

**NOMBRE ESTUDIANTES:** Jerson Solano- Daniel Rodríguez y Daniela Toledo

**DOCENTE DIRECTOR:** Luis Alejandro Díaz Sabaleta

**NOMBRE EMPRESA:** Grandpa's GYM

**LOGO:**



**SLOGAN:** *“Porque la mejor medicina, es la actividad física”*

## **INTRODUCCIÓN**

La actividad física y cada uno de sus componentes debe ser parte importante de las vidas de cada persona, haciendo que no solo la persona encuentre un buen estado físico sino que también gracias a estas actividades, nos ayudan a prevenir algún tipo de lesión o de padecimiento que afecte directamente a nuestra salud, por esta razón la Organización Mundial de la Salud (OMS) en su documento publicado en el 2004 llamado “Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud” nombra como uno de sus objetivos la prevención de enfermedades crónicas no trasmisibles y teniendo como base de esta prevención la actividad física, también el Ministerio de Salud de Colombia en su página oficial tiene un documento llamado “Decálogo de la Actividad Física” donde recomienda a las personas a realizar actividad física en unos tiempos e intensidades donde lleguen a beneficiar a las personas y llegar a tener una mejor vida.

Teniendo en cuenta estas recomendaciones, programas y documentos se evidencia la importancia de la actividad física pero en los documentos se habla de las personas en general pero no especifican en las personas de tercera edad o adulto mayor, por eso se encuentra la necesidad de generar un espacio donde esta población pueda practicar y aprender cómo realizar ejercicio y actividad física teniendo como enfoque principal mejorar las capacidades físicas por medio del entrenamiento físico y la recreación . Se ofrecerán oportunidades recreativas para personas con las siguientes lesiones: Deterioro de la fuerza muscular, artritis, deterioro pasivo de los rangos de movimientos, etc. Buscando así que las personas que quieran entrenar pero se ven limitadas por alguna lesión, puedan venir al gimnasio y encontrar una manera más lúdica de entrenar y

divertirse por medio de actividades recreativas que no generen como principal factor la fuerza.

## **IDEA DE NEGOCIO**

Nuestra empresa (gimnasio para el adulto mayor) es una empresa de servicios de entrenamiento físico enfocados en el adulto mayor que tiene como objetivo mejorar las capacidades físicas de los alumnos. Instruyéndolos formándolos y capacitando a seguir un entrenamiento adecuado para mejorar los hábitos de vida. Nuestra empresa se caracteriza por entrenar a los adultos de la localidad de Fontibón en el barrio Ciudad Salitre de la ciudad de Bogotá, con el ánimo de fortalecer la práctica del ejercicio físico en esta población y posicionarlo como uno de los hábitos insignia y de mayor importancia en los adultos, ya que esta población ha demostrado verse afectada por no saber llevar el uso del tiempo libre, por lo tanto nosotros queremos brindarle la opción de practicar el ejercicio de una manera propia para crear un hábito de vida saludable.

Se prestara el servicio de actividad y ejercicio físico basado en el ofrecimiento de clases grupales; donde se ofertaran clases de rumba, gerontospining, y clases de gimnasio individuales; clases como fortalecimiento en máquinas y clases de entrenamiento funcional con trx, fitball, teraband, Etc.

## **DEFINICIÓN DE PROBLEMA**

Bogotá es la ciudad Colombiana más poblada en el país, Está constituida por 20 localidades y es el epicentro político, económico, administrativo, industrial, artístico, cultural, deportivo y turístico del país por lo tanto buscamos encontrar sus necesidades en lo que acontece al ejercicio y actividad física para la ciudad. De esta manera según las fuentes consultadas, aun no existe en la ciudad un gimnasio especializado solamente en el adulto mayor, por lo que hemos decidido crear un espacio en el cual se especialice en esta población, de tal manera que este gimnasio será una especialidad en el adulto mayor y así impactaremos y crearemos curiosidad en esta población y otra para utilizar nuestro servicio.

## **MISIÓN**

El gimnasio para el adulto mayor es una empresa encargada de brindar bienestar físico, mental y social a la población de la localidad de Fontibón y demás personas interesadas, en el medio de Bogotá; ofreciendo los servicios necesarios para la realización exitosa, de

programas de acondicionamiento físico para la salud, con un sello de alta calidad, garantizando por medio de un equipo de trabajo, altamente calificado en sus respectivas funciones; generando espacios saludables que beneficien a la población del adulto mayor logrando bienestar y eficacia en el desempeño de la vida diaria.

## **VISIÓN**

En el 2018 se visualizara para ser una de las empresas líderes en promover la salud y el bienestar a través de nuestro programa de acondicionamiento físico para el adulto mayor supervisado por un sistema grupal de frecuencia cardiaca; brindando confianza y seguridad, siendo constantes innovadores y seguir ofreciendo salud y bienestar a la población del adulto mayor, de la localidad de Fontibón, logrando comenzar a impactar a otras localidades como Usaquén, Engativá y Chapinero.

## **FUNDAMENTACIÓN HUMANISTA**

Teniendo como referente los contenidos propuestos por la vicerrectora general de la Universidad Santo Tomas por medio de la política curricular (2004) en la cual se deja explicito el ideal humanista que plantea la institución, se desarrolla la presente propuesta de negocio, en la cual se van a ver inmersos los diferentes objetivos que enmarcan de manera crucial el concepto de humanismo y la aproximación a una realidad más acorde al mismo.

De esta manera relacionamos la fundamentación humanista de la USTA. iniciando por el objetivo de poder comprender la vida humana y su realidad, ya que es precisamente el aporte que se quiere lograr con la población hombres y mujeres de la tercera edad, donde no solo se busca conseguir una posibilidad de negocio rentable: sino que a la vez poder comprender su entorno, su realidad de tal forma que se logre la identificación de las necesidades expuestas para poder así integrar el objetivo del humanismo que es precisamente posibilitar una vida digna y favorable para el ser humano en general.

Por otro lado y sin apartarse de los dos objetivos anteriores, buscar comprender una realidad, el poder desarrollar a plenitud el plan de negocio de forma ética y profesional y por último el poder relacionar o integrar el hacer con el enseñar ya con una intención humanista.

Acorde a lo dicho anteriormente, lo cual más que un ideal teórico que se encuentra en un documento escrito, es un plan de negocio real y evidente, donde el negocio contable prevalece en cuentas, pero el verdadero negocio el indiscutible valor se encuentra en su fundamentación y es precisamente la prestación de un servicio que ayudara a mejorar la calidad de vida de un grupo poblacional como lo son los adultos de la tercera edad, donde se difiere del negocio común porque no se trata de personas individuales sino que son nuestros padres o abuelos, y si no se cuida, no se aporta, no se cuestiona como reformar el proceso para ofrecer mejores condiciones tanto para la mujer adulta como para el hombre no seríamos humanistas de concepto y mucho menos de práctica. Por todo lo dicho este plan deja de ser tan solo eso para convertirse en una nueva vista, una proyección de lo que verdaderamente debe ser:

“Lo que es ser humano y poder tratar a un semejante de la misma manera”

En la construcción del presente proyecto se tiene en cuenta que la Universidad Santo Tomás “se inspira en el pensamiento humanista cristiano de Santo Tomás de Aquino, construido en el diálogo crítico entre razón y fe, que afirma la dignidad de la persona, fundada en la semejanza con Dios, la necesidad del desarrollo armónico de todas sus potencialidades, al tiempo que enfatiza su dependencia del Creador y su vocación trascendente y social”<sup>1</sup>. El hombre trasciende en la medida que proporciona un espacio para sí mismo donde reflexiona sus acciones y las enriquece con el tiempo gracias a la maduración y estructuración de las mismas, de acuerdo a la creación de estas acciones constantemente buscan mejorar su entorno; el ser humano es trascendental debido a que es el único que deja historia, deja huella de todos los cambios que ha desarrollado durante el transcurso de su evolución mediante diferentes medios como lo es el dibujo, la escritura, el lenguaje y en este caso el ser persona emprendedora en la creación de una empresa que no solo ayuda al desarrollo personal sino también social en el ámbito deportivo y social, dando así nuevos elementos que van ayudar al enriquecimiento de la humanidad.

Así mismo, con respecto a la empresa que se desea crear, un centro de acondicionamiento para hombres y mujeres de la tercera edad los principales objetivos de

---

<sup>1</sup>UNIVERSIDAD SANTO TOMAS. Política curricular programas académicos. Bogotá D.C.: Universidad Santo Tomás. 2004. [Citado el 16 de septiembre del 2013]. Disponible en internet <[www.usta.edu.co](http://www.usta.edu.co)>

esta es ayudar a los adultos mayores en este proceso tan trascendental para ellos en esta edad. Enfocando también en promover la formación de seres humanos integrales, con valores y principios, que por medio del deporte y el ejercicio, realicen cambios significativos en una comunidad sumida en la tecnología y que muchas veces deja de lado aspectos más importantes de la vida.

***La Universidad Santo Tomás, dentro de los contenidos profesionales, ofrece una formación integral que permite al estudiante reconocerse a sí mismo como ser humano, con una tarea específica para realizarse como persona y crear unas relaciones más humanas y justas con el entorno natural y social.***

El ser humano cuando adopta una **actitud reflexiva** frente a sus actos, reconociéndose a sí mismo como “alguien” que interpreta y comprende su mundo, y que respeta y acepta como legítimo otro a quien convive con él; **es más eficiente** en su desempeño profesional, en cualquiera de las áreas en las que actúa, porque transforma positivamente su mundo laboral, familiar y personal. Y si logra lo anterior, tiene el terreno abonado para **crear espacios de cooperación, solidaridad, convivencia y compromiso** desinteresado

Desde el Área de Humanidades se ha variado la estructura y dinámica de las cátedras de formación básica Institucional, de manera que den respuesta a la Modalidad Abierta y a Distancia, de la siguiente manera:

<b>Dimensiones de la persona humana</b>		<b>SENSIBILIDAD</b>		<b>INTELIGENCIA</b>		<b>RAZÓN</b>	
		<b>SER</b>		<b>SABER</b>		<b>OBRAR</b>	
		<b>VER</b>		<b>JUZGAR</b>		<b>ACTUAR</b>	
<b>Ejes Articuladores</b>		<b>Formación Espiritual</b>		<b>Formación Intelectual</b>		<b>Formación Moral</b>	
<b>Ámbitos de la formación</b>	Filosofía a Instituci	Antropol ogía	Cultura Teológica	Epistemo logía	Filosofía Política	Ética	Cátedra opcional

<b>ión</b>	onal						
<b>Contenidos</b>	Formación humana y cristiana tomista y PEI	Persona humana y formación integral	Dialogo fe, razón y realidad	Pensamiento disciplinar y pensamiento metódico, crítico y creativo tomista	Formación integral y bien común	Valores cristianos y dignificación de la persona humana	Humanismo y cultura contemporánea
<b>Núcleo problemático</b>	¿Cuál es la concepción humana que propone la formación integral de la USTA?	¿Cuáles son los referentes antropológicos de la concepción humanista tomista?	¿Cuáles son los referentes teológicos de la concepción humanista tomista?	¿Cómo se relacionan las características fundamentales del modo de saber humanista tomista con el saber disciplinar del Programa?	¿Qué implicaciones políticas trae consigo la perspectiva humanista tomista?	¿Qué implicaciones éticas y axiológicas trae consigo la perspectiva humanista tomista?	¿Cómo se puede implementar la perspectiva humanista tomista en la cultura contemporánea?
<b>Contexto</b>				Exigencias de la vida humana Problemática y necesidades de la sociedad y			

		del país.	
<b>Ciclos</b>	<b>Básico</b>	<b>Profundización</b>	<b>Innovación e investigación</b>

## **POLITICAS**

El gimnasio para el adulto mayor es una empresa que se preocupa de manera consecutiva día tras día por mejorar los servicios de alta calidad, conociendo entrenamiento tras entrenamiento las necesidades que hay, en cada uno de los clientes con el pasar del tiempo. Somos especialistas y profesionales en el área de entrenamiento físico para la salud del adulto mayor en la ciudad de Bogotá.

Nuestro principal objetivo está enfocado a la plena satisfacción de los clientes con la atención y el servicio recibido

EL Gimnasio se enfoca en el cuidado del medio ambiente, ya que es un elemento indispensable para nuestra actividad social.

El compromiso que presenta la empresa por medio de sus empleados es con el fin de mejorar la calidad día tras día, fomentándolos con motivación, formación y desarrollo de los empleados de la organización.

Los puestos de trabajo en la empresa son de carácter poli funcional; todos los trabajadores estarán dispuestos a cumplir una actividad para la que esté debidamente capacitado.

Brindar trato justo y esmerado a todos los clientes, en sus solicitudes y reclamos considerando que el fin del gimnasio es el servicio a la comunidad.

Mantener una sesión mensual, a fin de mantenernos actualizados

## **VALORES EMPRESARIALES**

Los siguientes, son los valores que regirán el funcionamiento operativo, humano, administrativo y social de la empresa y que permitirán la prestación de un servicio adecuado y de un proceso empresarial interno y externo de gran eficiencia.

- Calidad

Servicio y atención de calidad con este tipo de población donde queremos que se sientan especiales.

- Puntualidad

Puntualidad como principio que rige toda acción dentro del gimnasio y su tiempo de desarrollo y así no tener mayor inconvenientes.

- Disciplina

La disciplina laboral por parte de los instructores, personal de planta y aseo como factor fundamental del camino hacia el éxito.

- Compromiso

El compromiso y responsabilidad con nuestra labor, nuestra misión y nuestros clientes es fundamental.

- Sentido de pertenencia

Además de cada trabajador, cada cliente al pertenecer a nuestra empresa, debe ser motivo de orgullo y satisfacción para quién desempeñe una labor dentro de la misma y haga parte de nuestro servicio.

## **MARCO REFERENCIAL**

La empresa que se quiere crear, es un gimnasio que preste servicios físicos deportivos a la población de la tercera edad. En la actualidad son pocos los centros enfocados únicamente a esta población en Bogotá; por tal razón se deben seguir ciertos parámetros legales, que en función de los servicios ofrecidos cumplan con toda la normatividad desde el punto de vista de constitución empresarial.

A continuación se mencionaran aspectos con el fin de dar cumplimiento a las leyes de creación y establecimiento de empresas; mediante reglamentos que se deben cumplir

ante los entes de control del estado. Los requisitos de ley que se deben presentar ante la Cámara de Comercio de Bogotá con el objetivo de realizar la constitución legal son:

El primer paso en Cámara de Comercio es presentar el original del documento de identidad para realizar el registro como persona jurídica, se debe anexar el formulario del registro único tributario RUT y la caratula única empresarial. Por otro lado deben realizar algunas consultas que se pueden hacer de forma virtual, las cuales son: nombre del establecimiento, la actividad y el uso del suelo. Se deberá presentar el documento de constitución de la empresa; para el caso de esta empresa, sería una minuta de constitución la cual se realiza por documento privado bajo la figura de Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S. teniendo en cuenta los requisitos que se expresan en la ley 1258 de 2008. Posterior a esto se debe llevar a cabo el diligenciamiento de formularios como el Formulario Registro Único Empresarial y Social (RUES) y el Formulario Adicional de Registro con otras Entidades. Para finalizar el proceso se deben presentar la totalidad de los documentos descritos anteriormente en cualquier sede de la Cámara de Comercio de Bogotá cancelando los derechos de la Matricula Mercantil.

Como ya se mencionó, esta empresa se constituirá por medio de la figura de Sociedad por Acciones Simplificada S.A.S. por esta razón adicionalmente se debe dar cumplimiento a los requisitos de ley y normativa vigente para la creación de empresas mediante esta figura; teniendo en cuenta que “las Sociedades por Acciones Simplificadas pueden constituirse por una o más personas, mediante documento privado en el cual se indiquen los siguientes requisitos: Nombre, documento de identidad y domicilio del accionista o accionistas, razón social seguida de las palabras: sociedad por acciones simplificada o S.A.S., duración (puede ser indefinida), enunciación de actividades principales, cualquier actividad comercial o civil lícita, capital autorizado, suscrito y pagado, forma de administración, nombre, identificación de los administradores”. Obtenido de (Cámara de Comercio de Bogotá).

Adicionalmente ya para la creación formal del centro de acondicionamiento existen leyes, en las cuales se debe regir esta empresa por el tipo de población a la cual se le está brindando el servicio

La ley 1014 de 2006, lo que busca es promover y desarrollar la investigación en Colombia, lo que es de suma importancia para el crecimiento tanto local, regional y del país, esta ley provoca que se involucre directamente la educación y más concretamente la

educación universidad que juega un papel primordial en donde se debe desarrollar la formación y competencias necesarias de estudiantes con un espíritu emprendedor, esto fomentara personas mucho más competitivas en las empresas, profesionales altamente calificados que brinden respuestas a los diferentes desafíos en los distintos campos de nuestra sociedad, de esta manera se reducirán poco a poco las tasas de desempleo y pobreza en nuestro país.

Las oportunidades de servicio y atención para esta población siempre son escasas por la dimensión de la problemática, pues aunque hay presencia de las instituciones, ésta se hace insuficiente por la solicitud.

Con esta propuesta se pretende llegar a las instituciones públicas o privadas de salud, y educativas para que contribuyan al desarrollo e implementación de este programa en los diferentes estratos socio económicos a nivel local para desarrollar actividades físicas diseñadas expresamente para mujeres embarazadas y no descuidar a la población femenina como lo expone la ley 060 de 2007.

Por último la ley 181 de 1995 que en su artículo 3° cuenta con unos objetivos, el numero 5 establece “Fomentar la creación de espacios que faciliten la actividad física, el deporte y la recreación como hábito de salud y mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar social, especialmente en los sectores sociales más necesitados”. (Ley 181).

Frente a la necesidad que se hace evidente año tras año la problemática del sedentarismo, obesidad y demás Enfermedades Crónicas No Transmisible (ECNT) nos parece un mercado muy amplio, el cual requiere de prontas soluciones para satisfacer estas necesidades de la población. De la misma manera resaltare el gusto por el entrenamiento e implementación de programas de entrenamiento y sus resultados, como también la experiencia adquirida académicamente y laboralmente, son para nosotros el fundamento de la presente propuesta de empresa.

Teniendo en cuenta la necesidad de la población, el gusto y la experiencia propia es pertinente conocer la normatividad vigente que se encuentra relacionada con el objeto del programa de entrenamiento y empresa.

LEY 181 DE 1995. (Artículo 81)

Por la cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física y se crea el sistema nacional del deporte.

Artículo 81. Las academias, gimnasios y demás organizaciones comerciales en áreas y actividades deportivas de educación física y de artes marciales, serán autorizados y controlados por los entes deportivos municipales conforme al reglamento que se dicte al respecto. Corresponderá al ente deportivo municipal o distrital, velar porque los servicios prestados en estas organizaciones se adecuen a las condiciones de salud, higiene y aptitud deportiva.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. CAPÍTULO 3. DE LOS DERECHOS COLECTIVOS Y DEL AMBIENTE. ARTICULO 78. VIGILANCIA A PRODUCCION, BIENES Y SERVICIOS.

La ley regulará el control de calidad de bienes y servicios ofrecidos y prestados a la comunidad, así como la información que debe suministrarse al público según comercialización. Serán responsables, de acuerdo con la ley, quienes en la producción y en la comercialización de bienes y servicios, atenten contra la salud, la seguridad y el adecuado aprovisionamiento a consumidores y usuarios.

El Estado garantizará la participación de las organizaciones de consumidores y usuarios en el estudio de las disposiciones que les conciernen. Para gozar de este derecho las organizaciones deben ser representativas y observar procedimientos democráticos internos.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. CAPÍTULO 2. ARTÍCULO 52. DEPORTE Y RECREACION.

El ejercicio del deporte, sus manifestaciones recreativas, competitivas y autóctonas tienen como función la formación integral de las personas, preservar y desarrollar una mejor salud en el ser humano.

El deporte y la recreación, forman parte de la educación y constituyen gasto público social. Se reconoce el derecho de todas las personas a la recreación, a la práctica del deporte y al aprovechamiento del tiempo libre.

El Estado fomentará estas actividades e inspeccionará, vigilará y controlará las organizaciones deportivas y recreativas cuya estructura y propiedad deberán ser democráticas.

LEY 232 DE 1995 (DICIEMBRE 26)

“POR MEDIO DE LA CUAL SE DICTAN NORMAS PARA EL FUNCIONAMIENTO DE LOS ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES”.

Artículo 1º Ninguna autoridad podrá exigir licencia o permiso de funcionamiento para la apertura de los establecimientos comerciales definidos en el artículo 515 del Código de Comercio, o para continuar su actividad si ya la estuvieren ejerciendo, ni exigir el cumplimiento de requisito alguno, que no esté expresamente ordenado por el legislador.

Artículo 2º No obstante lo dispuesto en el artículo anterior, es obligatorio para el ejercicio del comercio que los establecimientos abiertos al público reúnan los siguientes requisitos:

- a) Cumplir con todas las normas referentes al uso del suelo, intensidad auditiva, horario, ubicación y destinación expedida por la autoridad competente del respectivo municipio. Las personas interesadas podrán solicitar la expedición del concepto de las mismas a la entidad de planeación o quien haga sus veces en la jurisdicción municipal o distrital respectiva;
- b) Cumplir con las condiciones sanitarias descritas por la Ley 9ª de 1979 y demás normas vigentes sobre la materia;
- c) Para aquellos establecimientos donde se ejecuten públicamente obras musicales causante de pago por derechos de autor, se les exigirá los comprobantes de pago expedidos por la autoridad legalmente reconocida, de acuerdo con lo dispuesto por la Ley 23 de 1982 y demás normas complementarias;
- d) Tener matrícula mercantil vigente de la cámara de comercio de la respectiva jurisdicción, y
- e) Comunicar en las respectivas oficinas de planeación o, quien haga sus veces de la entidad territorial correspondiente, la apertura del establecimiento.

NOTAS: 1. El artículo 47 del Decreto 2150 de 1995 señala los mismos requisitos contenidos en la norma que se acaba de transcribir y agrega la obligación de cancelar los impuestos de carácter distrital o municipal.

2. El literal c) del artículo 2º de la Ley 232 de 1995 fue declarado exequible, "en el sentido que también deberá exigirse el comprobante de pago en aquellos casos en que los autores acojan formas de asociación distintas a la gestión colectiva, o realicen sus reclamaciones en forma individual".

Artículo 3º En cualquier tiempo las autoridades policivas podrán verificar el estricto cumplimiento de los requisitos señalados en el artículo anterior.

Artículo 4º El alcalde, quien haga sus veces, o el funcionario que reciba la delegación, siguiendo el procedimiento señalado en el libro primero del Código Contencioso Administrativo, actuará con quien no cumpla los requisitos previstos en el artículo 2º de esta ley, de la siguiente manera:

1. Requerirlo por escrito para que en un término de 30 días calendario cumpla con los requisitos que hagan falta.

2. Imponerle multas sucesivas hasta por la suma de 5 salarios mínimos mensuales por cada día de incumplimiento y hasta por el término de 30 días calendarios.

3. Ordenar la suspensión de las actividades comerciales desarrolladas en el establecimiento, por un término hasta de 2 meses, para que cumpla con los requisitos de la ley.

4. Ordenar el cierre definitivo del establecimiento de comercio, si transcurridos 2 meses de haber sido sancionado con las medidas de suspensión, continúa sin observar las disposiciones contenidas en la presente ley, o cuando el cumplimiento del requisito sea imposible.

Artículo 5º Los servidores públicos que exijan requisitos no previstos ni autorizados por el legislador, incurrirán por ese solo hecho en falta gravísima, sancionable conforme a las disposiciones previstas en el código único disciplinario.

LEY 729 DE 2001. (DICIEMBRE 31).

Por medio de la cual se crean los Centros de Acondicionamiento y Preparación Física en Colombia.

Artículo 1°. Créase los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físico, CAPF, Municipales o Distritales.

Artículo 2°. Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físico, CAPF, son establecimientos que prestarán un servicio médico de protección, prevención, recuperación, rehabilitación, control, y demás actividades relacionadas con las condiciones físicas, corporales y de salud de todo ser humano, a través de la recreación, el deporte, la terapia y otros servicios fijados por autoridades competentes y debidamente autorizados, orientados por profesionales en la salud, que coordinarían a licenciados en educación física, tecnológicos deportivos y demás personas afines que consideren que el tratamiento o rehabilitación de la persona (s) se realice en los CAPF.

Artículo 3° Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físico, CAPF, serán autorizados y controlados por los entes deportivos municipales y distritales conforme al reglamento que se dicte al respecto.

Artículo 4° Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físico, CAPF, deberán contar con las instalaciones adecuadas para la realización de los diferentes programas. Cada una de sus áreas poseerá la implementación necesaria para el desarrollo de los mismos, previstos de servicio médico, fisioterapéutico, nutricional y demás servicios que las autoridades soliciten para su funcionamiento.

Artículo 5° Corresponde al ente deportivo municipal o distrital velar porque los servicios prestados en estas organizaciones se adecuen a las condiciones de salud, higiene y aptitud deportiva, atendidas por personal altamente capacitado, médico, nutricionista, fisioterapeutas, educadores, físicos, licenciados o tecnólogos en deporte y educación física entre otras y con una implementación diseñada técnicamente para este fin; los usuarios de los CAPF recibirán servicios de salud como: Prevención, atención, recuperación, rehabilitación y control. La vigilancia y control de los servicios, convenios, contratos, títulos y demás circunstancias afines en materia de salud se prestará por la respectiva Secretaría de Salud Municipal o Distrital o quien haga sus veces; se pasará a los entes deportivos municipales o distritales para que pueda expedir las certificaciones que acrediten su funcionamiento permanente. En cualquier incumplimiento certificado por

los organismos de salud para la prestación del servicio médico acarreará las sanciones establecidas en la legislación nacional o la imposibilidad de que los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físico, CAPF, presten su servicio.

En cualquier momento podrán las Secretarías de Salud o quien haga sus veces en el respectivo municipio realizar las visitas de control para supervisar que se preste eficientemente el servicio médico.

Artículo 6° Las actividades desarrolladas por los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, se entenderán como servicio médico siempre y cuando estén relacionados con la rehabilitación, prevención, atención, recuperación y control de las personas debidamente remitidas por profesionales de la salud.

Artículo 7° Podrán los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, celebrar convenios y contratos con hospitales, EPS, IPS, ARS y entes territoriales en programas encaminados a la prevención, rehabilitación y control de salud.

Artículo 8° Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, podrán asociarse para buscar representación nacional y participar en temas de salud y deporte.

Artículo 9° Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, podrán recibir los beneficios que en materia deportiva se establezcan en Colombia.

Artículo 10° Los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, están autorizados para atender programas sociales a bajo costo para pensionados o grupos de tercera edad debidamente asociados y autorizados por los entes deportivos municipales para llevar control o prevención en salud. Se deberá hacer evolución médica interna sin ningún costo y elaborar el programa a seguir.

Este programa social se entenderá como parte del servicio médico que los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, prestarán.

Artículo transitorio. Podrán mientras se reglamenta esta ley autorizarse el funcionamiento temporal de los Centros de Acondicionamiento y Preparación Físicos, CAPF, con la presentación de los documentos requeridos por las autoridades respectivas y los requisitos de los entes deportivos, municipales y distritales.

Después de primer año de vigencia de esta ley y su reglamentación solo podrán funcionar con el lleno total de los requisitos exigidos.

Artículo 11° La presente ley rige a partir de la fecha de su promulgación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

Se tiene entonces definido el marco legal que le compete a los establecimientos de comercio, que se constituyen como gimnasios, basándose en la las leyes 181 DE 1995 en su artículo 81, ley 232 de 1995, ley 729 de 2001, y fundamentadas en los artículos 52 y 78 de la constitución política colombiana del año 1991.

### **SEGMENTOS DE MERCADO:**

Bogotá es la ciudad Colombiana más poblada en el país, Está constituida por 20 localidades y es el epicentro político, económico, administrativo, industrial, artístico, cultural, deportivo y turístico del país por lo tanto buscamos encontrar sus necesidades en lo que acontece al ejercicio y actividad física para la ciudad. De esta manera según las fuentes consultadas, aun no existe en la ciudad un gimnasio especializado solamente en el adulto mayor, por lo que hemos decidido crear un espacio en el cual se especialice en esta población, de tal manera que este gimnasio será una especialidad en el adulto mayor y así impactaremos y crearemos curiosidad en esta población y otra para utilizar nuestro servicio.

Perfil demográfico: Se dirige a personas de la tercera edad.

Las ventajas de este perfil en que son personas necesitadas de un espacio para ellos realizar cómodamente sus ejercicios, que presentan gusto, placer e interés por hacer las cosas. Y Está diseñado atraer clientes con capacidad económica alta.

Perfil Socio Económico: Se dirige a personas con un estrato socio económico: 4 a 6

Las ventajas de este perfil es que las personas, quienes generalmente viven en este sector de Bogotá poseen los recursos económicos para pagar este tipo de servicio para ellos.

Y como desventaja presenta que es más difícil satisfacer los deseos y necesidades de esta población y que los arriendos y servicios públicos son más elevados

Nuestra estrategia de mercado:

Campaña de lanzamiento del Gimnasio para el Adulto mayor, Publicidad exterior en conjuntos residenciales, centros comerciales, zonas aledañas la cual involucra posters, postales en las redes sociales (instagram, twitter, Facebook o directamente con la página web) y folletos.

De esta manera realizar una campaña de lanzamiento del gimnasio nos permitirá que los trabajadores y residentes de las zonas se acerquen y conozcan la empresa.

#### Ubicación geográfica

- Ciudad: Bogotá D.C. (Colombia)
- Dirección: Cr69 B # 25-45
- Barrio: Ciudad Salitre

#### Zonas de acceso público:

- Parque temático Maloka
- Centro Comercial Salitre Plaza
- Hotel Internacional Marriot.
- Hotel Capital
- Periódico EL TIEMPO.
- Terminal de Transporte Salitre
- Estación de Transmilenio Av Rojas

### **PROPUESTA DE VALOR**

el Gimnasio para el Adulto Mayor busca incrementar el desarrollo de ejercicio físico en personas de la tercera edad gracias a que no solo en los últimos años si no en el transcurso del tiempo estas personas han en gran parte excluidas de todo tipo de actividades, de tal manera que la ciencia ha experimentado que trabajar con personas de estas edades logra llenar es cambiar la visión del mundo, eso gracias a eventos importantes de carácter nacional e internacional que se han desarrollado y donde se ha incluido a esta población, de esta manera han contribuido al desarrollo y difusión de una gran cantidad de actividades las cuales han facilitado que las personas de la tercera edad desarrollen sus habilidades y las posibilidades de ser deportistas, ya sean aficionados o elite.

Al encontrar esta realidad y la gran cantidad de adultos mayores que se pueden ubicar en las distintas localidades de la ciudad y además de la clara necesidad de una adaptación a las actividades físicas en función de sus patologías y/o situación en particular se hace necesario que hayan profesionales capacitados en el adecuado manejo de dichas personas teniendo como enfoque principal no sólo enseñar o entrenar a las personas con alguna dolencia sino también adaptar cada una de las actividades a cada situación en particular que se presente.

Por eso el Gimnasio aparece como la mejor herramienta para adaptar e involucrar a las personas de edades mayores en la práctica de actividad física ya que, el gimnasio contará con actividades base para cualquier actividad deportiva o física y el tener los fundamentos para la correcta realización de éste hace que se mejore en todos los deportes que se quieran realizar posteriormente, por estas razones es importante tener en cuenta que seremos una empresa la cual buscará formar a esta población en este ámbito llevándolos a tener ya sea un conocimiento para que tengan las herramientas necesarias para su diario vivir como para llegar a competir en los diversos eventos distritales o nacionales que se presenten.

Además de lo anterior también será de gran ayuda el conseguir contactos y alianzas con diferentes empresas, fundaciones, poder realizar convenios en los cuales esta población se capacite y mejore el rendimiento de cada uno de las personas o deportistas.

## **1. CANALES**

Dentro de un modelo de negocios en el libro canales de negocio se define los canales como: “Una manera de pensar, una manera de formar nuevas conexiones con los clientes del gimnasio es la esencia del modo cómo interactúan los clientes y el negocio, es todo lo que encierra el cómo y el dónde las personas compran un producto o servicio y como y donde utilizan ese producto o servicio” (Wheeler, Hirsh. 2005), es entonces importante darle esta definición antes de empezar a desmenuzar lo que pretende la empresa dar a conocer.

### **Tipos de canales**

El Gimnasio para el Adulto Mayor deberá tener métodos para poder dar a conocer a las diferentes personas el servicio que ofrece y por eso deberá utilizar diferentes tipos de

canales por los cuales se de la información correspondiente a nuestros servicios, estos dos tipos de canales serán físicos y virtuales.

**Físico:** Se dará la información respectiva a los servicios que el gimnasio ofrece, teniendo como herramientas carteleras en los parques barriales, alcaldía local y en otros sitios principales de la ciudad, en este canal se expondrá quienes somos y la divulgación de los programas, horarios, lugar y costos que manejan.

**Virtual:** Se hará publicidad en redes sociales, Facebook, twitter y otras; también se dará información a través de la página web donde se proporcionara toda información básica y específica del gimnasio, como la misión, visión, horarios, lugar de trabajo, requisitos para la inscripción, respectivos costos e información requerida de contacto con entrenadores.

### **Fases de los canales**

#### **Percepción ¿cómo elevamos la percepción acerca de los servicios?**

Se realizara publicidad por medio de volantes y carteleras que se pondrán, inicialmente, en los diversos parques barriales, para que la propuesta de valor llegue a los usuarios potenciales del gimnasio. Para esto se utilizaran como mecanismos la venta directa, por medio de referencias personales, oferta del servicio a diferentes grupos de interés (colegios, fundaciones, entre otros). Para cumplir con esto también se establecerá un punto de venta directa, donde se realizaran las respectivas inscripciones.

Toda la información de nuestros servicios también se ofrecerá de forma virtual y así también llegar a diferentes lugares de la ciudad esto con el fin de empezar a expandir nuestros horizontes y ampliar la cantidad de personas dentro de la empresa “Gimnasio para el Adulto Mayor”.

En las diversas publicaciones la información que se divulgará corresponde al lugar de entrenamiento (barrio ciudad salitre), las clases que se van a dictar y esquemas de entrenamiento, requisitos para inscripción y sus respectivos costos, entre otros datos.

Todo el proceso de imagen y de comercialización de la misma es parte importante para que se maneje una mejor publicidad y poder recordación en las personas interesadas en el servicio. Para este proceso de imagen del gimnasio, se tendrá un logo, un slogan y una página web para que las personas entren e indaguen acerca de la gimnasio y obtengan la información necesaria.

## **Evaluación ¿Cómo ayudamos a nuestros clientes a evaluar la proposición de valor de nuestra organización?**

También se debe tener en cuenta como nuestros clientes nos evaluarán, por esto se genera un canal de evaluación donde se tendrá contacto directo con los clientes haciendo que ellos evalúen nuestro servicio y así haciendo que nosotros, como empresa, mejoremos nuestros procesos internos y nuestras metodologías y todo con el objetivo de mejorar para la satisfacción de nuestros clientes. Este contacto será por medio de encuestas de satisfacción que se les presentara a nuestros clientes de una forma periódica para que se conozca lo que ellos piensan, necesitan y se puede mejorar.

## **Compra y entrega**

El gimnasio tendrá una forma clara de venta y de entrega de su servicio a sus respectivos clientes, esto se realizara de una forma física ya que para adquirir el servicio que se ofrece los clientes tendrán que acercarse a la oficina que se establezca y ahí llevar el proceso de compra del servicio y para la entrega del mismo también será de una forma presencial ya que las clases que se dan son de carácter presencial.

## **Post-venta ¿cómo proveemos soporte post-venta a nuestros clientes?**

Se puede llegar a proveer por medio de informes de avance a cada persona que está trabajando dentro del gimnasio para el adulto mayor, se realizara por medio de cada profesor que esté a cargo en cada uno de los grupos, haciendo que el proceso de aprendizaje de cada uno de los asistentes este controlado y se pueda revisar los diferentes cambios que ha tenido el usuario. También es importante tener en cuenta que cada docente deberá presente la necesidad de cada cliente dando a conocer que pretende en cada una de las sesiones y como las desarrollara, planteando objetivos claros, métodos y metodologías para cada una de sus clases, eso también sirve como soporte por parte de la empresa para que los clientes tengan claro que servicio recibirán, como lo obtendrán y así se puedan ver los posteriores resultados.

## **2. RELACIONES CON EL CLIENTE**

La relación con el cliente se dará de forma personal, en donde habrá interacción directa entre empresa-cliente. También se propone una manera diferente de comunicación a la directa, esa comunicación entre la empresa y el cliente será de manera virtual y a distancia. Así que, la interacción con el cliente va a influenciar para que adquiera el

servicio y haga uso del mismo, y para que exponga tanto los aspectos positivos como los aspectos por mejorar.

A continuación se presentan 4 aspectos fundamentales para la relación con el cliente y la adquisición del servicio:

- Captación de clientes. Esta relación se da de manera directa y personal, en donde se dará explicación del servicio y sus beneficios.
- Fidelización. Se prestara atención personal y virtual. El cliente hace uso del servicio y expone sus ideas para mejorar la calidad del servicio, y evidencia su nivel de satisfacción y así mismo se mantenga una relación constante con el mismo.
- Estimulación de ventas. Será una relación personal y automatizada en donde la venta del servicio será la interacción con el cliente y se explicará cuáles son los beneficios que puede obtener si continua adquiriendo el servicio.
- Asistencia Personal Exclusiva. Relación donde se interactúa con un cliente únicamente. Esta relación se genera para dar información del servicio que se presta, para planteamiento de puntos de vista, para quejas y sugerencias, para asesoría y capacitación.

Es prioridad tener una excelente relación con el cliente para fidelizarlo, porque la satisfacción del cliente permitirá favorecer la imagen del gimnasio haciendo de éste un espacio llamativo y así aumentar la captación de clientes. Se manejará un tipo de relación de asistencia personal exclusiva donde lo primordial es la persona con la que se trabaja para lograr satisfacer sus necesidades; el cliente mantendrá una comunicación constante con los que pertenezcan al gimnasio y así llevar a cabo una relación duradera. Incrementar su lealtad hacia el servicio que ofrece esta empresa, haciendo que se solidifique la misma.

En cuanto a la publicidad, se realizará publicación en la alcaldía de la localidad de Fontibón del servicio que se va prestar, la ubicación será en el barrio Salitre; información que será divulgada por medio de volantes, catálogos y folletos, además, se contará con una página oficial en internet de gimnasio para el adulto mayor que tendrá vínculo directo con la página oficial de la alcaldía de la localidad, adicional a esto se promocionará el gimnasio por medio de cuñas radiales dando a conocer los programas de rehabilitación,

entrenamiento físico y clases grupales que se ofrece logrando así abarcar la mayor cantidad de adultos mayores.

Realizar reuniones en la alcaldía de la localidad de Fontibón para mostrar la calidad de servicio que se va a prestar y dar a conocer los beneficios que trae a este tipo de población. Mostrando el conjunto de actividades y normas para que sea posible la participación de esta población. En el desarrollo del proceso de entrenamiento se llevará a cabo controles de cada persona con el fin de evaluar el rendimiento de cada adulto mayor, para categorizar en diferentes grupos dependiendo sus capacidades, de iniciación, intermedios y avanzados.

## **Ventaja de la propuesta**

Somos una empresa que se caracteriza por la atención especializada hacia el adulto mayor en cuanto al entrenamiento tanto físico como mental de esta población. Es así como nosotros entramos con una nueva propuesta al mercado y dándonos a conocer por querer ayudar de manera satisfactoria a dicha población brindando un servicio excepcional debido a la calidad de nuestro personal capacitado para ofrecer y guiar con los métodos y medios adecuados que esta población necesita para mejorar su calidad de vida.

Esta población se caracteriza por presentar un sin número de enfermedades que conllevan a tener una vida llena de tristeza y falta de salud, es por esto que, queremos demostrar que esta población no debe ser olvidada por quienes los rodeamos sino que por el contrario, es una población que nos deja un legado tan importante tanto a nivel personal como social, y es nuestro deber como profesionales ayudar a mejorar la calidad de vida del ser humano, y especialmente la calidad de vida del adulto mayor.

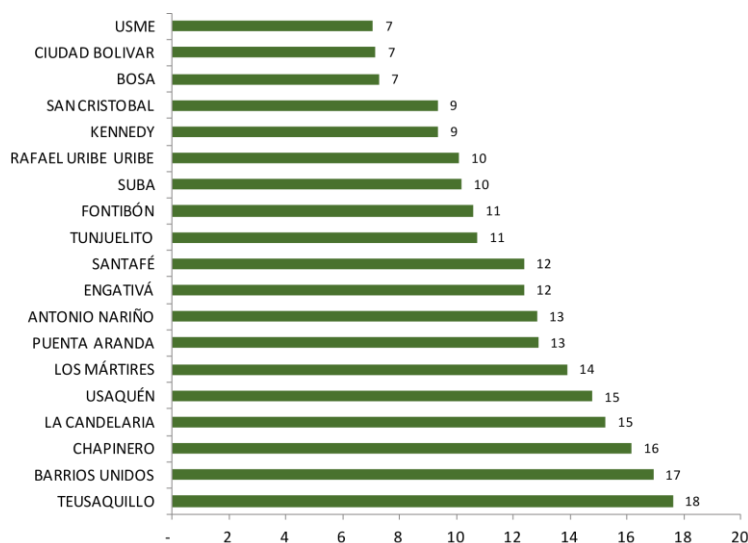
Nuestra ventaja en el mercado radica en que simplemente no existe un gimnasio que presta un servicio exclusivo a este segmento de mercado en un espacio en donde todo está completamente diseñado en espuma. Especializarnos en esta población tan difícil de tratar pero a su vez tan agradecida por saber que aún existen personas capacitadas y deseosas que querer ayudar a mejorar su condición de vida a través de la actividad física por medio de métodos que saltan lo tradicional y se enfoca en brindar un espacio lleno de alegría y un ambiente diseñado especialmente para ellos. Música, Bailes tradicionales,

Zona Cardiovascular, Zona de Fuerza, hará que esta población se sienta a gusto y que su ambiente sea de total agrado.

“En Bogotá, Según los datos del DANE; viven alrededor de 800 mil personas mayores de 60 años a 2014, de los cuales 43% son hombre y 57% son mujeres. Hace cinco años la población de la tercera edad representada 8,7% de la población de Bogotá hoy en día ese porcentaje es 10,3%, lo que muestra signos de un importante crecimiento dentro de un corto periodo de tiempo.

Este fenómeno demográfico no solo ocurre en la ciudad, también en las principales ciudades del país, Latinoamérica y el mundo en general. Según la Organización Mundial de la Salud (O.M.S.), en la actualidad existen aproximadamente 700 millones de personas mayores de 60 años en el planeta, y según estimaciones a 2050, esta población será de 2.000 millones de personas, es decir, más de 20% de la población mundial. A medida que la esperanza de vida crece, las recomendaciones de los organismos multilaterales es prestar mayor atención a las necesidades de las personas de edad y los problemas a que se enfrentan muchas de ellas”.

Gráfica 1. Proporción de personas mayores de 60 años respecto a la población total, por Localidades, Bogotá, 2014 (%)



Fuente: DANE- EMPB-2014.

Según la EMPB-2014, las localidades con mayor proporción de adultos mayores en Bogotá, son localidades ubicadas espacialmente en el centro de la ciudad. Como se

observa en la gráfica 1, la principal concentración de adultos mayores se ubica en Teusaquillo, Barrios Unidos, Chapinero y La Candelaria. Por su parte, Bosa, Ciudad Bolívar y Usme, son las localidades con menor proporción de población mayor respecto al total de su población.

Es por esto que reconocer donde vive nuestra población mayor en la ciudad es el principio para tomar acciones para afrontar todo tipo de problemáticas. Estas problemáticas en la población mayor pueden surgir de muchas aristas sociales, algunas producto de un proceso histórico vivido desde la edad adulta, y otras se configuran en la misma edad mayor: el abandono familiar, la falta de ingresos, el abandono estatal, carencia de ingresos y enfermedades crónicas, factores que pueden repercutir seriamente en problemas como la pobreza, indigencia, e incluso llegar a decisiones extremas como el suicidio.

Pensar en el adulto mayor parece no estar dentro de las prioridades de muchos hacedores de política pública. Por lo general, todo lo referente a esta población recae en las acciones emprendidas desde la política social y de caridad. Sin embargo, los efectos de un mal diseño de política económica en materia laboral y social en las nuevas generaciones repercutirán en la población mayor en unos años. Ser permisibles con modelos de flexibilización laboral, sin ningún criterio de protección social, causaría situaciones de pobreza, miseria e indigencia en un futuro no muy lejano; adicional a los enormes costos fiscales para el Estado.

## **Clientes potenciales (segmento de clientes) población**

### **Objetivo**

Población de la localidad de Fontibón, barrio Ciudad Salitre, en una zona residencial y a la vez comercial, donde se encuentran los estratos 4, 5, 6, en donde se trabajara con personas de ambos sexos a partir de los 60 años hacia adelante. Para determinar la población objetivo nos permitimos considerar la estadística del año 2014 del DANE (departamento administrativo nacional de estadística), en la cual nos informa que en la localidad de Teusaquillo hay mayor número de adultos pero no con el mismo poder adquisitivo que los que se encuentran en la zona de Ciudad Salitre y, por lo tanto, es la zona predilecta para llevar a cabo este proyecto.

Con base en lo mencionado anteriormente, se puede decir que esta población requiere que se establezcan programa de entrenamiento y actividad física, los cuales impactarán de manera tal que ayuden al cumplir o satisfacer la necesidad de esta población. A partir de lo mencionado, se determina que existe un nicho de mercado amplio y que puede suplir las necesidades de la misma. Se considera que el programa de entrenamiento se establece con el fin de atender a mínimo 15 personas por grupo y, por día se atenderían a 9 grupos, lo que permite decir que en un mes se realiza cátedra para 135 personas.

#### Características de la población

- Adultos mayores de ambos géneros
- Mayores de edad entre los 60 a 85 años
- Personas que se encuentren en obesidad en sobrepeso.
- Hipertensos
- Sedentarios
- Personas que han realizado ejercicio pero no han cumplido sus objetivos
- Personas que les gustan nuevos retos y están cansados del entrenamiento tradicional.
- Personas que quieren mantener un estilo de vida saludable
- Adulto mayor que quiera compartir en un espacio con los mismos de su generación.

#### Procesos

El programa de entrenamiento siempre estará supervisado por un profesional de la salud encargado de la clase, y no solo de la misma sino de las rotaciones que se vayan dando. Así mismo, quien dicte la clase estará en condiciones de brindar el mejor servicio especializado en esta población. Uno estará encargado de la zona cardiovascular y el otro de la zona de clase grupal, y de esta manera el adulto mayor tendrá la oportunidad de disfrutar de un entrenamiento específico para ayudar a cumplir sus objetivos pero sobre todo a mejorar su calidad de vida.

El tiempo de la rutina de ejercicio tiene una duración máxima de 90 minutos, los cuales están divididos de la siguiente manera: En la primera parte la persona realizará activación cardiovascular en la caminadora, elíptica, o bicicleta, esto, de acuerdo con sus capacidades físicas; y en la segunda parte, tendrá la oportunidad de estar en una de las

clases grupales que de prestan. Si la persona presenta patologías que impidan la asistencia a estas clases, habrá un profesional de la salud encargado de apoyar su rutina de manera individualizada.

## INGRESOS

Se generarán ingresos por medio de la suscripción de personas o fundaciones especializadas en el adulto mayor, ya que por este medio, la empresa recibirá ingresos por los servicios que se prestarán de acuerdo al número de participantes y usuarios pertenecientes a la localidad donde estará la empresa ubicada y sus alrededores.

<b>GYM- ADULTO MAYOR</b>					
<b>PROYECCIÓN DE LOS COSTOS DE OPERACIÓN</b>					
	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Gastos de personal	\$ 39.720.000	\$ 39.720.000	\$ 39.720.000	\$ 39.720.000	\$ 39.720.000
Jornales varios		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Mantenimiento Equipos	\$ 500.000	\$ 517.500	\$ 535.613	\$ 554.359	\$ 573.762
Mantenimiento Instalaciones	\$ 300.000	\$ 310.500	\$ 321.368	\$ 332.615	\$ 344.257
Servicios Publicos	\$ 4.800.000	\$ 4.968.000	\$ 5.141.880	\$ 5.321.846	\$ 5.508.110
Arriendos	\$ 24.000.000	\$ 24.840.000	\$ 25.709.400	\$ 26.609.229	\$ 27.540.552
Dotacion	\$ 200.000	\$ 207.000	\$ 214.245	\$ 221.744	\$ 229.505
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
Depreciación Operativa	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
<b>Total Costos</b>	<b>\$ 69.520.000</b>	<b>\$ 70.563.000</b>	<b>\$ 71.642.505</b>	<b>\$ 72.759.793</b>	<b>\$ 73.916.185</b>

NOMBRE DE LA EMPRESA O PROYECTO **GYM- ADULTO MAYOR**

PRODUCTOS O SERVICIOS Descripción	Nombre	DATOS ESTUDIO DE MERCADO	
		Precio de Venta	
PRODUCTOS O SERVICIOS	Afiliacion x 1 mes	\$ 200.000	
PRODUCTOS O SERVICIOS	Afiliacion x 3 meses	\$ 500.000	
PRODUCTOS O SERVICIOS	Afiliacion x 6 meses	\$ 900.000	
PRODUCTOS O SERVICIOS	Afiliacion x 12 meses	\$ 1.800.000	
PRODUCTOS O SERVICIOS	Masaje x sesion 60 min	\$ 30.000	

**Actual competencia para la empresa, con productos similares o complementarios que ofrecen.**

Caja de compensación Compensar, cuenta con un producto similar que lo llaman deporte especial atletismo en el adulto mayor, pero se tiene en cuenta que este deporte solo se practica un día a la semana, con un nivel intermedio, además de manejar diferentes precios al público dependiendo si son o no afiliados a la caja de compensación que presta este servicio

## RECURSOS CLAVES

**Físicos:** Materiales de óptima calidad, implementos para cada uno de los deportes que ofrece el gimnasio como: máquinas (caminadoras, trotadoras, elípticas entre otras) pelotas, lasos, pitos, aros, platillos, bandas elásticas, balones, raquetas, bicicletas, lasos, colchonetas, TRX, balones medicinales, bascula, pesas, carro de transporte para los implementos de cada clase o sesión. En cuanto al terreno se requiere el espacio donde la empresa ejecutara el gimnasio.

**Intelectuales:** Crear la marca empresarial que los clientes identificaran, la metodología que maneja la empresa de forma particular, con el debido conocimiento sobre cada una de las actividades, deportes y rutinas con variedades y la preparación adecuada de cada uno de los trabajadores y clientes para atender cordial, humana y profesionalmente, contamos así mismo con página web donde los clientes podrán encontrarnos con las mejores ofertas, los mejores paquetes de nuestra empresa con toda la información que llenara las expectativas de nuestros clientes.

**Humanos:** todos nuestros trabajadores están capacitados en los deportes y diferentes actividades que ofrece nuestra empresa GRANPA'S GYM en donde cada uno de ellos cumple con actualizaciones de información y los últimos métodos, ya que se requieren capacitaciones cada año para la mayor seguridad y satisfacción de los clientes. Por otra parte nuestras actividades se caracterizan por la innovación en cada una de las sesiones donde la creatividad es el elemento más importante, ya que ninguna de las sesiones es igual a otra debido a nuestro talento humano que se caracteriza por ser el mejor y el diseño mismo del programa.

**Económicos:** Para lograr una ganancia representativa, es de gran importancia que la inversión inicial en cuanto a calidad de elementos y presentación de la empresa sea lo mejor que se encuentre en el mercado, buena imagen empresarial y de sus instalaciones como la garantía de nuestras maquinas e implementos representaran reducción en gastos y aumentara la confianza de nuestros clientes, la empresa tendrá diferentes formas de pago como efectivo, en línea, crédito financiero y diferentes planes que ofrecemos con el objetivo de incentivar a los clientes y aumentar el número de sedes y clientes mayores clientes.

### 3. ACTIVIDADES CLAVES

- Acompañamiento y guía profesional personalizada: Tanto para nosotros como imagen y para el usuario por su salud y logro de sus objetivos. Es importante realizar un seguimiento continuo con personal experto capaz de tener una relación profesional con nuestros clientes. Para nosotros cumplir con los objetivos de los usuarios seguiremos pautas como: la toma del peso, grasa corporal, musculo, medidas, ritmo cardiaco, calorías ingeridas, entre otras. Estas por nombrar algunos puntos importantes y llamativos para la satisfacción dentro de la rutina de los usuarios.

- El Servicio del gimnasio: El horario de nuestro gimnasio será con apertura continua, facilitando así el acceso de las personas a su comodidad de tiempo y ocupaciones, con esto buscamos tener una mayor acogida no solo con la calidad de entrenamiento, si no con la atención indirecta que tendremos hacia ellos, contado también con acceso a ventas de refrigerios para su hidratación necesaria y la prestación de baños en buen estado para su uso.

- Contratación de personal calificado que venda el servicio de clases grupales musicalizadas: no siempre es bueno tener una monotonía en el entrenamiento, por eso nosotros para la población del adulto mayor y su distracción y diversión, contaremos con la contratación de personajes reconocidos en clases grupales y así

- El gimnasio ofrece periódicamente clases como rumba, esto sería en un tiempo de cada tres meses buscando y sea del agrado del usuario.

- Promoción 2x1, ofertas por temporada: En temporada de vacaciones donde las personas tienen otros planes presentes diferentes al ir a un gimnasio, El Gimnasio para el Adulto Mayor tendrá la promoción del 2x1, que implica pagar el entrenamiento para dos personas incluyendo todo.

- Implementos y Espacios: Muchas personas reconocen un buen o mal gimnasio no solo por sus entrenadores, sino por la maquinaria y espacios que este ofrece. Estas cosas están caracterizando últimamente a un gimnasio por ser bueno o malo. El gimnasio para el adulto mayor ofrece la variedad en máquinas para el trabajo de musculación y el espacio adecuado y como para las clases grupales musicalizadas, esto con el fin de tener un agrado visual de nuestros usuarios.

El programa de entrenamiento está estructurado con el fin de que las personas puedan satisfacer su necesidad y cumplir sus objetivos. El programa de entrenamiento está diseñado y estructurado en combinación de ejercicios multi-articulares de resistencia y fuerza; sustentados sobre una base aeróbica. Por lo tanto, las rutinas de ejercicio son

debidamente estructuradas por varios profesionales, en este caso no se permite improvisaciones o gustos personales, el entrenamiento está enfocado en ser lo más adecuado y coherente para la población, logrando así mejorar la propuesta de entrenamiento.

## **8. ASOCIACIONES CLAVES**

Se tendrá una asociación clave con NIKE y ADIDAS quienes son las marcas más reconocidas en el mercado deportivo, esto, con el fin de generar un convenio que permita el uso de la marca para hacer más llamativa la propuesta de valor. Estas marcas podrán colocar de su publicidad y su indumentaria en los espacios del gimnasio, de los entrenadores y demás trabajadores. Además, estas marcas estarán en la tienda deportiva del gimnasio.

Hay que resaltar que dicha marca será la que apoyara directamente el valor agregado, como lo son las camisetas deportivas, toallas, hidratación y demás accesorios. Por último otra asociación clave sería una empresa de bebidas hidratantes como Gatorade y Powerade, la cual durante los entrenamientos pueda brindar su producto y a la vez genere reconocimiento para el establecimiento.

Como primera fuente de financiación recurriremos a nuestros recursos para saber con cuánto contamos para dar inicio al proyecto además de los socios que se vayan uniendo, sin embargo, debido a su elevado costo por la cantidad de materiales y su infraestructura, recurriremos a una financiación por parte del banco. Poco a poco iremos uniendo socios que vean factible invertir en él, debido a los escasos recursos que poseemos como dueños del proyecto.

Debido a que nuestra propuesta de valor incluye un espacio diseñado totalmente en espuma, estaremos asociados a una empresa especializada en fabricar elementos en espuma y así mismo garantizaremos la calidad de producto para hacer de este espacio un ambiente agradable y adecuado para el adulto mayor. Además, cumplir con el objetivo de nuestros usuarios es una misión para nosotros, por lo tanto el Gimnasio pretende contar con máquinas especializadas y enfocadas a trabajar con cada uno de los grupos musculares y músculos por individual que el usuario contemple para su mejor rendimiento.

## **ESTRUCTURA DE COSTOS**

GRANDPA'S GYM es una empresa que se enfoca en la creación de valor a través de una propuesta innovadora para el entrenamiento y la recreación del adulto mayor.

### **ACTIVIDADES CLAVES**

El programa de entrenamiento está estructurado con el fin de que las personas de la tercera edad puedan tener un entrenamiento específico, teniendo la posibilidad de realizar con nosotros, clases grupales e individualizadas para su mayor progreso en sus capacidades físicas.

El programa consiste, en que cada usuario antes de comenzar su entrenamiento, se le realiza un evaluación y verificación de datos, encontrara valores importantes como su frecuencia cardiaca, peso, talla, y otros valores como porcentaje de grasa, porcentaje de agua, musculo, etc.

GRANDPA'S GYM tendrá toda esta información es recolectada por un receptor el cual procesa los datos y durante el procesos de entrenamiento revisar cómo ha sido el progreso de la persona además durante el ejercicio podremos saber también en que zona debe trabajar la persona.

con el uso de la tecnología GRANDPA'S GYM ayudara a las personas y al entrenador a conocer los resultados del entrenamiento, evaluando así el estado del entrenamiento, calorías gastadas y entre otras variables en las personas de la tercera edad que estarán con nosotros.

### **Asociaciones Claves**

Lo primero es pensar en la asociación que beneficie directamente mi propuesta de valor, en este caso sería una empresa que nos brinde soporte de material apoyo para el uso de los usuarios, por ejemplo una empresa que desarrolle objetos de entrenamiento en espuma certificados. Así mismo esta empresa tendría el beneficio de pautar y darle publicidad a sus demás asociaciones.

Por otro lado es importante tomar contacto con una empresa reconocida de ropa y calzado deportivo, por ejemplo NIKE, ADDIDAS, REBOOK, entre otras más, con el fin de generar un convenio en el cual ellos permitan el uso de la marca para llamar la atención de los clientes. Ellos podrían colocar de su publicidad en los espacios de la sala de entrenamiento, de los entrenadores y demás trabajadores tendrían su indumentaria con la marca deportiva.

Hay que resaltar que dicha marca será la que apoyara directamente nuestro valor agregado, como lo son las camisetas deportivas, toallas, hidratación y demás accesorios.

Por ultimo otra asociación clave sería una empresa de bebidas hidratantes como gatorade y powerade, la cual durante los entrenamientos pueda brindar su producto y a la vez genere reconocimiento para el establecimiento.

sector de pausas activas y entrenamiento personalizado, dirigido a los sectores financieros.

Por esta razón maneja los siguientes costos:

**COSTOS FIJOS:**

- Pago arriendo Infraestructura
- Salarios Empleados
- Depreciación: Activos, edificio y terreno
- Pago de teléfono
- Pago de luz

**COSTO VARIABLE:**

- Costo del servicio prestado por:  
Pausas activas: masajes, estiramientos, clases grupales (rumba y aeróbicos) y yoga  
Entrenamiento Personalizado: coachin, recreación, clases grupales y Fitness
- Costo por prestación de servicio a un número determinado de personas.

- PUNTO DE EQUILIBRIO

Un mes de prestación de servicios de:

- Pausas activas:  
Masajes: \$320.000  
Estiramientos: \$320.000  
Ejercicios: \$320.000  
Clases Grupales: \$800.000  
Yoga: \$800.000
  - Salario: \$800.000
- CMT: \$3.360.000

Cantidad	Precio	Costo Variable	Costo Total
1 Pausas activas	\$140.000	2.240	3.040
1 Entrenamiento Personalizado	\$155.000	2.480	3.280

- PE (Pausas Activas):  $\frac{3.040.000}{(140.000 - 2.240)} = 22,067$

IE (Pausas Activas):  $22.067 \times 140.000 = 3.089.380$

El ingreso necesario para el normal y adecuado funcionamiento de cada uno de los diversos programas es de \$2'500.000 por cada servicio ofertado, en el cual entran los diversos pasivos y obligaciones con el personal contratado "salario mínimo legal vigente" y gastos de operación para encontrarse en un punto estable de ingresos, se tendrá en cuenta la inversión en dotación del espacio que será el gimnasio en un promedio \$40'000.000 dentro los cuales se encuentran la adquisición de implementos propios de cada disciplina o actividad, adecuación y elementos varios que puedan ser necesarios dentro de las instalaciones, en dónde el total necesario para un adecuado funcionamiento de: mantenimiento de cada una de las máquinas y elementos del gimnasio, pago de salarios del personal de planta y personal administrativo es aproximado a 6'000.000 por contrato de unidad de trabajo

Este dinero se establecerá como básico para el normal funcionamiento administrativo de la sede en dónde se obtendrá gracias a un crédito de libre inversión o por capital de trabajo la empresa por un valor de 6'000.000 el cual se espera ser retribuido en un periodo menor a 8 meses

Préstamo financiero

Se realizara mediante un préstamo crediticio de libre inversión, con un debito de cuota mensual a una tasa fija o variable según las necesidades propias de la empresa, a un plazo de 12, 34 y 36 meses según sea necesario

PERSONAL

PLANTA BASE			
<u>ID</u>	<u>Tipo contrato</u>	<u>Tiempo contratación</u>	<u>Salario mensual</u>
Docente Gimnasio	Contrato por prestación de servicios	6 meses	910.000
Docente Rumba			550.000
Docente Pilates			550.000
Docent Gerontospining			550.000
Masajista			450.000
Auxiliar			300.000

CARGOS ADMINISTRATIVOS			
ID	Tipo de contrato	Tiempo de contratación	Salario mensual
Gerente general	Contrato laboral	Indefinido	2'000.000
Director Contable		1 año	1'200.000
Gerente Operativo			1'500.000
Secretaria General			689.000

## LIENZO DE MODELO DE NEGOCIO

<p><b>SOCIOS CLAVE</b></p> <p>Aliados comerciales: Proveedor del material de espuma. Sportfitness. Gatorade. Nike. Adidas.</p>	<p><b>ACTIVIDADES CLAVE</b></p> <p>Guía profesional personalizada. Promociones y descuentos. Publicidad. Asistencia Personal Exclusiva.</p>	<p><b>PROPUESTA DE VALOR</b></p> <p>Gimnasio para el adulto mayor adaptado con un espacio diseñado totalmente en espuma.  Innovación constante.  Atención exclusiva.</p>	<p><b>RELACIÓN CON EL CLIENTE</b></p> <p>Redes sociales (facebook – twitter)  Reuniones Fit (asesorías mensuales de entrenamiento y nutrición)</p>	<p><b>SEGMENTOS DE CLIENTES</b></p> <p>Adulto mayor desde 60 años en adelante.</p>
	<p><b>RECURSOS CLAVE</b></p> <p>Entrenadores.  Médico  Fisioterapeuta  Inversión socios.</p>		<p><b>CANALES</b></p> <p>Información general del gimnasio en oficina y alcaldía. Compra de paquetes de productos y servicios a través de nuestra página (redes sociales) <b>WEB.</b></p>	
<p><b>ESTRUCTURA DE COSTOS</b></p> <p>Costo de personal - Marketing  Costo de mantenimiento de maquinaria y elementos del gimnasio</p>		<p><b>FUENTE DE INGRESOS</b></p> <p>Venta del paquete que adquiera el usuario.  Venta de los productos nutricionales y artículos deportivos. Patrocinios.</p>		