

CREACIÓN DE UNA MICRO EMPRESA QUE OFRECE SERVICIOS DE
EJERCICIO DE ENTRENAMIENTO PERSONALIZADO A DOMICILIO EN LA
CIUDAD DE BOGOTÁ

JF TRAINING

Julieth Katherine Duran Toledo

Corporación Unificada Nacional
Facultad de Administración de Empresas
Opción de Grado II

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	3
1. JUSTIFICACIÓN.....	4
2. DESARROLLO DE MATRIZ PERFILACION DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT.....	5
2.1 Stake holders.....	5
2.2. Identificación de las necesidades del stake holders (hipótesis).....	6
2.3. Identificación de los beneficios y expectativas (hipótesis).....	6
2.4. Identificación de soluciones actuales (hipótesis).....	6
2.5. Análisis de las limitaciones, inconformidades y frustraciones (hipótesis).....	6
2.6. Mercado.....	6
2.6.1. Identificación del TAM, SAM Y Psicopractico.....	6
3. Validación del Mercado.....	7
3.1. Formato de entrevista.....	7
3.2. Análisis de la información de resultados.....	8
3.2.1. Validación de la identificación de las necesidades.....	8
4. PROTOTIPO.....	12
4.1. Descripción del producto o servicio.....	12
5. PLANEACIÓN ESTRATEGICA.....	12
5.1. Visión.....	12
5.2. Misión.....	12
5.3. Valores.....	12
5.4. OBJETIVOS.....	13
5.4.1. Objetivo general.....	13

5.4.2. Objetivos Específicos.....	13
5.5. ANALISIS DE MACROENTORNO.....	14
5.5.1 Análisis pestel.....	15
5.5.2 Matriz de análisis de las fuerzas de Porter.....	16

INTRODUCCIÓN

La Organización Mundial de la Salud (2009), señala que la cuarta causa de mortalidad a nivel mundial es la falta de actividad física y es uno de los principales factores de riesgo para padecer enfermedades crónicas no transmisibles (ENT), como los son, la obesidad, la diabetes, el cáncer, las enfermedades cardiovasculares, entre otras. Atendiendo también algunos datos brindados por la OMG (2010), nos dice que el 23% de los adultos mayores a los 18 años no se mantienen suficientemente activos (un 20% los hombres y un 27% las mujeres), en escala de edad entre los 11 y 17 años se encuentran estudios donde se evidencia que esta población tampoco cumple con los estándares mínimos recomendados de actividad física siendo las chicas un 84% más inactivas en comparación a los chicos con una 78%, números que han incrementado en los últimos años. Por último la OMS resalta que las personas que no hacen suficiente ejercicio físico presentan un riesgo de mortalidad entre un 20% y 30% más al de aquellas personas que son suficientemente activas. (Global health risks: mortality and burden of disease attributable to selected major risks. Geneva, Organización Mundial de la Salud, 2009.)

Evidentemente los niveles de inactividad física en países desarrollados y en desarrollo son muy elevados, lo que la convierte en una problemática de la salud pública, esta problemática la influyen varias razones como los son; la falta de interés por realizar algún tipo de actividad física o deportiva durante el tiempo de ocio, los malos hábitos alimenticios y de vida (alcohol, cigarrillo, drogas), el uso excesivo de la tecnología, el aumento en el uso de transportes pasivos (bus, carro...) y las más comunes que son, la falta de tiempo y costos elevados para asistir a un gimnasio o centro de entrenamiento deportivo. (The global burden of disease: 2004 update. Geneva, Organización Mundial de la Salud, Ginebra, 2008.)

Queriendo acabar con esta problemática que nos aqueja a nivel mundial, como es la falta de actividad física y mostrando los múltiples beneficios que tiene el desarrollo de una vida altamente activa reduce el riesgo de hipertensión, cardiopatías, accidentes cerebrovasculares, diabetes cáncer de mamá, depresión, mejora la salud ósea y funcional, es determinante en el gasto energético lo que permite un adecuado equilibrio calórico y esto controla el sobrepeso y la obesidad. También atendiendo a la falta de tiempo y elevados costos para acudir a un gimnasio, nace JF TRAINING una empresa que con personal profesional y capacitado brinda entrenamientos con asesorías nutricionales de alta calidad,

personalizados y sin salir de tu casa y lo mejor sin cuotas fijas mensuales. (Resolución Estrategia Mundial sobre Régimen Alimentario, Actividad Física y Salud. En: 57ª Asamblea Mundial de la Salud, Ginebra, 17 a 22 de mayo de 2004. Resoluciones y decisiones, anexos. Ginebra, OMS, 2004.)

El mercado objetivo de este proyecto está conformado por hombres y mujeres entre los 20 y 30 años, de los estratos 4,5 y 6 interesados en tener una buena condición física en la ciudad de Bogotá.

1. JUSTIFICACIÓN

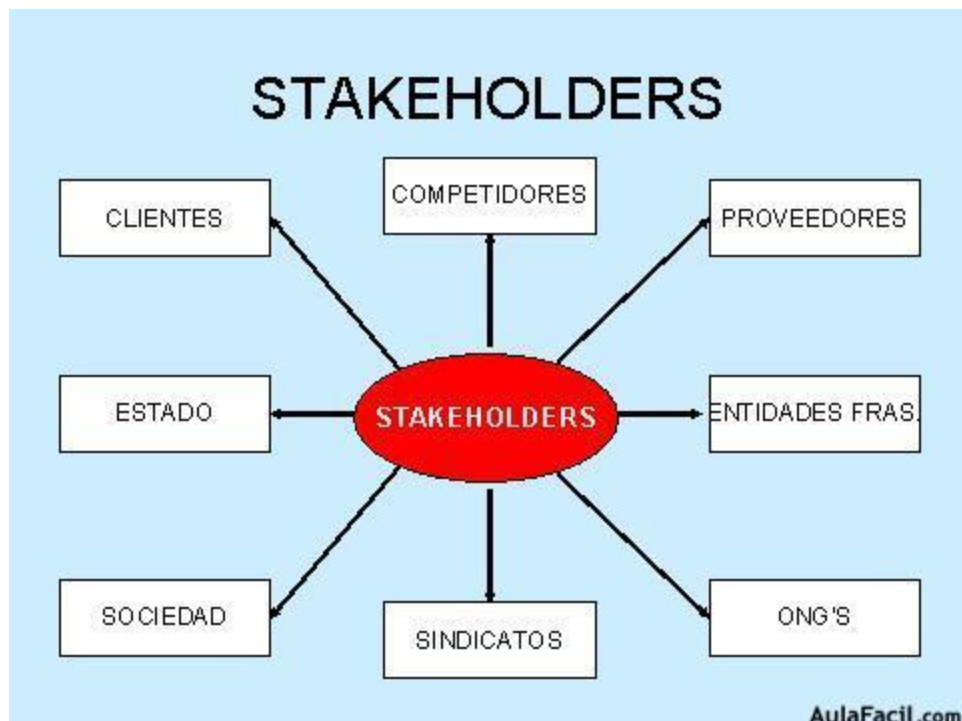
Desde mi percepción diaria de vida puedo decir claramente que los colombianos somos personas muy sedentarias, ya que vivimos con un ritmo de vida que no nos permite realizar actividad física

2. DESARROLLO DE MATRIZ PERFILACION DE CLIENTES CUSTOMER DEVELOPMENT

2.1. STAKE HOLDERS

Nuestros clientes serán principalmente personas que no cuentan con suficiente tiempo para realizar actividad física.

Competidores: según (*Juan Antonio Cubaque Cañavera, Paola Andrea Sanabria Mahecha, Carlos Augusto Roldán Vigoya, Carlos Augusto Roldán Vigoya Juan Camilo Téllez Gómez y Natalia Valencia Gaviria en su trabajo de tesis presentado Bogotá, D.C., Junio 21 de 2011*) ,nos contaban que para ese entonces registraban al (4 de Mayo de 2011) aproximadamente 12.000 gimnasios en Colombia entre los que se encuentran centros deportivos, gimnasios especializados y gimnasios convencionales sin instrucción. Cuentan con 50.000 personas que compran este servicio por un promedio de 10 meses siendo las ciudades más importantes Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. Por lo cual podemos saber todos que la competencia más fuerte esa Bodytech y el Spinning Center.



2.2. Identificación de las necesidades del stake holders (hipotesis).

Mi idea nace desde mi experiencia de vida, como madre de familia después de mi embarazo empiezo a tener la necesidad estética de querer recuperar, no solo mi físico si no también mi salud ya que sabemos que no solo la apariencia física se deteriora si no la salud también, razón que me motiva a querer realizar actividad física pero mi tiempo no me lo permite por esta razón quiero llegar a las personas con esta problemática para cubrir la necesidad física de estar en forma y con salud de sentirse bien y lleno de energía cambiando nuestro estilo de vida.

2.3. Identificación de los beneficios y expectativas (hipotesis)

Garantizo que las personas que tomen el servicio cambiaran su estilo de vida, mejorando su salud y su calidad de vida, contribuyendo a que Colombia tenga menos casos de obesidad y de sedentarismo incentivando y promoviendo el deporte, previniendo enfermedades crónicas generando autoestima y confianza en cada uno de mis clientes.

2.4. Identificación de soluciones actuales (hipotesis)

Platearemos algunas hipótesis sobre las posibles soluciones a ofrecer a nuestro cliente según las necesidades presentadas.

- Las personas comprar sus máquinas para realizar ejercicio en casa.
- Las personas se inscriben a un gimnasio para realizar deporte desde allí.
- Las personas van al parque ya que hay maquinas gratuitas.

2.5. Análisis de las limitaciones, inconformidades y frustraciones (hipotesis).

- No tiene tiempo para realizar actividad física.
- No obtienen resultados en corto tiempo.
- Coste
- Adaptación
- Capacidad de ver instalaciones grandes y elementos que ayuden a su pronto objetivo.

2.6. Mercado.

2.6.1. Identificación del TAM, SAM Y Psicopractico.

TAM: El 60% de los colombianos son sedentarios.

SAM: va dirigido a hombres y mujeres entre los 20 y 30 años, de los estratos 4,5 y 6 interesados en tener una buena condición física en la ciudad de Bogotá.

PSICOPRACTICO: La actividad física es muy importante para mantener una vida saludable y evitar la aparición de enfermedades. Además desde mi punto de vista ya es una necesidad que permite aumentar la autoestima, la condición física, el

rendimiento laboral, las relaciones interpersonales y la integración social; además de mejorar el bienestar de las personas y proporcionar una mejor calidad de vida. (Córdoba, Cabezas, Camallares, Gómez, Díaz, López, Marqués, Muñoz, Navarro, Ramírez, 2012).

GEOGRAFICO: Ciudad de Bogotá.

3. VALIDACION DEL MERCADO

3.1. Formato Entrevista

El método de medición que escogimos fue una encuesta que se le desarrollará a personas sedentarias.

ENCUESTA

NOMBRE:

ESTRATO:

EDAD:

OCUPACION:

1. Realiza algún tipo de actividad física (gimnasio, entrenamiento en casa, ejercicio en campo abierto) más de dos veces por semana?

- a. Si _
- b. No_

Si su respuesta es negativa pase a la pregunta 2. De lo contrario pase a la 3.

- 2.Cuál es la razón para no realizar este tipo de actividades físicas, califique cada una de las respuestas de 1 a 5 siendo 1 el menor nivel de importancia y 5 el mayor.

- a. Falta de tiempo
- b. Falta de motivación
- c. Lesiones musculares
- d. Problemas de Movilidad (Transito)
- e. No sentirse cómoda para ir al gimnasio?
- f. No hay un gimnasio cerca de su casa

3. Le gustaría realizar un entrenamiento personalizado en su hogar u oficina?

- a. Si _
- b. No_

4. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar mensualmente por un entrenamiento semi-personalizado en línea, que le entregue un kit para realizar ejercicios

físicos y que realice seguimientos periódicos de cumplimiento de metas y planes nutricionales virtuales por clase?

- a. \$50.000 – 100.000
- b. \$ 100.001 - \$ 150.000
- c. \$150.001 - \$ 200.000
- e. ninguna de las anteriores

5. Califique un 1 a 4 en qué lugares le gusta realizar ejercicio

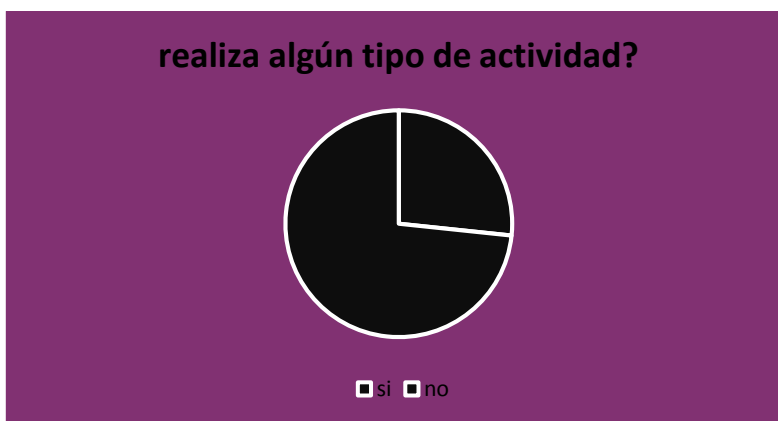
Casa_
Oficina_
Parque_
Gimnasio_

3.2. Análisis de la información de resultados.

3.2.1. Validación de la identificación de las necesidades

1 PREGUNTA

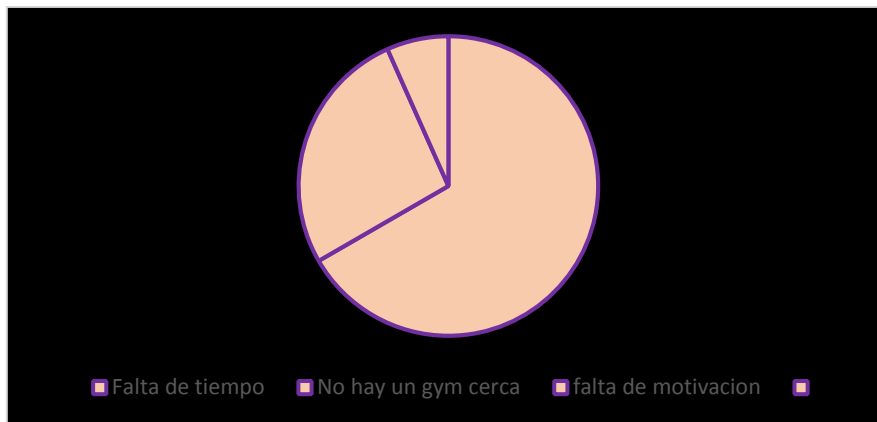
RESPUESTAS	CANTIDAD
si	4
no	11



Conclusión: nos podemos mantener en nuestra teórico de personas sedentarias Ya que nuestra muestra no mantiene firmes en nuestra teoría.

2 PREGUNTA

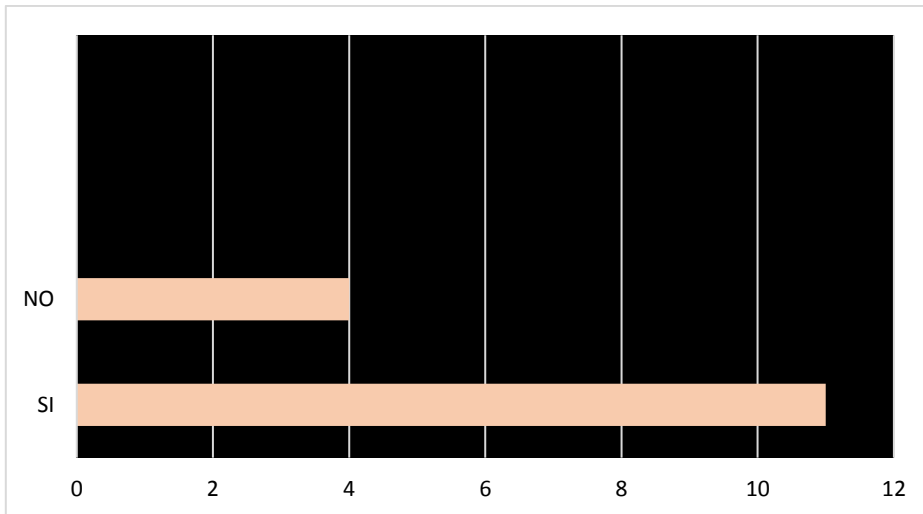
RAZON	CANTIDAD
Falta de tiempo	10
Falta de motivación	1
Lesiones musculares	0
Problemas de Movilidad (Transito)	0
No sentirse cómodo para ir a un gym?	0
No hay un gimnasio cerca de su casa	4



Conclusión: cómo podemos ver la gran mayoría de personas no realizan ejercicio por falta de tiempo.

3 PREGUNTA

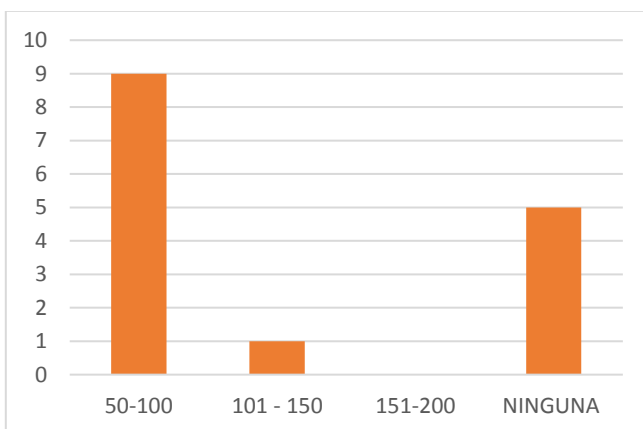
RESPUESTA	CANTIDAD
SI	11
NO	4



Conclusión: la mayoría de personas quieren tener un entrenamiento personalizado.

4 PREGUNTA

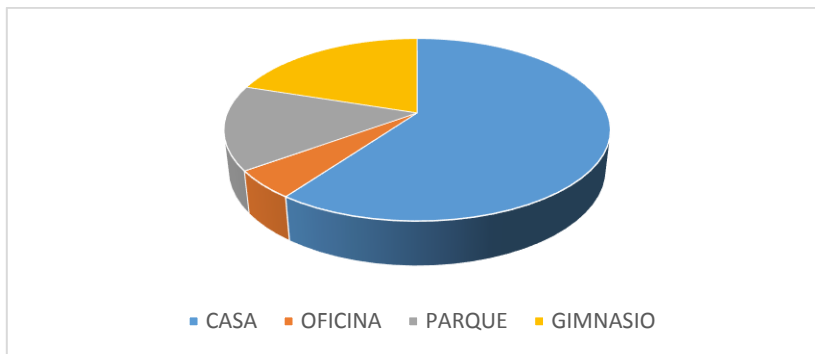
RESPUESTAS	CANTIDAD
50.000 – 100.000	9
100.001 - 150.000	1
150.001 - 200.000	0
ninguna de las anteriores	5



5 PREGUNTA

RESPUESTAS	CANTIDAD
------------	----------

CASA	60%
OFICINA	5%
PARQUE	15%
GIMNASIO	20%



4. PROTOTIPO



4.1. Descripción del producto: Nace JF TRAINING una empresa que con personal profesional y capacitado brinda entrenamientos con asesorías nutricionales de alta calidad, personalizados y sin salir de tu casa y lo mejor sin cuotas fijas mensuales.

5. PLANEACIÓN ESTRATEGICA.

5.1. Visión

Ser una empresa líder brindando un servicio con alta calidad humana respondiendo a las expectativas en cuanto a los resultados del entrenamiento personalizado enfocado a la actividad física para la salud y el deporte, posicionándose a nivel local y nacional con altos niveles de calidad, servicio y resultados deportivos.

5.2. misión

Brindar programas eficientes de entrenamiento físico con asesorías nutricionales acordes a las necesidades individuales de cada entrenado. Buscando cumplir con la demandas que requiere cada uno de nuestros clientes.

5.3. Valores

Servicio: Siempre dispuestos a atender a nuestros clientes con la mejor actitud con el fin de brindar entrenamientos innovadores y divertidos.

Motivación: Trasmitemos constante motivación a nuestros clientes con la alegría que nos obsequia prestar nuestro servicio, con la constante muestra de resultados y con los múltiples beneficios que conlleva tener hábitos de vida saludables.

Innovación: Creemos en nuestra creatividad, ofreciendo diversos métodos de entrenamiento teniendo siempre como objetivo principal la satisfacción de nuestro cliente.

Liderazgo: Brindamos ejemplo constante a nuestros clientes, dando muestras de responsabilidad, disciplina y esfuerzo constante en las tareas, cumpliendo las labores diarias con la mejor disposición, influyendo de manera positiva en nuestros clientes en la búsqueda de los resultados .

Auto superación: En la búsqueda de ser cada día mejores en lo que hacemos y mejores en la trasmisión de valores para la contribución de una mejor sociedad.

5.4. OBJETIVOS

5.4.1. OBJETIVO GENERAL

Crear una empresa familiar de entrenamiento personalizado a domicilio, dirigido para incentivar a esas personas que están en el hogar, o que no cuentan con mucho tiempo para realizar Ejercicio.

5.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Identificar el mercado objetivo al cuál se pretende llegar, realizando estudios de mercados como encuestas que nos ayude a conocer un poco más a fondo a nuestra población objetiva que en este caso serían los estratos 4,5 y 6 de la ciudad de Bogotá.

- Desarrollar la planeación estratégica del proyecto.
- Establecer el análisis financiero y la viabilidad del proyecto
- Cambiar la perspectiva y la actitud de las personas, fomentando y aumentando su motivación para realizar ejercicio.
- Hacer entender a las personas que el entrenamiento deportivo personalizado es un apoyo no solo físico si no mental.

5.5. ANALISIS DE MACROENTORNO

ANALISIS PESTEL	
POLITICO	Las autoridades han ido creando leyes y decretos que regulen el mercado LEY 729 DE 2001 (diciembre 31) esta aplica para los gimnasios, legislación de gestión de instalaciones deportivas.
ECONOMICO	Que podamos contar con equipamiento funcional y atractivo, con el fin de rotar el material y estando cada vez más actualizados.
SOCIAL	La gente cada vez se preocupa más por su salud y su apariencia física y están dispuestos a gastarse el dinero en ello. Adicionalmente la obesidad y la enfermedad han tenido un porcentaje alto en los hogares, el gobierno se está enfocando en fomentar el ejercicio.
TECNOLOGICO	Que las maquinas ya indiquen que debe hacer la persona cuanto tiempo según objetivo del entrenamiento y hagan el acompañamiento.
ECOLOGICO	Quizás no utilizar tanta electricidad con máquinas si no apuntar más al entrenamiento personalizado con pesas al aire libre con trx.
LEGAL	Ley 10/1990 de 15 octubre, es la ley del deporte DONDE MANIFIESTAN El deporte se constituye como un elemento fundamental del sistema educativo y su práctica es importante en el mantenimiento de la salud.

MATRIZ DE ANALISIS DE LAS FUERZAS DE PORTER

**AMENAZA DE NUEVOS
COMPETIDORES**

ALTA

DEBIDO A QUE TENEMOS MUCHA
COMPETENCIA, Y ADICIONAL EL
CLIENTE PUEDE REALIZAR SU
EJERCICIO AL AIRE LIBRE

**PODER DE NEGOCIACION DE LOS
CLIENTES**

ALTO

DEBIDO A QUE PODRIAMOS
NEGOCIAR CON LOS CLIENTES A
DIFERENCIA DE LOS GIMNASIOS

**RIVALIDAD ENTRE LOS
COMPETIDORES EXISTENTES**

ALTA

TENEMOS MUCHA RIVALIDAD
ENTRE LOS COMPETIDOS, CON
PRECIOS CON MAQUINAS CON
PLANES COMENZANDO POR
BODYTECH – SMARFIT – SPINNIG
CENTER

**PODER DE NEGOCIACION DE LOS
PROVEEDORES**

BAJO

YA QUE TENDRIAN MEJORES
OFERTAS CON LOS GIMNASIOS Y
CONTRATOS MAS DURADEROS.

**ANEXAS DE PRODUCTOS
SUSTITUTOS**

ALTA

DEBIDO A QUE TENEMOS MUCHA
COMPETENCIA, Y ADICIONAL EL
CLIENTE PUEDE REALIZAR SU
EJERCICIO AL AIRE LIBRE, AHORA
EXISTE VIDEOS POR YOUTUBE ETC.

BIBLIOGRAFIA

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/20526/GallegosVillegasMariaPaula2016.pdf?sequence=1>

<http://expeditiorepositorio.utadeo.edu.co/bitstream/handle/20.500.12010/1553/T442.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<http://repository.ean.edu.co/bitstream/handle/10882/3183/SalazarMarcela2012.pdf?sequence=1;Bienvenido>

http://diposit.ub.edu/dspace/bitstream/2445/66842/1/Tudela_Gerard_TFM.pdf

<http://repository.usta.edu.co/bitstream/handle/11634/4069/TRABAJO-DE-GRADO-ANDERSON-LARA%20DOCUMENTO%20FINAL%205%20ENTREGA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>