bienestar de las personas. Es de ahí de donde nace la idea de crear una máquina multifuncional que se adapte a espacios pequeños y que además permita el entrenamiento full body con el acompañamiento de profesionales capacitados con el fin de obtener resultados seguros y eficaces.

Life train

LOGO

En nuestro logo se identifican dos palabras L y T que significan: Life Training, en la parte inferior se resalta una pesa que significa fuerza e implemento deportivo.

A continuación, se explicará el significado de cada color:

Negro: Elegancia y seguridad

Rojo: Tendencia al consumo compulsivo, crea la necesidad de algo urgente, incrementa el ritmo cardiaco, significa amor y llama la atención.

Figure 1. Logo Life Training



Fuente: creación propia 2020

El número 24 en el slogan que significa: “24 horas para ejercitarte”

Slogan

“24 horas para ejercitarse” Las personas que accedan a nuestro producto tendrán como opción hacer ejercicio el día y hora que dispongan.

MISIÓN

Life Training se caracteriza por fabricar y comercializar, primordialmente quiere enviar al mercado la máquina multifuncional “Training 24” y está orientada a que las personas lleven una vida más saludable, por medio del ejercicio físico brindando la mejor experiencia funcional basada en la ciencia del fitness.

VISIÓN

Life Training tiene como visión en 10 años ampliar el portafolio, ser la tienda más competitiva del mercado e innovar en la implementación tecnológica deportiva para ejercitarse de manera funcional.

FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA

A lo largo del tiempo la sociedad ha empezado a juzgar mucho la apariencia del ser humano, por este motivo se han generado relaciones interpersonales para realizar ejercicio a diario para verse bien, tonificado con un cuerpo fit. A parte de generalizar el juzgamiento de las personas hacia los demás, la sociedad ha ido cambiando la mentalidad hacia el ejercicio físico, se está generando cultura física en el mundo, muchos madrugan a trotar a moverse un poco, nada mejor que una marca lleve el ejercicio a casa o busque las herramientas necesarias para motivar al usuario sin dejar la rutina y un agrado por ella.

Voluntad: Fundamental que el cliente quiera mejorar su salud, aunque los profesionales en 5 horas enseñen a manejar la máquina y diversos ejercicios alternativos para hacer por días, es muy importante la voluntad propia del cliente, él es libre en decidir cuándo hacer ejercicio, por eso si más adelante crecen las ventas, se programa ejercicio físico si el cliente lo llega a solicitar, todo en busca de contribuir económicamente a la empresa y garantizar la salud para todo el segmento de mercado.

Optimismo: Life Training favorece la salud del cliente, primordial que el usuario acate indicaciones de los profesionales para ver una perspectiva diferente por el ejercicio físico y al mismo tiempo aprender a manejar como corresponde la máquina Training 24, esta busca

Life train

que las personas tengan actitud positiva para fortalecer su composición corporal cada día, por eso nuestro Slogan “Tienes 24 horas diarias para hacer ejercicio.”

Perseverancia: Con esas cinco horas de recomendaciones en utilizar la Training 24 y diversos ejercicios alternativos para hacer por días se pretende generar constancia en la semana por parte del cliente, que tenga firmeza y desarrolle una voluntad inquebrantable por realizar ejercicio físico para favorecer su salud.

Superación. Sencillamente para Life Training es esencial que cada día el cliente quiera superarse para generar un mejor vínculo con el entrenamiento y crear un hábito en él.

Valentía: Para Life Training es esencial la salud de las personas ya que uno de los objetivos de nosotros es incentivar a las personas a que puedan realizar una correcta y adecuada actividad física comprendiendo esta como ejercicio. Todas las personas consumidoras de Life Training a medida del tiempo adquieren este valor hacia el ejercicio ya que nuestra motivación va a ser esencial en este trabajo mano a mano con nuestro entrenado.

MARCO REFERENCIAL

En la actualidad el Covid-19 es más mortal para las personas que presentan una enfermedad de base, como la obesidad, hipertensión, diabetes y problemas del síndrome metabólico, estas patologías se presentan porque en el transcurso de sus vidas llevaron hábitos inadecuados. La contingencia sanitaria genera que las personas permanezcan en casa, esto da un alto a las actividades deportivas, recreativas y de movilidad, haciendo que la sociedad sea sedentaria, y así ocasionando problemas en la salud (Markham 2020). Es por eso que Life Training quiere ser un promotor del ejercicio físico por medio de nuestro producto Training 24, para disminuir el sedentarismo, estrés y el desarrollo de enfermedades crónicas no transmisibles.

Debido al Covid-19 las personas presentan mayor cantidad de tiempo libre, el cual queremos atender con ejercicio físico, la Constitución política de Colombia habla sobre el buen aprovechamiento del tiempo libre, el ejercicio y sus manifestaciones, se quiere que las

Life train

personas hagan buen uso de su tiempo con la maquina “Training 24” para que lleven una vida activa y saludable. (Art.52, junio de 1991).

Los autores Muñoz y Zapata en el 2012 dan a conocer una idea de negocio en donde proponen al cliente ayudarlo con todos los materiales, máquinas y elementos de gimnasio para crear su propia unidad deportiva y aparte, también ofrecen servicios de gimnasio en casa, vendiendo máquinas funcionales para ubicar en el hogar, igual que nuestra perspectiva ofrece entrenamientos personalizados y de nutrición todo por aparte, a diferencia de este plan de negocio Life Training se caracteriza por diseñar máquinas funcionales pero para entrenar cuerpo completo (full body) con el acompañamiento inmediato de profesionales, a diferencia del plan de Muñoz y Zapata, Life Training otorga por la compra de la máquina 5 horas de entrenamiento personalizado gratis para perfeccionar la técnica de ejecución y complementando con diversos ejercicios que puede combinar en varias rutinas de la semana en el momento del día que el cliente lo requiera.

Teniendo en cuenta la experiencia por parte de Herrera Lascano (2011) para crear y diseñar maquinas funcionales en busca del acondicionamiento físico en la fuerza, se determina diversas maneras del entrenamiento y ejercicios para realizar con ayuda de la máquina funcional, Herrera nos da información muy valiosa para tener en cuenta en la programación de los ejercicios combinados con la máquina que se quiere impulsar, la Training 24 es una herramienta que ayuda al cliente a fortalecer cuerpo completo, es importante entrenar toda la funcionalidad de nuestro cuerpo para evitar descompensaciones musculares y lesiones a largo plazo, así como recalca el autor en su artículo se debe trabajar todas las capacidades físicas como fuerza, resistencia, velocidad y flexibilidad.

Marco normativo

La Ley 181 de 1995 del Ministerio del deporte opta porque todas las personas tengan buen aprovechamiento del tiempo libre, es primordial que niños y jóvenes encuentren su momento de ocio, por eso el estado ofrece espacios para la práctica deportiva y recreativa de esta población, implementando también programas de recreación y deportes para adultos; cuando una persona deja de ser joven se vuelve más independiente, en la etapa adulta se preocupa más por trabajar, por sobrevivir; es necesario llevar algún sustento al hogar, así olvidando el

Life train

tiempo de esparcimiento o de ocio, por eso se quiere implementar una máquina multifuncional, para que los adultos antes de irse de casa o al llegar de sus labores diarias, en cualquier momento libre tengan la oportunidad de hacer ejercicio Full body.

En Life Training incentivamos el ejercicio y la actividad física, por lo tanto cualquier persona que la quiera realizar puede hacerlo acompañada de profesionales, en las leyes del estado Colombiano es prioridad el sobre peso y las enfermedades que desarrolla la población, según ellos tienen todo controlado con medidas de prevención para la salud, cuando cada día sube el índice de obesidad en Colombia, por eso se busca contribuir en la obesidad y morbilidad que está padeciendo la sociedad del país, debido a que el estado no promueve la actividad física en casa para ayudar a estas personas con morbilidad, es primordial combatir y contribuir a desintegrar estas enfermedades por medio del ejercicio físico para la salud y con ayuda de la Training 24 desapareciendo este tipo de patologías en personas sedentarias ya sea desde su hogar o cualquier otro sitio donde quieran poner la máquina al no haber normativas que apoyen el acondicionamiento físico en casa pero si normativas para crear establecimientos para hacer ejercicio físico, hay leyes en la constitución que apoyan la creación de estos establecimientos para el entrenamiento físico en busca de un beneficio monetario y no para el beneficio y ayuda en personas vulnerables con enfermedades que se pueden curar con una buena programación según la patología del Colombiano. Life Training quiere llevar este centro de acondicionamiento a casa por medio de una máquina funcional económica tanto en su aspecto monetario como en economizar espacio, que trabaje cuerpo completo y ayude en dejar a un lado el sedentarismo de la población colombiana, creando una cultura por la actividad física, si crecen las ventas menos sedentarismo en el país, muchas personas no hacen ejercicio físico a diario por el simple hecho de trasladarse, ahora con la Training 24 no hay excusa.

La ley 1562 habla sobre la prevención en los empleos y salud ocupacional; aunque hay normas como está apoyando la salud de los trabajadores, no se disminuye el sedentarismo y la vulnerabilidad del país, aparte de prevenir lesiones, enfermedades o patologías en las empresas, también se debe incentivar al empleado a realizar ejercicio físico en casa. Muchos trabajadores llegan a la empresa con la convicción de que se acabe el día rápido para regresar al hogar y convivir en familia olvidando un poco las labores diarias, para eso se quiere

Life train

implementar una máquina multifuncional que ocupe poco espacio en casa, para que el cliente la use cuando tenga tiempo libre y esté relajado en cualquier momento del día, sin necesidad de que lo presione algún instructor, ya que la maquina se entrega con 5 horas de entrenamiento personalizado gratis en busca de que el cliente aprenda a manejar técnicamente sus funcionamientos incentivando al comprador a realizar diversos ejercicios para cada día.

Marco social

A medida del tiempo las personas han cambiado la perspectiva hacia el ejercicio físico, más ahora en esta época de prevención, desde casa quieren mantener el desarrollo físico que se había logrado en el gimnasio, el mundo está adoptando una cultura por el ejercicio físico, por eso se opta por una máquina multifuncional para ayudar a la sociedad a realizar ejercicio cómodamente desde su hogar, se va a generar impacto económico a favor del cliente en cuanto al plus o proposición de valor ya que es primordial implantar en el espacio del entrenamiento físico para fines saludables, una máquina bien diseñada en el mercado que trabaje cuerpo completo y aparte otorgue 5 horas de entrenamiento dirigido por profesionales en cultura Física, teniendo en cuenta la técnica, postura y mejor ejecución de los ejercicios, siempre haciendo énfasis en la salud del comprador y combatiendo enfermedades crónicas no transmisibles muy tradicionales en la población Colombiana como la obesidad y el sobrepeso, teniendo en cuenta que el impacto social va hacia personas con este tipo de patologías, Life Training quiere intervenir en la vulnerabilidad ocasionada por estas enfermedades.

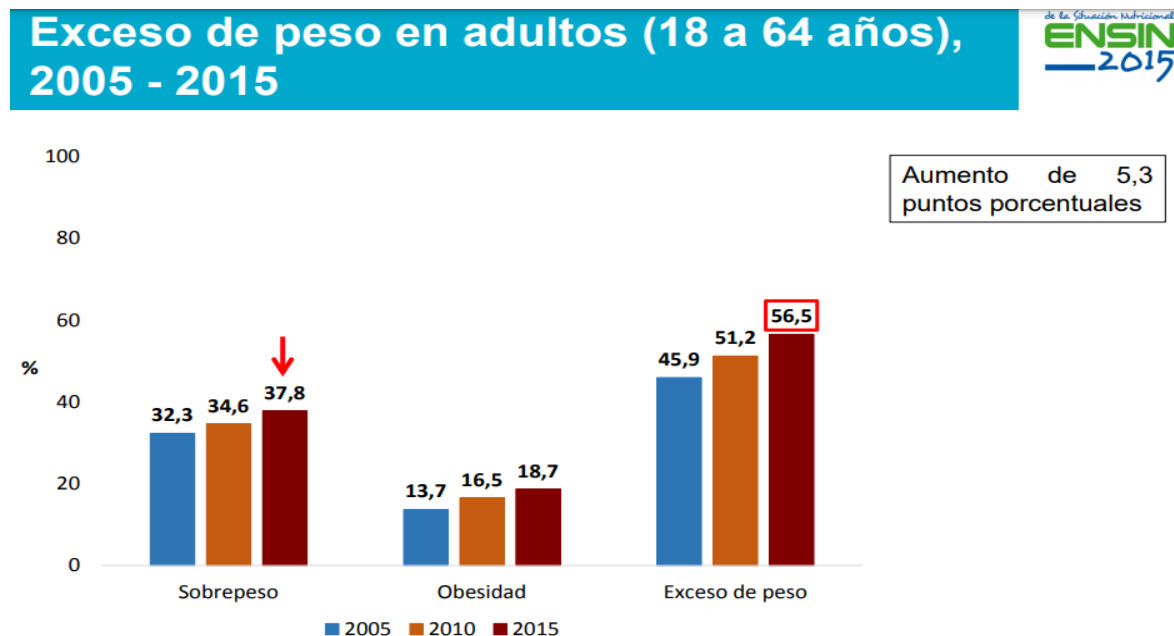
INVESTIGACIÓN

La población colombiana de 18 a 64 años presenta problemas de sobrepeso, obesidad y exceso de peso; la región más afectada por el sobrepeso es Bogotá con 38,9%, en obesidad es la región de Orinoquia y Amazonas con un 21,8% y exceso de peso con 59,5% en el Pacifico, en el 2015 hubo un incremento de la tasa de obesidad en comparación al 2010, las mujeres presentan un porcentaje mayor con respecto a los hombres, también se identifica que las personas de clase media son las que más sufren de exceso de peso con un 60,2% según (Encuesta Nacional De La Situación Nutricional 2015). Es por eso que los expertos

Life train

recomiendan dos horas y 30 minutos en la semana de ejercicio físico en un ritmo moderado y una hora con 15 minutos en la semana de ejercicio con mayor intensidad en poblaciones de 18-64 años según (Organización Mundial De La Salud 2020).

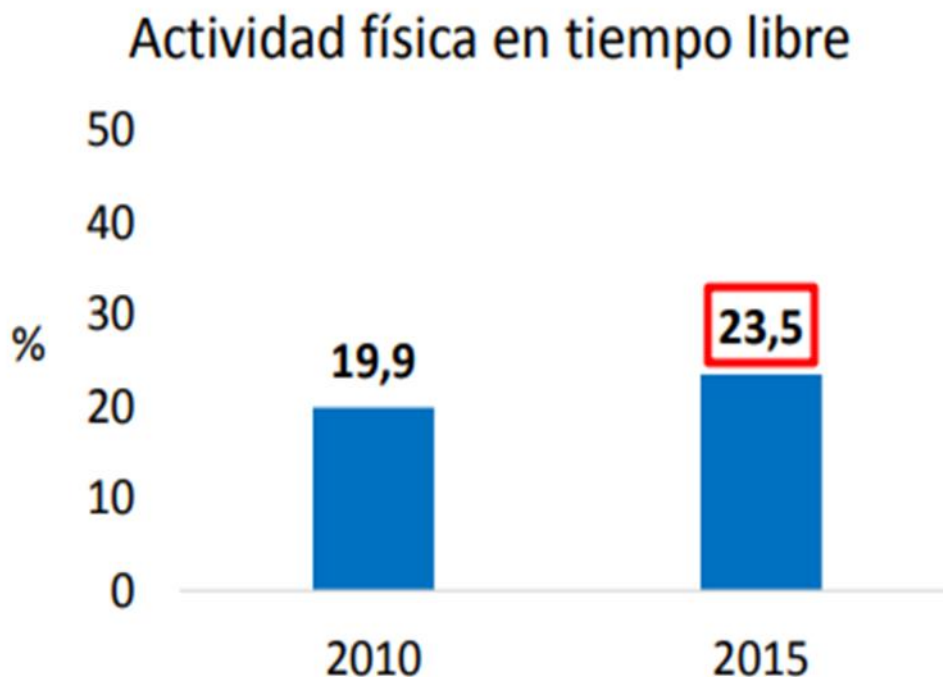
Figure 2. Exceso de peso en adultos de 18 a 64 años.



Fuente: ENSIN 2015

Los colombianos siguieron las recomendaciones para hacer actividad física, en el 2010 el 19.9% de la población colombiana atendió la idea de realizar actividad física en su tiempo libre, en el 2015 hubo más personas que siguieron esta recomendación alcanzando un 23,5%, los hombres con un 61,1% lideran la encuesta y demuestran más interés en la actividad física en su tiempo libre. Colombia es capaz de aumentar su índice de actividad física influenciada por profesionales, Bogotá es una de las regiones que más aprovecha el tiempo libre para hacer actividades físicas. (Encuesta Nacional De La Situación Nutricional 2015).

Figure 3. Actividad física en el tiempo libre.



Fuente: ENSIN 2015

Bogotá es la ciudad mejor posicionada del país, en cuanto a la competitividad de sus ciudadanos con un puntaje de 7,49 sobre 10 según el (Consejo privado de competitividad 2020) se destaca en sus condiciones habilitantes como en las instituciones y adopción de las TIC, en el capital humano como en salud, educación y trabajo, en la eficiencia de los mercados, como en el entorno de los mercados y el tamaño del mercado, y en el ecosistema innovador como en la sofisticación y diversificación. Estos indicadores justifican por qué nuestro nicho de mercado es la ciudad de Bogotá, pues estos indicadores demuestran que la ciudad tiene más acceso a internet en sus hogares lo que garantiza que haya una interacción entre nuestros clientes ya que somos una empresa enfocada en la utilización de las herramientas digitales, además entre más nivel educativo mayor es la conciencia de la importancia de hacer actividad física, también la oportunidad laboral juega un papel importante ya que los bogotanos tienen un nivel económico más estable lo que permitirá adquirir nuestro producto.

Figure 4. Índice de competitividad de ciudades 2020



Fuente: Consejo privado de competitividad 2020

Según Web Find You los compradores online se dividen por género, edad, generación, nivel socioeconómico y perspectivas de compra; el género está dividido de forma equilibrada, la edad promedio es de 25 a 35 años, la generación que más compra por internet es la Y o millennials, los estratos 5 y 6 cuentan con el mayor índice de compras online, seguido por los estratos 3 y 4.

Figure 5. Estadísticas del comprador online colombiano.



Fuente: *webfindyou.com* 2018.

Conocer el segmento de mercado al que nos vamos a dirigir es muy importante para saber qué estrategia de mercadeo implementar. Se puede concluir que las personas jóvenes tienen mayor afinidad con los ecommers, que la población bogotana tiene mayor competencia ciudadana lo que aporta al crecimiento de los nuevos emprendedores y que las personas de estratos 5 y 6 tienen mayor índice de compra online, además, las personas de clase media aprovechan más su tiempo libre para realizar actividades físicas.

Análisis DOFA competidores

Se realizó el análisis DOFA con el fin de tener una visión global y más clara de nuestros competidores:

- La debilidad de nuestro competidor es no manejar una máquina multifuncional que trabaje el cuerpo completo, sus máquinas solo se enfocan en un segmento del cuerpo, además, no todas las clases socioeconómicas tienen el alcance a sus productos por su elevado costo.

Life train

- Nuestros competidores presentan mayores oportunidades en el área de eventos para promocionar la marca, aumento de la preventa y postventa de sus productos, mejorar su servicio web, mejorar sus productos internacionales de poco desarrollo y de asociarse con socios clave.

- En cuanto a sus fortalezas presentan mayor reconocimiento, mano de obra más económica, variedad de productos y mejor tecnología.

- La amenaza de nuestro competidor es el crecimiento de la competencia y que la competencia brinde precios más bajos.

Los principales competidores de nuestra marca son Sport Fitness, Life Fitness, Horizon, Technogym y Kettler, en cuanto la venta de máquinas para hacer ejercicio, sin embargo ninguna de estas marcas tienen una máquina que sea multifuncional que permita el trabajo full body y segmentado. En cuanto a los costos nos diferenciamos en que la inversión será en una sola máquina, mientras que las otras marcas ofrecen diferentes máquinas para cada uno de los ejercicios, eso en costos representa hasta 3 veces el valor de nuestra máquina.

CAPÍTULO I: SEGMENTOS DE MERCADO

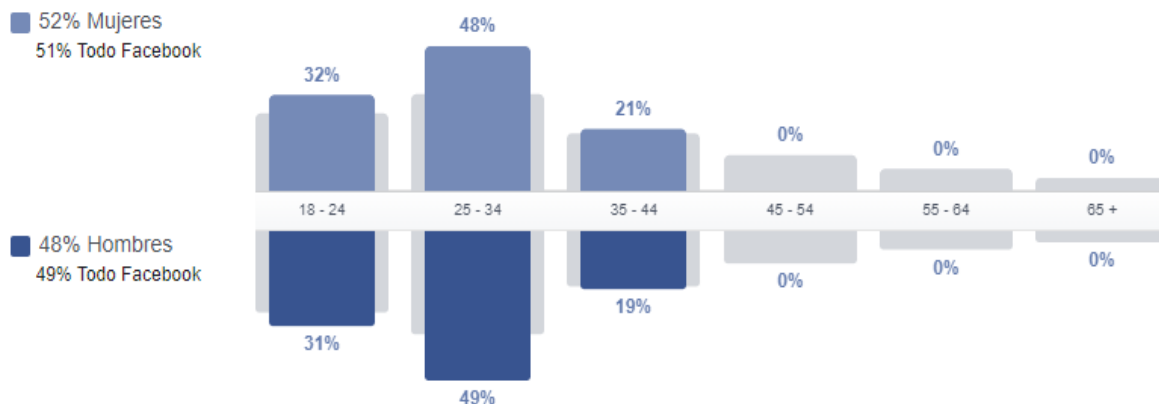
Es importante identificar el segmento de mercado para saber a quién vamos a ofrecer nuestro producto, ya que existen diferentes clientes con diversas necesidades, el segmento de mercado permite ofrecer una oferta adaptada a cada necesidad, además, este análisis de segmentación está subdividido en variables como la demografía, geografía, pictografía y la conducta, que permiten tener mejores resultados, ser más asertivos a la hora de ofrecer nuestro producto y saber a quién ofrecerlo, a continuación haremos un análisis de cada variable teniendo en cuenta nuestro cliente objetivo:

Basándonos en los resultados y el análisis que se realizó con ayuda de la plataforma Facebook Audience Insight podemos definir que el cliente objetivo de nuestra marca son hombre y mujeres entre 18 y 40 años 52% mujeres y 48% hombres como lo muestra la gráfica 3, habitantes de Bogotá hispanohablantes que tengan afinidad con marcas como Body Teach, Smart Fit y Sport Fitness, con inclinaciones e intereses, hacia el deporte, actividad físico,

Life train

fitness, bienestar y salud; por lo general el tipo de cliente que está interesado en nuestra marca ocupa cargos laborales en el sector de negocios y finanzas, arquitectura e ingeniería y matemáticas como lo muestra la gráfica 4, además en su mayoría tiene estudios universitarios con un 72% como lo muestra la gráfica 5, y su situación sentimental tienen un porcentaje del 57% en soltería gráfica 5.

Figure 6. Edad y sexo



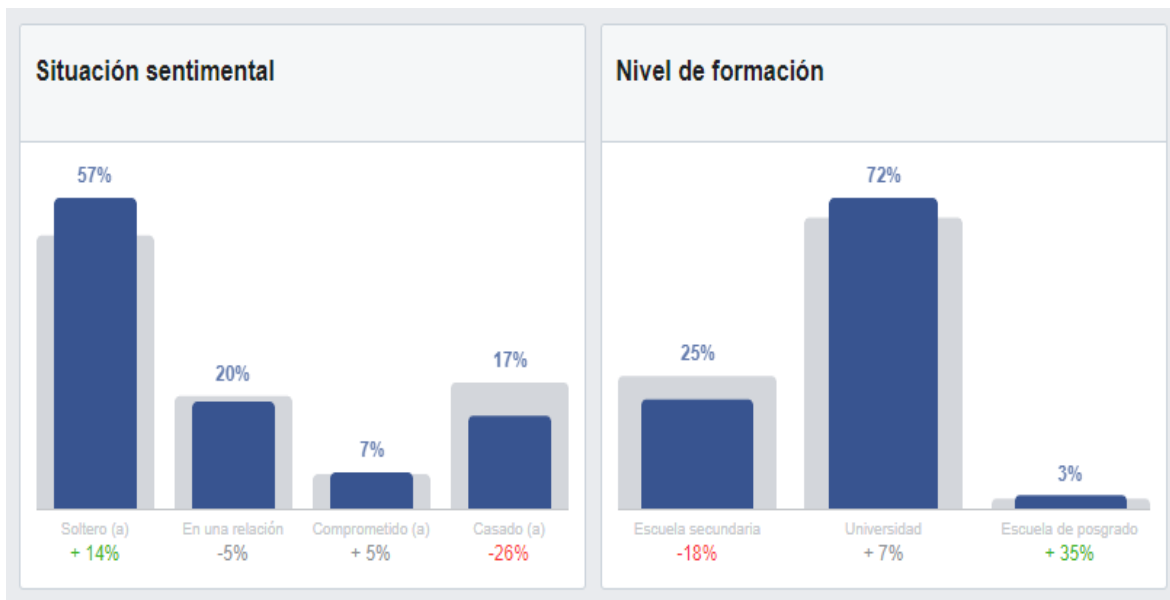
Fuente: Facebook Audience Insight

Figure 7. Cargo

Carga		
Carga	Público seleccionado	Comparar ▼
Negocios y finanzas	10%	+ 52%
Servicios jurídicos	3%	+ 50%
Arquitectura e ingeniería	4%	+ 46%
Servicios técnicos y de TI	11%	+ 46%
Informática y matemáticas	11%	+ 46%
Servicios de instalacion y reparacion	6%	+ 33%
Ventas	15%	+ 29%

Fuente: Facebook Audience Insight

Figure 8. Situación sentimental y nivel de formación



Fuente: Facebook Audience Insight

Nuestra investigación de mercado está enfocada en los consumidores digitales, debido a que el internet está transformando la forma en que compramos, interactuamos y la forma de comunicarnos, Facebook e Instagram cada vez son más útiles e indispensables, para generar reconocimiento, publicidad, ventas y facilidad para promover una marca y que el cliente este a gusto, encontrando así beneficios tanto como para el comprador como para el vendedor, beneficios en costos y tiempo, que contribuyen al crecimiento de la marca y la fidelización del cliente, convirtiéndolo así en un cliente potencial.

Nicho de mercado

Nuestro modelo de segmento de mercado es un nicho de personas con características como: sobrepeso, personas que quieren cambiar sus hábitos nutricionales y de actividad física, con un estrato socioeconómico medio y personas que prefieran comprar online. Atendiendo así la necesidad de comprar seguro, fácil y rápido, de encontrar comodidad y de verse y sentirse bien.

CAPÍTULO II: PROPOSICIONES DE VALOR

El uso inadecuado de los elementos para realizar ejercicio físico puede llevar a complicaciones graves a nivel articular y osteomuscular, es primordial para el acondicionamiento físico tener excelentes herramientas para una buena ejecución de la práctica, si se tienen buenos elementos para entrenar, el desarrollo del rendimiento físico va ser mayor y acorde al objetivo personal, por eso la idea de una máquina multifuncional que se adapte a espacios pequeños y que además permita el entrenamiento full body, el artículo ofrece acompañamiento gratis durante 5 horas por profesionales capacitados con el fin de obtener resultados seguros y eficaces, se va a solucionar los problemas de postura, la técnica e higiene corporal, el cliente estará satisfecho, aparte de tener una máquina multifuncional que ocupa poco espacio en casa, va aprender diversos ejercicios y a manejar perfectamente la máquina gracias a las cinco horas que se ofrecen gratis de entrenamiento por la compra del artículo. Es importante recalcar el beneficio de realizar ejercicio físico para la salud en casa, adecuadamente y dirigido por profesionales, el cliente ya no tendrá que ir al gimnasio, podrá realizar ejercicio desde su hogar y esto será valorado por el cliente ya que en 5 horas se hará lo posible para que el aprenda gran variedad de ejercicios Full body, aprenderá a evitar lesiones por recomendaciones en la técnica y la ejecución del movimiento, realizará los ejercicios perfectamente si su postura es la adecuada y así lograra su objetivo con el entrenamiento sin necesidad de salir de casa teniendo una máquina multifuncional que ocupa poco espacio y es perfecta para trabajar full body.

Tipo de propuesta de mercado a desarrollar

Desempeño: Life Training se quiere desempeñar en darle el mejor servicio posible al cliente, por eso propuestas como, no solo vender la Training 24, ofrecer 5 horas gratis de recomendaciones para utilizar la máquina y muchos ejercicios alternativos para que los practique con constancia cada semana, si crecen las ventas la idea es, si este decide optar por más horas de entrenamiento, Life Training está dispuesto a ofrecer el servicio por cierto valor monetario pero siempre garantizando y promoviendo la salud al cliente.

Diseño: Este tipo de propuesta caracteriza a Life Training ya que es primordial diseñar una máquina con excelente material y ergonomía para el cliente, también muy importante el

Life train

diseño de ejercicios alternativos para realizar con constancia durante la semana, se quiere sorprender al cliente en cuanto a estos aspectos, siempre buscando su satisfacción.

Marca/Status: Life Training busca posicionarse en lo más alto, quiere ser conocido por toda la sociedad colombiana, no solo quiere lanzar la máquina Training 24, también quiere ser reconocido por su preocupación y fidelidad hacia los clientes, busca promover la salud por medio de una marca para ganar estatus o reconocimiento por parte de las personas que quieren cambiar su vida sedentaria.

CAPÍTULO III: CANALES

Nuestros canales van hacer propios y directos desde la publicidad e interacción de las redes sociales, principalmente Facebook e Instagram, con el fin de: primero lograr seguidores y que estos se conviertan en clientes, segundo crear una necesidad a nuestros seguidores para que adquieran nuestro producto.

Vamos a manejar una tienda virtual, donde vamos a distribuir las publicaciones de la siguiente forma:

50% para experiencia del usuario: Vamos a realizar publicaciones que faciliten la vida de nuestros seguidores, generando interés y fidelización para que no solo nos compren, sino que además se convierta en vendedor recomendado nuestro producto con la voz a voz.

20% comercial: Contenido que genera la toma de decisión de compra por parte de la audiencia

20% conocimiento y posicionamiento: contenido que eduque sobre nuestra oferta de valor y diferenciales de nuestro producto

10% viral: contenido divertido y creativo que no tenga otro fin más que general virilidad e interacciones.

Life train

No solo vamos a generar reconocimiento para la página, queremos que nos reconozcan como profesionales, así nuestro segmento de mercado va a identificar el profesionalismo y que están adquiriendo un producto confiable y seguro.

Queremos mostrar en nuestro nombre, logo y slogan la necesidad e importancia del ejercicio físico. El ser humano está diseñado para estar en constante movimiento y en la actualidad la tecnología está facilitando la forma en que nos trasladamos, comunicamos e interactuamos, ya no nos movilizamos por medios que impliquen un gasto energético, ahora utilizamos medios motorizados que reducen la incidencia de actividad física y esto ocasiona sedentarismo en las personas, queremos estar a la vanguardia de la tecnología utilizando métodos y estrategias que llamen la atención y curiosidad de las personas.

La entrega de nuestro producto va a ser en la casa del cliente, y accederemos a instalar la máquina multi funcional, ese mismo día se ofrecerá la primera clase de cinco disponibles, vamos a mostrar cómo sacarle el máximo provecho desde los objetivos del cliente, ya sea para reducir peso, para marcar el abdomen, para hipertrofia muscular, para salud, entre muchos más objetivos y así garantizando fidelización con la marca y con nosotros como profesionales del ejercicio físico para la salud.

Post-venta vamos a ofrecerles a nuestros clientes herramientas que permitan mejorar su experiencia funcional, herramientas como; chaleco de peso, discos de diferentes pesos, bandas, maletas con envases para comida, tulas de boxeo, botellas para su hidratación, cinturón de peso, colchonetas, rueda abdominal, balones de peso y balones terapéuticos. Estas herramientas se ofrecen debido a que después de tres meses hay una adaptación muscular, y con esto queremos aumentar las cargas y así nuestros clientes van a lograr un fallo muscular más fácil y eficiente todas las sesiones, con el fin de que alcancen sus objetivos.

CAPÍTULO IV: RELACIÓN CON CLIENTES

Para empezar, tenemos que tener en cuenta que estamos en una época donde el mercado es cada día más competitivo, de igual forma los nuevos emprendimientos y empresas buscan generar mayores facilidades que sean notables y más económicas en comparación a otras.

Life train

Una de las estrategias más utilizadas en los últimos años ha sido el Endomarketing, el cual consiste en la relación con los clientes y hasta con los mismos trabajadores, con el fin de incentivarlos para que adopten actitudes para con los clientes externos y crear estatus y valor para la empresa o producto.

Se busca motivar a los trabajadores para que la relación con los clientes sea amena, también que haya un buen clima organizacional y de igual forma crear un grado mayor de lealtad y fidelidad al cliente, de esta manera el cliente siempre estará satisfecho con el servicio o producto brindado. Un punto muy importante es que las empresas intentan fidelizar a los clientes en cuestión de confianza y satisfacción ya que así se le da un valor agregado al cliente y sentirá su importancia al momento de la compra y utilización del producto contribuyendo de forma efectiva con este.

¿Cómo hacer y conservar una relación positiva con los clientes de nuestro negocio?

Como se trata de crear nuestro propio negocio aprovechando las posibilidades tan exitosas que nos brinda nuestra profesión; para ser empresarios independientes y generar nuestras propias utilidades, es importante concentrarse en realizar un plan de acción que nos permita construir una magnífica relación con quienes serán nuestros potenciales clientes de nuestro negocio, no importa si son pocos, venta tras venta el negocio va a prosperar. El segmento de mercado deber ser innovador para sorprender al cliente, si el cliente esta a gusto va a contarle a sus compañeros, la voz a voz ara crecer mucho más la empresa.

La segmentación efectiva la proponemos como la forma de cautivar a nuestros clientes inmediatamente después de una venta o afiliación a nuestros servicios ofrecidos.

Todo inicia cuando llamamos a nuestros clientes para generar gratitud y amabilidad, esta estrategia es una de las mas usadas por las empresas, si al cliente se le muestra interés, el va a mostrar interés por nosotros.

Nosotros no creemos que lo más importante para mantener una buena relación con nuestros clientes son los precios, creemos que para relacionarnos mejor es con una excelente propuesta de valor como otorgar cinco horas gratis por la compra de la maquina y estar todo

Life train

el tiempo pendiente del cliente ya sea personalmente o por llamadas telefónicas incluso en estos tiempos de pandemia por medio de videollamadas para corregir lo que nosotros como profesionales veamos erróneo.

Hay que valorar mucho a nuestros clientes y olvidar los precios, la mayoría de las empresas solo piensas en su bienestar monetario. Nosotros como empresarios debemos de tener en cuenta el precio para atraer al cliente pero que la empresa no vaya en pérdidas al mismo tiempo no olvidar que la satisfacción del cliente es lo primordial.

El cliente es mayor que lo monetario para el cliente es más importante el plus o la propuesta o lo diferente que tenemos y nos caracteriza. Por eso queremos seguir los siguientes aspectos para lograrlo:

Resultado

Para tener relaciones positivas nos enfocaremos en lo que ofrecemos diferente. Les mostraremos los beneficios y lo que significa hacer una buena inversión, comprando la máquina para una vida más saludable.

Tendremos en cuenta que los clientes son inversionistas de nuestro negocio y como tal merece nuestro especial tratamiento

Haremos un seguimiento de llamadas telefónicas

Si no realizamos un seguimiento de nuestros clientes, puede que perdamos varias personas que les gustaría invertir en su bienestar. La idea es que el cliente aparte de recibir la propuesta de valor de cinco horas semanales, se le de la confianza para que pida ayuda y logre su objetivo con el entrenamiento, es primordial atender bien al cliente ya sea personalmente por llamadas o video llamadas, todo esto quedara archivado para tener un historial y una valoración del recorrido que el cliente lleva con nosotros y en un futuro ver su desarrollo corporal y beneficio para su salud por medio del ejercicio físico.

Mostraremos a los clientes las mejores prácticas que usaremos con ellos

Life train

Para tener una buena relación con los clientes vamos a implementar una política de enseñar técnicamente y con profesionalismo cada servicio, siendo muy diligentes para implementar las “mejores prácticas” en el negocio.

Compararemos las ventas

Mantendremos archivado y monitorearemos las ventas, y después compartiremos esta información con nuestros clientes.

Como es de esperar, siendo propositivos con aspectos innovadores más adelante se va a encontrar otras maneras para complacer satisfactoriamente a nuestros clientes.

Proporcionaremos capacitaciones

En muchas empresas los clientes dudan en asistir a las capacitaciones ya sea por el costo que estas tienen o porque creen tener todo claro, aun que tiene un costo mínimo estas capacitaciones, debemos innovar excelentes conocimientos para el cliente para que no dude en implementar este aprendizaje en su entrenamiento o rutina diaria.

Documentaremos la valoración de suministros para el cliente

Se archivará todo lo que se le ofrece al cliente, descuentos, ventas, promociones y tratos. Se calculará los precios en pesos y se determinará cada una de las propuestas de valor que se le ha otorgado durante el trascurso que esta con la marca.

CAPÍTULO V: INGRESOS

Con esto buscamos proporcionar las ventas, teniendo en cuenta los productos que se venden, a qué precio se lanzan al mercado, los pagos de los clientes, la ayuda de entidades de financiación y préstamo de créditos.

Ventas: Sera nuestra mayor fuente de ingresos en razón a que es nuestra actividad principal.

Life train

Alquiler: Esta fuente nace de la concesión temporal que vamos a hacer con algunos clientes al permitirles el uso de nuestros equipos a cambio de una tarifa por alquiler del equipo por algún tiempo para que lo explote pero además el contrato de alquiler debe contemplar la posibilidad de la compra posteriormente o a la devolución de la máquina.

Préstamos bancarios constituyen una de las fuentes de apalancamiento más usadas en todos los negocios y este medio de financiación lo utilizaremos en razón a que las tasas de interés para las pequeñas empresas que están muy cómodas.

Tabla 1. Proyección de ventas a un año

MES	Cantidad de ventas al mes	Valor Unitario	Total Mes
Enero	10	\$ 3.500.000	\$ 35.000.000
Febrero	10	\$ 3.500.000	\$ 35.000.000
Marzo	10	\$ 3.500.000	\$ 35.000.000
Abril	10	\$ 3.500.000	\$ 35.000.000
Mayo	10	\$ 3.500.000	\$ 35.000.000
Junio	10	\$ 3.500.000	\$ 35.000.000
Julio	10	\$ 3.500.000	\$ 35.000.000
Agosto	10	\$ 3.500.000	\$ 35.000.000
Septiembre	10	\$ 3.500.000	\$ 35.000.000

Life train

Octubre	10	\$ 3.500.000	\$ 35.000.000
Noviembre	10	\$ 3.500.000	\$ 35.000.000
Diciembre	10	\$ 3.500.000	\$ 35.000.000
Total Año			\$ 420.000.000

¿Por qué están dispuestos a pagar los clientes?

Primer que todo tenemos que recalcar que nuestros clientes serán “VIP” ya que esta máquina es totalmente exclusiva y solo para personas que quieran mejorar su estilo de vida y hábitos. Debido a esto es que nuestros clientes les interesara una maquina la cual les ayude a ver cambios y mucho más cuando sepan que van a tener un acompañamiento personalizado al momento de adquirir el producto, el cual servirá como incentivo a que las personas sean constantes y duraderas al momento de empezar su cambio de vida con el ejercicio.

¿Cómo pueden pagar los clientes?

Los clientes tendrán la facilidad de costear con créditos, débitos o pagar en efectivo, también la modalidad de pagar trimestralmente o mensualmente para mayor comodidad de los clientes ya que lo que queremos es incentivar a que mejoren su salud. Esto debido a que gracias a que nos ha tocado reinventarnos por la contingencia hemos tenido que implantar otros métodos tanto de pago como de entrenamiento vía internet.

¿Cómo les gustaría pagar a nuestros clientes?

Uno de los mejores métodos de pago seria el pago mes a mes ya que es una buena facilidad para los clientes un pago a cuotas, de igual manera el pago en efectivo de contado seria sin

Life train

dudas el mejor ya que no habría preocupaciones de pagar una deuda y disfrutar la máquina y el acompañamiento sería lo más formidable.

CAPÍTULO VI: RECURSOS CLAVES.

Por fin hemos abordado lo primordial en un negocio de empresa ya que se trata de abordar el tema financiero, en este capítulo presentaremos todo el análisis económico del proyecto de la creación de nuestra empresa ; su importancia radica en que nos va a permitir hacer el análisis económico y financiero del proyecto empresarial , que nos permitirá evaluar la factibilidad de la empresa teniendo en cuenta lo invertido, transformando la perspectiva de negocio en una empresa que nos de rentabilidad.

Lo que se establece en la financiación es muy importante para los fondos que se necesitan, se determinan y se hace un análisis para obtener lo que es necesario y primordial en la empresa.

Este componente financiero debe estar siempre en coherencia con toda la estructura del proyecto.

Tabla 2. Recursos físicos

Recursos clave				
Recursos físicos	Cantidad	Valor unitario	Mes	Año
Pesas	1	\$ 400.000	\$ 4.000.000	\$ 48.000.000
Stikers	4	\$ 3.000	\$ 30.000	\$ 360.000
Hierro	4	\$ 800.000	\$ 8.000.000	\$ 96.000.000
Guayas	4	\$ 90.000	\$ 900.000	\$ 10.800.000
Cojines	4	\$ 200.000	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
Poleas	4	\$ 120.000	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Tornillos	4	\$ 15.000	\$ 150.000	\$ 1.800.000
Grasa	4	\$ 20.000	\$ 200.000	\$ 2.400.000
Plástico	4	\$ 120.000	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000

Life train

Total	\$ 17.680.000	\$ 212.160.000
-------	---------------	----------------

Tabla 3. Talento Humano

Recursos clave				
Talento humano	Cantidad	Valor diario	Mes	Anual
Soldador	1	\$ 120.000	\$ 3.600.000	\$ 43.200.000
Cultor fisico	1	\$ 150.000	\$ 4.500.000	\$ 54.000.000
Asistente	1	\$ 70.000	\$ 2.100.000	\$ 25.200.000
Vendedor	1	\$ 50.000	\$ 1.500.000	\$ 18.000.000
Total			\$ 11.700.000	\$ 140.400.000

Tabla 4. Equipos

Recursos clave				
Equipo	Cantidad	Valor unitario	Mes	
Herramineta	1	\$ 800.000	\$ 800.000	
Soldadura	1	\$ 1.500.000	\$ 1.500.000	
Pintura	1	\$ 8.000.000	\$ 8.000.000	
Total			\$ 10.300.000	

Tabla 5. Recursos clave

Recursos clave				
	Cantidad	Valor unitario	Mes	Año
Servicios publicos	1	\$ 200.000	\$ 2.000.000	\$ 24.000.000
Mantenimiento	4	\$ 80.000	\$ 800.000	\$ 9.600.000
Bodega	1	\$ 1.200.000	\$ 1.200.000	\$ 14.400.000
Total			\$ 4.000.000	\$ 48.000.000

Plan financiero de la empresa Life Training

Las cifras para este plan financiero las vamos a obtener de la información que resulta del plan de ingresos e inversiones que se proponen para que la empresa sea viable.

Total, a invertir inicialmente: Se determinará cuanto se necesita para poner en marcha nuestro negocio.

Estructuración de financiación: Se dará a conocer la manera como se compone la estructuración de financiación de la empresa, determinando la ayuda y prestaciones por parte de los socios, identificando las inversiones para progresar con la empresa.

Gastos e ingresos: Debemos Resumir los gastos e ingresos de los primeros años, presupuesto de ingresos y gastos año 1 y presupuesto de ingresos y de gastos año 2

Como lo presentaremos en las siguientes tablas:

Proyecciones contables: Es necesario determinar el punto de equilibrio de nuestra empresa y para ello lo efectuaremos a partir de los estados contables este aspecto es importante porque me permite establecer el momento para que la empresa no pierda ni gane, para ello es necesario tener nuestro plan contable.

Para que haya un punto de equilibrio anualmente se deben vender al menos 11 máquinas (\$22.000.000) para ganar el 40% de cada máquina, y costear los costos fijos y variables.

Elaboración de modulo valoración

Acá se hace la valoración de la empresa, esto es primordial, es necesario argumentar cada uno de los aspectos de la empresa para ofrecer la idea de negocio en el momento de darlo a conocer a las entidades financieras; así nos puede ayudar cualquier entidad bancaria, consiguiendo que los suministradores crean en la empresa y la viabilidad del negocio.

Life train

Investigaremos cuáles son nuestros puntos fuertes y los débiles. Esquema guía de elaboración a continuación presentamos un esquema que permite la elaboración de nuestro plan de empresa.

Valoración: análisis de puntos fuertes y débiles

Puntos fuertes - aquí vamos a describir porque consideramos que nuestra empresa debe tener el éxito esperado; entre los elementos que nos permite ser fuertes en el mercado consideramos la ubicación de la empresa y la forma de promocionar nuestros productos.

Otro aspecto que consideramos positivo es la necesidad de realizar ejercicio ya que médicamente se están formulando este tipo de actividades a personas con problemas de sedentarismo o cualquier población que quiera empezar a generar mejores hábitos y una vida más sana. Otro punto que consideramos positivo para nuestra empresa es la innovación de las máquinas que vamos a fabricar y la forma de la colocación en el mercado.

Puntos Débiles: Aquí enunciamos cuales pueden ser nuestros puntos débiles y qué medidas vamos a tomar para superarlos. Un punto débil a considerar y del que debemos tener mucha prevención y estudio es la posible competencia tanto Nacional como en el mercado internacional.

Oportunidades: Describiremos esas posibilidades externas que ayuden a surgir el negocio.

Amenazas: Aspectos negativos, externos que puedan perjudicar nuestro negocio.

CAPÍTULO VII: ACTIVIDADES CLAVES

Como objetivo al crear la empresa es brindar a nuestros clientes un modelo de negocio atractivo e innovador que nos permita obtener éxito desde la misma formulación de nuestro proyecto, así lograr crear una empresa innovadora buscando servir de una forma diferente y oportuna centrado en la diferenciación. Para lograr esta diferenciación nos centraremos en el estudio de las actividades claves.

Resolución de problemas

Nuestros clientes nos buscan para solucionar problemas como “Sobrepeso, problemas cardíacos y problemas de articulaciones” lo que nosotros queremos mediante la maquina es transmitir un mensaje a través del ejercicio donde las personas que adquieran el producto se den cuenta que los hábitos de vida si se pueden cambiar y ser esas personas que algún día soñaron. Sabemos que con esfuerzo y dedicación podremos ayudar todas las personas a cambiar de una forma u otra su forma de pensar y de esta manera influir en su salud física y mental.

Utilizando la herramienta más opcional en este momento que es el internet queremos también ayudarlos en clases totalmente personalizadas y que sientan la acogida que tendremos para que puedan realizar sus entrenamientos de una forma más tranquila y dinámica, debido a que si nos ponemos a pensar, un 20% de la población no hacen ejercicio por pena o timidez de lo que se digan de ellos, factor que con nosotros intentaran perder ya que la motivación intrínseca que realizaremos será en todo momento, sea vía virtual o presencial.

Nuestra empresa se propone a producir maquinas multifuncionales de alta calidad que se logran adaptar a las necesidades de la población que requiera desarrollar hábitos para una vida sana, para lograr este objetivo tenemos establecidos canales de comunicación y segmentación con el público interesado en nuestro producto por medio de redes sociales y propaganda pagada, esto nos permite fortalecer día a día nuestra oferta y la fuente de ingresos del negocio. Tendremos en cuenta los servicios que se van a prestar a los clientes no solamente en la actividad de venta sino en la asesoría de post venta, como el acompañamiento que se realizara por días determinados a nuestros diferentes clientes.

Todas estas actividades harán que nuestro negocio funcione en busca de ayudar al bienestar saludable de la persona, llevándolas a conocer sus propios límites y sacándolas de una vida monótona.

CAPÍTULO VIII: ASOCIACIONES CLAVES

Los socios clave son aquellos que participan en el crecimiento de la empresa tanto como para ellos como para nosotros, gracias a sus aportes, conocimientos, ideas, actividades personales,

Life train

aportes comerciales, asistencia técnica y en generar, cumpliendo ciertas obligaciones que favorezcan el objetivo comercial y expansión de las marcas.

Nuestras alianzas están pensadas en empresas no competidoras, para que haya un crecimiento entre empresas deportivas y a fines de la salud para lograr un reconocimiento en el mercado.

Tabla 6. Socios clave

Empresa	Qué ganan ellos	Qué ganamos nosotros
Multiparques	<ul style="list-style-type: none">• Mano de obra en la fabricación de máquinas deportivas, 12 máquinas anuales que es un total de 6'480.00.00 por la fabricación de las 12 máquinas.• Referido de clientes 130.000.00 por cada referido	<ul style="list-style-type: none">• Pechos de fabrica La mano de obra por cada máquina de 480.000.• Comisión por cada referido La producción de una maquina

La alianza que vamos a formalizar es reducción de riesgos e incertidumbre, queremos reducir riesgos en el entorno competitivo, por qué prima la incertidumbre, queremos hacer que nuestro producto garantice y satisfaga a nuestro nicho de mercado, que tenga fácil acceso y genere reconocimiento entre las asociaciones.

Life train

También vamos a realizar alianzas entre compra de determinados recursos, debido a que no tenemos todos los recursos para realizar la máquina Training 24, y así disminuir el de fabricación aumentando nuestra capacidad de fabricación, información y accesos a los clientes.

CAPITULO IX: ESTRUCTURA DE COSTOS

A continuación, se encuentra la suma total de los costos, el punto de equilibrio y el balance general para decidir la productividad que puede dar la empresa:

Tabla 7. Costos fijos y variables, punto de equilibrio

Life Training 24	10	Producción mensual	
Material	Costo unitario	10	Tipo
Pesas	\$ 400.000	\$ 4.000.000	Variable
Stikers	\$ 3.000	\$ 30.000	Variable
Hierro	\$ 800.000	\$ 8.000.000	Variable
Guayas	\$ 90.000	\$ 900.000	Variable
Cojines	\$ 200.000	\$ 2.000.000	Variable
Poleas	\$ 120.000	\$ 1.200.000	Variable
Tornillos	\$ 15.000	\$ 150.000	Variable
Pintura	\$ 80.000	\$ 800.000	Variable
Grasa	\$ 20.000	\$ 200.000	Variable
Plástico	\$ 120.000	\$ 1.200.000	Variable
Herramienta	\$ 150.000	\$ 1.500.000	Variable
Soldadura	\$ 120.000	\$ 1.200.000	Variable
Mantenimiento	\$ 80.000	\$ 800.000	Variable
Soldador		\$ 3.600.000	Fijo
Cultor físico		\$ 2.100.000	Fijo
Asistente		\$ 1.500.000	Fijo
Vendedor		\$ 1.500.000	Fijo
Servicios públicos		\$ 200.000	Fijo
Bodega		\$ 800.000	Fijo

Life train

	Total (Costo total)	\$ 31.680.000	Costo total para la venta
	costo unitario	\$ 2.198.000	\$ 3.168.000
Costo variable total	\$ 21.980.000	Punto de equilibrio	\$ 1
Costo variable unitario	\$ 2.198.000		
Costos fijo total	\$ 9.700.000		
Costo fijo unitario	\$ 970.000		

$PE = \text{Costo total (Costos fijos + Costos variables)} / \text{valor del producto (mensual)}$

$PE = \text{Costo total (9.700.000 + 21.980.000)} / 35.000.000$

$PE = 0,90$

El costo de fabricación de la maquina Life Training es de \$3.168.000 este resultado se da gracias al punto de equilibrio entere costos fijos y variables, pero la empresa por su exclusividad va dejar el precio final de \$3.500.000 para tener un porcentaje mayor de ganancia, también la empresa tendrá que vender como mínimo 10 maquina al mes.

Tabla 8. Balance general

Balance general			
Activo		Pasivo	
Activo corriente		Cuentas por pagar	4.000.000
Efectivo	30.000.000	Préstamos a corto plazo	
Cuentas por cobrar	35.000.000	Impuestos	
Inventario	17.680.000	Sueldos acumulados	11.700.000
Gastos pagados por anticipado		Total pasivo corriente	15.700.000

Life train

Total de activo corriente	82.680.000	Pasivos a largo plazo	
Activos fijos		Deudas a largo plazo	30.000.000
Inversión a largo plazo		Total, pasivo a largo plazo	30.000.000
Propiedad planta y equipo	11.500.000	Patrimonio	
Total de activo fijo	11.500.000	Inversiones del propi	48.000.000
Gran total de activos	94.180.000	Socios clave	480.000
		Total, patrimonio	48.480.000
		Total, pasivo + patrimonio	94.180.000

Los inversionistas del proyecto tendrá que hacer un aporte inicial de \$48.000.000 el socio clave \$480.000, se pedirá un crédito bancario de \$30.000.000 la nómina está estimada en \$11.700.000 y cuentas por pagar de 4.000.000 para un total de \$94.180.000 habiendo un equilibrio entre gran total de activos y total pasivos más patrimonio.

Tabla 9. VPN

VPN	
Valor inicial del negocio + flujo anual / 1 + tasa de descuento	\$ 514.180.001

Con el VPN (Valor presente neto) podemos tomar decisiones sobre el proyecto y su viabilidad. Estese es el valor presente de los flujos que se han proyectado a un año, lo que nos quiere decir que el proyecto tiene factibilidad para la inversión del mismo.

El medio por el cual se sacó la fórmula de TIR (Tasa interna de retorno) fue en Excel con la opción de TIR.

Tabla 10. TIR

TIR	
0	-94.180.000
1	35.000.000
2	35.000.000
3	35.000.000
4	35.000.000
5	35.000.000
6	35.000.000
7	35.000.000
8	35.000.000
9	35.000.000
10	35.000.000
11	35.000.000
12	35.000.000
	17%

Análisis de la tasa interna de retorno TIR

Esta tasa interna de retorno nos permite conocer el costo de oportunidad a futuro, se trata de comprar la tasa actual 0.5 con la tasa futura que me arroja el análisis TIR.

Para tomar la decisión se compra estos dos porcentajes y se observa que si la TIR resultante es mayor entonces se debe rechazar el proyecto y segundo si TIR es menor entonces el proyecto es viable y se puede desarrollar, tercero si TIR es igual a la tasa inicial entonces la decisión indiferente. Hay que tener encanta que la TIR se basa en estimaciones de rendimiento futuro las cuales pueden variar con el tiempo.

CAPITULO X: EVALUACIÓN DEL IMPACTO

Impacto ambiental: Life Training quiere indagar si es posible encontrar los materiales en lugares correspondientes a su reciclaje, como el hierro donde reciclan metales, si es posible que algunos refuerzos sean con goma de llanta y diversos materiales que se puedan acoplar a la máquina sin que se dañe su estética y diseño, pero siempre al cuidando el medio ambiente y conservando material que aún se puede reciclar.

Life train

Impacto tecnológico: El uso de esta nueva máquina para entrenar cuerpo completo genera una adaptación del cliente hacia el acondicionamiento físico para la salud, Life Training, siendo una marca de entrenamiento optó por el uso de la tecnología para acercarse a la población sedentaria, entre más ergonómica sea la máquina el cliente que decida comprarla va estar a gusto y satisfecho con el producto ya que es fácil la ejecución de los ejercicios y su esfuerzo aparece intermitentemente.

Impacto social: Nuestra maquina Life Training tiene como objetivo impactar la vida de cada usuario que la adquiera y de esta manera empezar a cambiar más vidas en la sociedad debido a que los servicios que ofrecemos son tan completos y cómodos de adquirir, la sociedad por estos días pasa una grave crisis donde el sedentarismo perjudico a muchas personas, debido a esto queremos que Life Training tenga una excelente acogida por todos nuestros excelentes clientes.

Impacto económico: Debido al magnífico precio de Life Training, se empieza a ver el impacto ya que es un producto que es económico para todas las prestaciones que va a brindar, esto para nuestros usuarios es una gran ventaja ya que les estamos brindando economía y calidad a la vez.

LIENZO DEL MODELO DE NEGOCIO (CANVAS)

Figure 9. Lienzo Canvas



REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Consejo Privado de Competitividad. (2020). Índice de Competitividad de Ciudades 2020. Recuperado de: <https://compite.com.co/proyecto/indice-de-competitividad-de-ciudades-2020/>

Constitución Política (1991). Constitución Política de la República de Colombia. Recuperado de: <https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>

Herrera Lascano, P.R. (2011). DISEÑO Y CONSTRUCCIÓN DE UNA MÁQUINA DE GIMNASIO PARA REALIZAR RUTINAS DE EJERCICIOS CON FUERZA RELATIVA. *repositorio.pucesa.edu.ec*. Recuperado de: <https://repositorio.pucesa.edu.ec/bitstream/123456789/709/1/80098.PDF>

Life train

Ley 729 de 2001 (31 de diciembre). Recuperado de:

https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Ley_0729_de_2001.pdf

Ley 1562 11 de Julio de 2012. Recuperado de:

<https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Ley-1562-de-2012.pdf>

Ley 1355 de 2009 (octubre 14). Recuperado de:

<https://docs.colombia.justia.com/nacionales/leyes/ley-1355-de-2009.pdf>

Ley 181 de enero 18 de 1995. Recuperado de:

https://puntodis.com/wp-content/uploads/2015/12/LEY-181-DE-1995_archivo_pdf.pdf

Markham, M. J. (2020). Coronavirus y COVID-19: Qué deben saber las personas con cáncer. Cancer.net. Recuperado de: <https://www.cancer.net/es/blog/2020-08/coronavirus-y-covid-19-qu%C3%A9-deben-saber-las-personas-con-c%C3%A1ncer>

Ministerio de Salud y Protección Social. (2018). Encuesta Nacional de la Situación Nutricional ENSIN 2015. Recuperado de: <https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/VS/ED/GCFI/ensin-colombia-2018.pdf>

Muñoz M.J & Zapata A.M. (2012). Plan de negocio: Unidad deportiva: servicios de gimnasio en casa. *repository.udem.edu.co*. Recuperado de: <https://repository.udem.edu.co/handle/11407/324>

Organización Mundial de la Salud. (2020). Recomendaciones mundiales sobre la actividad física para la salud. Recuperado de: https://www.who.int/dietphysicalactivity/factsheet_recommendations/es/

Life train