

Plan de negocio en calistenia

Luis Antonio Santamaría Segura

Universitaria Agustiniana
Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas
Programa de Administración de Empresas
Bogotá, D.C
2020

Plan de negocio en calistenia

Luis Antonio Santamaría Segura

Director

Juan Carlos Catumba

Trabajo de grado para optar al título de Administrador de Empresas

Universitaria Agustiniana

Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas

Programa de Administración de Empresas

Bogotá, D.C

2020

Dedicatoria

En esta monografía inicialmente expreso mis agradecimientos a Dios por haberme permitido llegar hasta este momento tan importante de mi formación profesional, a mi padre y a mi madre por ser el pilar más importante.

De igual manera quiero dedicarlo a una de las actividades que practico y más me apasiona, hablo de la calistenia, esto va más allá de una investigación y su fin, el cual es encontrar sentido de negocio a esta disciplina, existe un objetivo más general el cual me permitirá identificar y conocer más a fondo cuáles son sus múltiples beneficios y como poder transmitir de manera eficiente todo el conocimiento que encuentre en ella.

También quiero dedicar este trabajo a mi pareja que estuvo acompañándome en el desarrollo de este y quien me apoyo orientándome en diferentes aspectos de la investigación.

Resumen

Dentro del mundo fitness, se encuentran una variedad de disciplinas orientadas a mejorar la calidad de vida, para satisfacer la necesidad de alcanzar los objetivos de los estereotipos creados por la sociedad en cuanto a las medidas y el peso perfecto, teniendo como referentes modelos o figuras públicas. O simplemente con el fin de lograr un resultado ideal y de cierta manera encajar en una sociedad donde se admire o se resalte. Teniendo en cuenta lo anterior, es importante identificar en la población aquellas necesidades físicas que al ser satisfechas mejoran su calidad de vida y salud o le permiten alcanzar un modelo de persona estandarizado por la sociedad. Y si la disciplina llamada Calistenia, puede satisfacer estos requerimientos, a través de los múltiples beneficios que trae la práctica de este deporte. El foco principal de esta investigación es identificar a través de las necesidades de una población deportiva y o con metas saludables, cómo la calistenia puede llegar a ser una oportunidad de negocio. Una vez realizada la investigación cualitativa se deduce que es factible crear un GYM de calistenia debido a los bajos costos para el negocio y que la inversión inicial es cien por ciento capital del emprendedor sin tener que recurrir a créditos o préstamos, es posible cumplir los requisitos legales para constituir el negocio, las estrategias de marketing para dar a conocer la marca son viables y se identifica un nicho de mercado potencial interesado en satisfacer las necesidades que se esperan cubrir con el gym de calistenia. Se encontró interés en la población estudiada por practicar calistenia y de pagar para realizar las prácticas de forma dirigida.

Palabras clave: Calistenia, street workout, negocio, estrategia.

Abstract

Inside the fitness world, there are many kinds of disciplines oriented to improve the live quality, in order to satisfy the need of achieve the objectives of the stereotypes created by the society in terms of the measurements and the perfect weight, having as referents models and public figures. Or simply in order to achieve an ideal result and in certain way fit in a society were to be admire and highlight. Taking into account the previous, is important to identify which are the physical needs, in the population which physical needs to be satisfied may improve their live quality and health or allowed to achieve a model of a person standardized by the society. If the discipline called Calisthenics, can satisfy these requirements, through all the multiple benefits the practice of this sport allowed. The main focus of this investigation is to find how the Calisthenics can be can became a business opportunity, by identifying the necessities of a sport population or with healthy goals. Once this investigation is realized it OS seduces that is factible y/o create a gym of calisthenics because of the los costos that this business requires for an initial investment which is 100% job capital without the necessity of recurring un credits or loans. There was found interest in the population studied for practicing calistenics and to pay for realicing practices in a guided way.

Keywords: Calisthenics, street workout, business, strategy

Tabla de contenido

Introducción.....	12
Tema de investigación	13
Problema de la investigación.....	14
Objetivo general del proyecto.....	14
Objetivos específicos del proyecto	14
Justificación	14
Marco de referencia de la investigación.....	16
Estado del arte.....	16
Marco conceptual.....	17
Actividad deportiva.....	17
Calistenia.....	18
Bodyweight exercises (Ejercicios de peso corporal).....	18
Street Workout.....	18
Gym.....	18
Calistenia con lastre	18
Barras paralelas	18
Plan de negocios, proyecto de negocio o plan de empresa.....	18
Estudio de factibilidad.....	19
Marco teórico.....	19
La Calistenia y/o Street Workout.....	20
La Calistenia y/o Street Workout en Colombia.....	20
Beneficios de la calistenia	21
Estructura del plan de negocio.....	22
Estructura sugerida por la Uniremprende para un plan de negocios.....	22

Estructura modelo Canvas	22
Marco legal	23
Hipótesis y variables	24
Hipótesis 1.	24
Hipótesis 2.	24
Metodología del proyecto.....	25
Naturaleza de la investigación	25
Tipo de investigación	25
Universo, población, muestra, unidad de análisis.....	25
Universo.....	25
Población.	25
Muestra.	25
Instrumento	26
Unidad de análisis	28
Plan para el proceso de recolección y procesamiento de los datos.....	28
Descripción de los datos obtenidos e interpretación y discusión de la información	29
Estudio de mercado.	29
Modelo Canvas.	40
Plan de negocio.....	42
Idea de negocio.	42
Razón social.....	42
Nombre comercial.....	42
Visión del negocio.....	42
Misión del negocio.	42
Objetivo del negocio.	42

Descripción del negocio.	42
Segmento del mercado	43
Ventaja competitiva.....	43
Análisis del entorno empresarial.....	43
Análisis de la competencia	46
Alianzas estratégicas.	48
Estrategias de marketing.....	48
Estudio técnico.....	50
Estudio organizacional.	52
Estudio financiero	53
Sensibilidad del proyecto.....	66
Análisis de factores críticos y estrategias.....	68
Administración del proyecto	70
Revisión y actualización del cronograma de actividades	70
Revisión y actualización del presupuesto de ingresos y gastos.....	71
Conclusiones.....	72
Recomendaciones	74
Referencias	75
Anexos.....	77

Lista de tablas

Tabla 1. Resultados validación del instrumento	26
Tabla 2. Análisis PESTEL.....	43
Tabla 3. Empresas del sector	46
Tabla 4. Análisis de competencias: Competencia directa.....	46
Tabla 5. Competencia indirecta	47
Tabla 6. Ficha técnica de área de servicio.....	51
Tabla 7. Listado de máquinas	52
Tabla 8. Proveedores.....	52
Tabla 9. Organización de la compañía.....	52
Tabla 10. Labores de la organización	53
Tabla 11. Activos fijos	54
Tabla 12. Proyección de ventas	55
Tabla 13. Proyección ventas 2do y 3er año.....	56
Tabla 14. Ventas totales por producto	56
Tabla 15. Margen de contribución.....	57
Tabla 16. Punto de equilibrio	57
Tabla 17. Estado de pérdidas y ganancias.....	59
Tabla 18. Resultados proyectado anual.....	60
Tabla 19. Balance general proyectado	61
Tabla 20. Flujo de caja	63
Tabla 21. Sensibilidad del proyecto.....	66
Tabla 22. Dofa	68
Tabla 23. Cronograma de actividades del proyecto de investigación.....	70
Tabla 24. Cronograma de actividades.....	70

Lista de figuras

Figura 1. Encuestados por género.....	29
Figura 2. Edad de los encuestados.....	29
Figura 3. Lugar de vivienda de los encuestados.....	30
Figura 4. Ocupación de los encuestados	30
Figura 5. Nivel de ingresos.....	31
Figura 6. Personas que practican alguna actividad deportiva	31
Figura 7. Tiempo dedicado a la práctica de calistenia	32
Figura 8. Afirmación de concepto de calistenia en los encuestados.....	32
Figura 9. Personas que practican calistenia.....	33
Figura 10. Lugar donde practican calistenia los encuestados	33
Figura 11. Valor por practicar calistenia.....	34
Figura 12. Valor del pago por practicar calistenia en los encuestados	34
Figura 13. Encuestados que cuentan con seguro por practicar calistenia	35
Figura 14. Asesoría en entrenamientos por parte de algún profesional	35
Figura 15. Frecuencia con la que practican calistenia los encuestados	36
Figura 16. Encuestados que estan dispuestos a pagar por acompañamiento o asesoría	36
Figura 17. Lugar donde les gustaría practicar calistenia.....	37
Figura 18. Preferencia o necesidad modo de pago	37
Figura 19. Si su pago fuese mensual o pago diario, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar?	38
Figura 20. Encuestados que estarían dispuestos a adquirir accesorios	38
Figura 21. Acompañamiento de actividad física con alguna bebida	39
Figura 22. Establecimiento de calistenia.....	39
Figura 23. Nombre y ubicación de un gym de calistenia	40
Figura 24. Modelo de negocio Canvas.....	41
Figura 25. Cinco fuerzas de Porter	45
Figura 26. Ubicación local	50
Figura 27. Circuito calistenia	51
Figura 28. Organigrama	53
Figura 29. Composición de la inversión	54
Figura 30. Ventas primer año	55

Figura 31. Proyección ventas 2do y 3er año	56
Figura 32. Gráfica punto de equilibrio.....	58
Figura 33. Razón corriente	65
Figura 34. Nivel de endeudamiento	65

Introducción

Este proyecto de investigación se enfocó en identificar a través de diferentes medios, metodologías y herramientas la factibilidad que tiene como negocio la práctica de la disciplina deportiva conocida como Calistenia; Este deporte viene tomando fuerza, ya que a través de él se consigue una vida sana. La calistenia es reconocida como una disciplina que diferentes grupos de jóvenes practican y permite el desarrollo de habilidades en cuanto a fuerza, control y dominio de sus capacidades corporales.

El proyecto da inicio contando la historia de esta disciplina a través del tiempo y como algunos de sus pioneros dieron un gran paso para dar nombre y consolidar un deporte que estaba arraigado a la gimnasia, se documenta tomando como referencia varias investigaciones sobre su evolución.

Con el fin de desarrollar un proyecto de vida y visualizar las oportunidades que brinda el mercado de la actividad física y la vida fitness, se utilizaron metodologías como el análisis del mercado, encuesta, diagramas, plan de negocio y presupuesto, las cuales ofrecieron un panorama claro para dar solución a la pregunta del problema, ¿es factible el negocio de la práctica de calistenia? Los resultados al aplicar todas estas herramientas fueron favorables.

Tema de investigación

Actualmente la calistenia es considerada por personas que practican actividad deportiva como la preparación y recurso potencial para desarrollar eficientemente sus capacidades físicas, siendo así que la incluyen dentro de sus rutinas de ejercicios. De acuerdo con lo anterior, ésta disciplina cada día tiene más adeptos, los cuales necesitan orientación e información para comprender a fondo los beneficios de la actividad que practican.

Existen diferentes fuentes de información acerca de la calistenia, como los son sitios web, libros, documentos científicos y hasta grupos organizados en redes sociales donde se ilustra y fomenta información de cómo practicar esta disciplina.

Algunos grupos que se encuentran en redes sociales son colectividades cerradas donde sus miembros pueden interactuar, compartir avances y/o progresos centrándose puntualmente en algún tipo de ejercicio o informando y ayudando a orientar a otros miembros.

Uno de los más grandes es Calistenia Bogotá; cuenta con 1.529 suscriptores, para pertenecer a este grupo se contestan preguntas sobre el tema de interés, en este caso sobre calistenia. Otro de estos grupos es Bogotá Calistenia; cuenta con 902 suscriptores, y a diferencia del grupo anterior, no cuenta con el filtro de preguntas de seguridad para poder acceder a las publicaciones e información que circula.

Por otro lado, existen documentos de investigación los cuales contienen información específica de calistenia, algunos de los más significativos son; Calistenia/ *Calisthenics*: Guía para el ejercicio de peso corporal/ *guide body weight exercise* (Arnold Yates, 2016), calistenia: volviendo a los orígenes (Roberto del Rio Alijas, 2015) y El mundo es un gimnasio (Khrisys Bars, 2013)

Al realizar la investigación de factibilidad de negocio de esta disciplina, se plantean los análisis efectivos para su implementación, no solo se hará la transformación de una idea, se menciona como se utiliza en otras disciplinas y como se encuentra sumergida en la población. Se proyecta los resultados con datos claros que permiten evaluar una idea de negocio.

Problema de la investigación

Actualmente existe una variedad de deportes o ejercicios los cuales se pueden complementar con el estilo de vida o con los objetivos que quiera alcanzar cualquier individuo, pero esto se ha convertido en una lucha imparables por la sociedad que desea moldearse al prototipo de persona establecido por las empresas que comercializan sus productos y las tendencias impuestas por la moda.

Algunas causas por las cuales las personas se enmarcan en este estilo de vida son; el inconformismo físicamente, la carrera desmedida por pertenecer a un grupo de personas específicos ya sea por su forma de pensar o por sus creencias, surgiendo así una necesidad física para cada individuo, es ahí donde se visualiza una oportunidad de negocio a través de actividades que están en tendencia y que pueden ser explotadas aprovechando estas circunstancias, generando un alto valor en beneficio de la población.

Existe una disciplina deportiva que mediante sus ejercicios dinámicos y estáticos involucra todos los músculos del cuerpo y genera mejores resultados en corto tiempo, las personas que practican esta disciplina son jóvenes y adultos que desde dos perspectivas desean algún tipo de resultado, competencia y vida saludable. En este orden de ideas surge la pregunta ¿qué tan factible es desarrollar un negocio implementando esta disciplina?

Objetivo general del proyecto

Identificar la factibilidad que tiene aplicar la disciplina deportiva calistenia como oportunidad de negocio.

Objetivos específicos del proyecto

Analizar el mercado en el cual se pueda ofrecer la disciplina calistenia como un servicio para mejorar la calidad de vida de una comunidad.

Establecer estrategias de marketing que permitan la viabilidad de generar un negocio en torno a la calistenia.

Identificar los requisitos técnicos, legales y estructurales para ofertar el servicio de la actividad física de calistenia.

Evaluar financieramente la oportunidad de ofrecer un servicio deportivo como negocio.

Justificación

El principal objetivo de la investigación es analizar, plasmar y proyectar una idea de negocio en la cual se implemente la disciplina llamada calistenia. Esto lleva a identificar factores claves como

conocer las necesidades del cliente y evaluar las ventajas que implica practicar este deporte para los resultados en una vida sana, generando impacto positivo en la población al encontrar un espacio para los jóvenes y adultos más seguro y donde pueden empezar a transformar su vida y hábitos, el no realizar esta investigación cerraría la oportunidad de negocio a un deporte que actualmente se encuentra en crecimiento dentro de la población.

Se estudian las necesidades de quienes practican algún deporte en Bogotá, buscando aportar a la solución de ellas a través a una idea de negocio.

La investigación también da a conocer los beneficios de la calistenia, no solamente desde el grupo potencial, si no como una actividad que puede realizar cualquier individuo ya que no tiene limitantes al momento de realizar su práctica.

Marco de referencia de la investigación

Estado del arte

A continuación, se mencionan algunas investigaciones que se han realizado sobre calistenia por parte de universidades, profesionales en deporte, docentes deportivos y artículos científicos enfocados en actividad deportiva.

El estudio realizado por estudiantes de la Universidad Autónoma de Occidente, (Cali); toma como foco de investigación y análisis un grupo de jóvenes practicantes de calistenia llamado Addict Barz quienes practican esta actividad deportiva en el parque Ingenio ubicado al sur de la ciudad de Cali, la investigación identifica las prácticas comunicativas presentes en la actividad de la calistenia.

La comunicación no verbal-CNV: La actividad o inactividad, palabras o silencio tiene siempre valor en el mensaje: influyen sobre los demás, quienes, a su vez, no pueden dejar de responder a tales comunicaciones y, por ende, también comunican...

...Unos de los elementos que complementan la comunicación no verbal por desarrollarse sin el uso de las palabras es la Kinesis, la cual básicamente se centra en estudiar los movimientos del cuerpo que tienen significados comunicativos como los gestos, posturas y en general movimientos corporales que transmiten y reflejan información del comportamiento o actitud de las personas y emociones de estos. (Zúñiga, 2017)

Frente al papel del lenguaje no verbal dentro del proceso de comunicación deportiva, la etnografía realizada por este autor afirma que “El movimiento ocular regular el proceso de comunicación, ayuda y estimula las zonas de la corteza cerebral a la hora de ejecutar un movimiento estático en la barra”.

Por otra parte, la Universidad de León realizó una investigación centrada en el entrenamiento interválico de alta intensidad (HIIT) y la calistenia, y valorar los cambios producidos en los niveles de fuerza para distintos movimientos y grupos musculares tras un programa de entrenamiento con el propio peso corporal. La investigación habla sobre métodos de entrenamiento con el propio peso corporal para lograr intervalos de alta intensidad. Entrenamiento de resistencia; continuo vs intermitente.

La mejora de la aptitud cardiovascular puede producir beneficios para la salud y el entrenamiento interválico de alta intensidad es una manera eficiente de desarrollarla. En adultos sanos y jóvenes de mediana edad este entrenamiento y el entrenamiento de resistencia tradicional, es de menor intensidad y

más continuo y prolongado, provocan mejoras en el consumo máximo de oxígeno, indicador de la aptitud cardiovascular. (Escribano, 2017).

El autor con respecto al entrenamiento interválico de alta intensidad menciona que:

Se caracteriza por intervalos repetidos de esfuerzo de alta intensidad seguidos de tiempos de recuperación de duración variada. Los periodos de trabajo intensos pueden variar en cuanto a duración entre 5 y 8 min; y se ejecutan a una intensidad de 80-95 % de la frecuencia cardiaca máxima. (Escribano, 2017).

La investigación también aborda el entrenamiento de fuerza muscular, entendido como método especializado de acondicionamiento de un individuo que trabaja frente a una amplia variedad de cargas resistivas para mejorar la salud.

Finalmente, la investigación realizada por Heyward (2008) Universidad de México, Estados Unidos, enfoca los interrogantes más comunes sobre el entrenamiento de resistencia en la calistenia y resuelve preguntas como, ¿Que método de entrenamiento de resistencia es mejor? ¿No periodizado o periodizado?,

Esto depende del estado inicial de entrenamiento del cliente y los objetivos, durante la primera etapa de entrenamiento de resistencia (4 semanas), los programas de series múltiples no periodizados y periodizados aumentan la aptitud muscular de levantadores principales y sin entrenamiento, sin embargo, durante el entrenamiento a largo plazo (más de 4 semanas) se necesita variar el estímulo de entrenamiento para continuar aumentando la fuerza y la resistencia muscular. El entrenamiento periodizado es muy recomendable para halterófilos de nivel intermedio y avanzado; el no periodizado es quizás más apropiado para quienes recién empiezan un programa de levantamiento de pesas o están básicamente interesados en mantener la fuerza y el tono muscular. (Heyward, 2008).

Marco conceptual

A continuación, se darán algunas referencias claves para el entendimiento del proyecto.

Actividad deportiva.

Son aquellas que suponen la práctica de una de estas disciplinas; El fútbol, tenis, baloncesto como parte de un deporte, estas actividades deben enmarcarse en un cierto reglamento.

Aunque muchas veces resulta difícil distinguir entre las actividades deportivas y el deporte, unos de los rasgos más característicos de este último es que implica la búsqueda de un resultado, la lucha por la victoria en el contexto de un enfrentamiento entre dos o más equipos. La calistenia es un deporte. (Pérez, J & Gardey).

Calistenia.

Tipo de ejercicio que trabaja movimientos repetitivos para tonificar grupos musculares utilizando solamente el peso del cuerpo. Es una excelente alternativa para las personas que no cuentan con una membrecía en un gimnasio o que no desean inscribirse a uno, para los que prefieren pasar más tiempo al aire libre y ejercitarse en parques o en el hogar. (Khrisys bar, 2019).

Bodyweight exercises (Ejercicios de peso corporal).

Son ejercicios de fuerza que tampoco requieren el uso de pesas o maquinaria, sólo con el propio peso corporal que se opone a los movimientos libres. (Marino, 2015)

Street Workout.

También conocidos como ejercicios al aire libre, es un tipo de actividad física que se realiza en lugares abiertos, tales como; el parque o un complejo público. Es la combinación de otras disciplinas como el atletismo y la calistenia, entre otros deportes en general. (Marino, 2015).

Gym.

Es un establecimiento en donde las personas se reúnen para realizar actividad física, estos gimnasios cuentan con diversos elementos dispuestos para este fin como por ejemplo pesas, juegos de poleas, cintas para correr, etc. Suelen tener también instructores que orientan el tipo de ejercicio recomendado para la situación de cada persona. (Definición, 2020).

Calistenia con lastre.

Consiste en añadir peso adicional a los ejercicios de calistenia con el objetivo de incrementar la carga de entrenamiento. De esta forma se obtiene resistencia y mayor volumen en el sistema muscular, adicional el sistema nervioso llega aún nuevo nivel de estímulos que resultará en mayores ganancias. (Entrenamiento eficaz, 2019).

Barras paralelas.

Básicamente, las barras paralelas se tratan de un aparato utilizado en la gimnasia artística masculina, en el Street workout y en la calistenia. Este aparato consiste en dos barras, donde se practican ejercicios de resistencia “planchas de tercer nivel y todo tipo de fondos, poseen unas dimensiones de 350 cm de longitud y 200 cm de altura, normalmente separadas la una de la otra por una distancia aproximada que varía entre los 42 y 52 cm de distancia. (Todo calistenia, 2020).

Plan de negocios, proyecto de negocio o plan de empresa.

Es un documento en donde se describe y explica un negocio que se va a realizar, así como diferentes aspectos relacionados con este, permite conocer la viabilidad y rentabilidad de un

negocio antes de ejecutarlo, sirve de guía para ponerlo en marcha y en caso de buscar financiamiento brinda una idea más clara de cómo conseguirlo. (Crece Negocios, 2020).

A pesar de la importancia de realizar un plan de negocios, muchos emprendedores suelen pasar por alto esta etapa debido a que piensan que hacer uno es una tarea compleja reservada solo para quienes tienen amplia experiencia en el tema, o que es algo que consume demasiado tiempo o simplemente es innecesario. (Crece Negocios, 2020).

Cada negocio y proyecto importante necesita un plan de negocios, una hoja de ruta para abordar las oportunidades y obstáculos esperados e inesperados que depara el futuro y para navegar exitosamente a través del entorno competitivo particular de ese negocio.

Elaborar un plan de negocio es parte del proceso de prepararse para un negocio. Un plan de negocios no es simplemente un documento que es escrito rápidamente, que se hace circular una vez y que luego es dejado en una repisa llena de polvo, No es una versión ligeramente modificada de un patrón estándar sacado de un manual de instrucciones o de un sitio de internet. Preparar un plan de negocios es una actividad intensamente enfocada. Es una actividad que requiere un pensamiento honesto sobre su concepto del negocio, la oportunidad del negocio, el panorama competitivo, las claves para el éxito y las personas que estarán involucradas. Usted encontrará que su análisis termina en más preguntas que respuestas. Entonces, el próximo paso en el proceso es hacer la investigación para responder esas preguntas. (Harvard Business Press, 2009)

Estudio de factibilidad.

Es un instrumento que sirve para orientar la toma de decisiones en la evaluación de un proyecto y corresponde a la última fase de la etapa preoperativa o de formulación dentro del ciclo del proyecto. Se formula con base en información que tiene la menor incertidumbre posible para medir las posibilidades de éxito o fracaso de un proyecto de inversión, apoyándose en él se tomará la decisión de proceder o no con su implementación. (Miranda, 2005).

Marco teórico

“La calistenia data de 1785, su predecesor quien puso en práctica esta disciplina fue el profesor de gimnasia Christian Carl André en la escuela Salzman (Canadá) debido al clima que no permitía realizar los ejercicios al aire libre”. Esta revista destaca los siguientes aspectos relevantes de la calistenia (EmásF, 2015)

A través de la historia esta disciplina ha tenido una repercusión e implementación como método de preparación física y mental, se tiene como referencia el uso de esta práctica en los entrenamientos de los soldados norteamericanos, en donde algunos lo catalogan como la “nueva gimnasia...”

...Existen conceptos de la diferencia entre gimnasia y calistenia, siendo para la fecha una nueva escuela de gimnasia donde se eliminaban los aparatos y se adecuaba un ritmo que actualmente se entiende diferente, centrado en ejercicios con auto cargas que pretendían conseguir un desarrollo íntegro del cuerpo, a través de la práctica de ejercicios excéntricos, concéntricos e isométricos de fuerza, resistencia y potencia. Destacándose como disciplina con una función adaptable funcional y pedagógica cuyas bases son el cuerpo y movimiento. (EmásF, 2015)

La evolución del concepto de calistenia se adecuó hasta la actualidad, debido a esto no existe una definición exacta, por ello se opta como el conjunto de ejercicios básicos que pretenden desarrollar las capacidades físicas a través del peso corporal y que se pueden desarrollar en cualquier tipo de espacio valiéndose en el equilibrio, coordinación y control corporal para el desarrollo físico y mental. (Del Rio, 2009).

La calistenia a través del tiempo ha estado presente en diferentes ámbitos, como actividades de gimnasia deportiva, además se ha adecuado a diferentes disciplinas como lo es el *CrossFit* el cual tiene matices de esta, el *TRX* o entrenamiento en suspensión, utiliza correas para el trabajo con el peso corporal y se adapta para el entrenamiento en numerosos lugares, otra disciplina es el Pole Dancing practicada en su mayoría por una gran población femenina y se basa en hacer ejercicios armónicos y de flexibilidad con el peso corporal sobre una barra. (EmásF, 2015).

La Calistenia y/o Street Workout.

Street Workout (entrenamiento callejero) es un nuevo concepto adaptado a la calistenia, es un movimiento que se basa en el deporte callejero usando el propio cuerpo y el entorno, sus seguidores lo describen y le dan la importancia como más que una modalidad de entrenamiento y actualmente se es considerado un estilo de vida. La calistenia es adaptada a este nuevo concepto; el *Street Workout* nace en *Brooklyn* donde los afroamericanos competían para ver quién era más fuerte utilizando su entorno y realizando ejercicios básicos y extremos usando la calle como su gimnasio. (Tuta, 2015).

La calistenia también comprende el estilo libre “*freestyle*”, donde se realizan movimientos armónicos y explosivos sobre una barra, éstos no con llevan mucha fuerza al realizarlos, pero se requiere de mucha coordinación y exactitud para no generar lesiones en el cuerpo. Este estilo libre lo ha adaptado la mayoría de los grupos de jóvenes que practican calistenia para complementar sus progresos en ejercicios básicos y llevarlo a la competencia.

La Calistenia y/o Street Workout en Colombia.

Aunque en Colombia no es nueva la práctica de la calistenia como disciplina en la ejecución de ejercicios básicos con el peso corporal y en cualquier tipo de espacio, con la aparición del nuevo concepto el *Street Workout* causó gran impacto ya que las personas que practicaban algo básico de

calistenia se interesaron aún más en su práctica al realizar ejercicios o trucos con alta dificultad técnica. (Tuta, 2015).

Tuta indica que este deporte se ha fomentado rápidamente por todo el país siendo así que todo tipo de personas lo practican (adultos, niños y personas discapacitadas).

Según este autor las principales ciudades donde se practica calistenia y donde se ha convertido en una práctica de competencia son Tuluá, Cali, Bogotá, Barranquilla, Pereira, Popayán, Cartagena.

Debido a que esta disciplina llamada calistenia o *Street Workout* se ha tomado los diferentes espacios públicos en especial los parques de Colombia. El IDR (Instituto Distrital de Recreación y Deporte) tomó la iniciativa de adecuar y crear nuevos espacios públicos acondicionados especialmente para el desarrollo de dicha disciplina, con el fin de fomentar y satisfacer las necesidades de las personas que practican esta modalidad. (Alcaldía Mayor de Bogotá, 2019).

Las adecuaciones cuentan con aparatos especiales para el desarrollo de diferentes ejercicios, formando así los llamados gimnasios al aire libre, algunos tipos de aparatos que se encuentran en estos parques son: elíptica, balancín, discos movibles, caballito, caminadora, pedales, barras paralelas, y algunos de los parques están exclusivamente adecuados para el desarrollo de la disciplina *Street Workout* siendo adecuados con la instalación de todo tipo de barras.

Para el IDR es importante cumplir a través del establecimiento de políticas que beneficien diferentes tipos de población, su participación y cumplimiento de acuerdo con sus actividades, es por esto por lo que la política mencionada anteriormente apunta a beneficiar y fomentar la actividad física adecuando espacios públicos y generando diferentes actividades para la recreación y el deporte. Esta acción por parte del IDR hizo también que la utilización de espacios públicos como parques fuera el foco principal para el desarrollo de la calistenia y dando a conocer de manera más evidente los recursos que se necesitan y su aplicación. Las adecuaciones de los parques del Tunal, Simón Bolívar, la Victoria (San Cristóbal) para la práctica del *Street Workout*. (IDR, 2019).

Beneficios de la calistenia.

El desarrollo de estos ejercicios ofrece importantes ventajas para los que la practican. Algunos de estos beneficios se recogen a continuación:

Una mejora importante de la resistencia y la fuerza muscular. Se trata de una actividad que permite trabajar el cuerpo a nivel global. Gracias a ello el cuerpo está más tonificado y se mejora la forma física. Además, el cuerpo se habitual y va pidiendo más, logrando una gran resistencia muscular a largo plazo. (T. teinteresa.es salud, 2020).

Quema de grasas. Otra gran ventaja que aporta la calistenia es que quema grasas porque son ejercicios muy intensos.

Mayores niveles de flexibilidad. Debido a que los músculos se entrenan casi al límite se mejora la flexibilidad y se reduce la atrofia muscular.

Se logra mejorar la postura corporal y controlar el centro de gravedad.

Estos ejercicios son multiarticulares. De esta forma se fortalecen las articulaciones mejorando su activación y reduciendo así el riesgo de lesiones.

Mejora el estado de ánimo. El desarrollo de la calistenia permite liberar sustancias endocrinas y serotonina que acaba produciendo una mejora del estado de ánimo y sensación de felicidad. (T. teinteresa.es salud, 2020).

Estructura del plan de negocio.

la Universidad Internacional de la Rioja cuenta con la dependencia Uniremprende que se encarga de apoyar a los emprendedores, ellos establecen que el plan de negocios debe constar de las siguientes partes:

Estructura sugerida por la Uniremprende para un plan de negocios.

Resumen ejecutivo.

Descripción del producto y valor distintivo.

Mercado potencial.

Competencia.

Modelo de negocio y plan financiero.

Equipo directivo y organización.

Estado de desarrollo y plan de implantación.

Alianzas estratégicas.

Estrategia de *marketing* y ventas.

Principales riesgos y estrategias de salida. (Uniremprende, 2019).

Estructura modelo Canvas.

El modelo canvas es una herramienta para la toma de decisiones, ayuda a visualizar la forma de un negocio y cuenta con la siguiente estructura.

Socios clave

Actividades clave

Propuesta de valor

Relaciones con clientes

Segmentos de cliente

Recursos clave

Canales

Estructura de costes

Fuentes de ingresos (Oinnokabi, 2020)

Marco legal

Revisando los requisitos que se han de cumplir para que pueda funcionar un gimnasio de calistenia, se identifican los documentos legales que se deben preparar al momento de iniciar un negocio, hace parte de las normativas y leyes que impone el gobierno, pero existen factores que no se pueden obviar y que no son de tema legal, van de la mano del conocimiento y enfoque a el servicio que se desea llegar a prestar y son de igual o mayor importancia, es cuestión de definir y responder a las siguientes preguntas; ¿eres entrenador o emprendedor?, se debe identificar la posición si se es un entrenador profesional titulado, entonces se necesitará un apoyo a nivel de gestión de negocio. En cambio, si se es un emprendedor no titulado en fitness, se debe recurrir al conocimiento que aporte personal especializado.

De acuerdo con gerencie.com los requisitos necesarios para la implementación de un negocio tipo gimnasio son los siguientes:

Inscribirse en el registro mercantil.

Diligenciar el certificado de uso de suelos.

Adquirir el certificado de Sayco & Acinpro.

Adquirir el concepto sanitario.

Certificado de seguridad.

Inscripción en Registro Único Tributario (RUT). (Gerencie.com, 2017)

Hipótesis y variables

Hipótesis 1

La actividad deportiva calistenia y su aplicabilidad como oportunidad de negocio. La población en general encuentra una necesidad en la actividad deportiva para alcanzar una expectativa de vida o lograr un prototipo de imagen estandarizado por la moda y el mundo fitness. Las variables que se plantean son; estilo de vida de la población, poder adquisitivo, hábitos y nivel de aceptación de la actividad deportiva.

Hipótesis 2

La población está interesada y dispuesta a practicar calistenia, a través de diferentes herramientas implementadas en la investigación se obtiene un panorama claro de que el 80% de la población estaría dispuesto a practicar calistenia y a su vez pagar por tener asesoría de entrenamiento.

Metodología del proyecto

Naturaleza de la investigación

La investigación es de enfoque cualitativo, “estudia la realidad en su contexto natural y cómo sucede, sacando e interpretando fenómenos de acuerdo con las personas implicadas”. (Blasco & Pérez, 2007).

Este proyecto se trabajó de acuerdo con esta investigación, ya que, a través de la encuesta, de las observaciones y consultas se encuentran aspectos cualitativos, los cuales ayudan a definir el cliente potencial, cuáles son sus necesidades y a evaluar la viabilidad de la calistenia como negocio.

Tipo de investigación

El estudio es descriptivo ya que este permite identificar factores claves y determinantes de una población como: costumbres, hábitos, actitudes, tendencias y se identifican las estrategias pertinentes para tener una mejor visualización de la idea del negocio frente al cliente.

También es proyectivo puesto que se utilizó el plan de negocio como herramienta para identificar la factibilidad de un negocio utilizando el dispuesto por la página emprenderoja.es.

Universo, población, muestra, unidad de análisis

Universo.

Individuos o elementos en los cuales se presenta determinada característica para ser estudiada, en esta investigación individuos con hábitos deportivos.

Población.

Personas que se encuentran en Bogotá y practican deporte.

Muestra.

Se tomó una muestra no probabilística por conveniencia ya que ubicar a la población definida resultaba difícil en cuanto a su tamaño, teniendo en cuenta cifras publicadas por la página Bogotá donde se menciona que el 85% de la población practica alguna actividad física o deportiva. (Bogotá mi ciudad, 2014).

La muestra fue constituida por 30 personas que practican alguna actividad física, no precisamente calistenia, aunque los encuestados tienen un concepto básico de la disciplina. ver anexo # 1

Instrumento.

La encuesta que se utilizó para la recolección de los datos se aplicó a través del formulario tipo encuesta de Google. En donde se hizo una difusión de esta a personas que se creían que practicaban algún tipo de deporte y/o actividad física (ver anexo # 1).

Se realiza un formato para la validación del instrumento, se somete al criterio de expertos en mercadeo y deportes. (ver anexo # 2).

Validación del instrumento. La encuesta se somete a criterios de pertinencia, coherencia y suficiencia por parte de dos mercadólogos y un docente en educación física, recreación y deportes, quienes coinciden desde su perspectiva y experiencia en que la pregunta donde se solicita el contacto a los encuestados no tiene relevancia y de acuerdo con el índice de validez se toman los valores iguales o superiores a 0.66, Como se muestra en la tabla # 1. Por lo tanto, la pregunta correspondiente al número de teléfono se descartó del análisis.

Expertos. Los expertos que validaron el instrumento son: Diana Carolina Gamba Moreno especialista en Mercadología, Mónica Camelo especialista en Mercadología y Wilson Mauricio Caro Montejo docente en educación física, recreación y deportes.

Tabla 1.

Resultados validación del instrumento.

Resultados de la validación del instrumento por los evaluadores expertos			
Preguntas	# de jueces de acuerdo	# de jueces en desacuerdo	Índice de validez
Genero	3	0	1
Edad	3	0	1
Ciudad y barrio donde vive	3	0	1
Numero teléfono	0	3	0
¿A qué se dedica?	3	0	1
Nivel de ingresos mensual	2	1	0,67
¿Practica alguna actividad deportiva?	3	0	1
¿Cuánto tiempo le dedica?	3	0	1
¿Sabe que es calistenia?	3	0	1
¿Qué concepto tiene de calistenia?	3	0	1
¿Practica calistenia?	3	0	1
¿Dónde practica calistenia?	3	0	1

¿Es gratuito o tiene algún costo?	3	0	1
¿Cuánto paga por sesión o mensualidad?	3	0	1
¿Este lugar brinda algún tipo de seguridad?	3	0	1
¿Quién dirige u orienta las sesiones es profesional?	3	0	1
¿Frecuencia con la que practicaría calistenia?	3	0	1
¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a dedicar en esta disciplina?	3	0	1
¿Estaría dispuesta/o a pagar por el espacio y acompañamiento durante una actividad física de calistenia?	3	0	1
¿En cuál de estos lugares le gustaría practicar calistenia?	3	0	1
¿Cuál de estas opciones de pago se ajustaría a su preferencia o necesidad?	3	0	1
¿Si su pago fuese mensual o pago diario cuanto estaría dispuesto a pagar?	3	0	1
¿Estaría dispuesto adquirir accesorios (guantes, bandas elásticas, chalecos, piñeras y/o muñequeras) para el pleno desarrollo de actividades deportivas?	3	0	1
¿Acompañaría la actividad física con alguna bebida o proteína que ayude al rendimiento de esta?	3	0	1
¿Conoce algún gym de calistenia?	3	0	1
¿Cuál y dónde se ubica?	3	0	1

Nota: Autoría propia.

Unidad de análisis.

Mujeres empleadas entre 20 y 60 años que vivan en la ciudad de Bogotá y practiquen alguna actividad deportiva.

Plan para el proceso de recolección y procesamiento de los datos

Se diseñó una encuesta con la cual se pretende identificar factores claves en la población como hábitos deportivos, tipos de ingresos y tiempo dedicado a la actividad deportiva, consta de 22 preguntas las cuales se pueden observar en el anexo # 1

También se construyó un plan de negocios aplicando la herramienta plan de empresa en línea que se encuentra en la página emprenderioja.es con el objetivo de cuantificar la factibilidad y viabilidad del montar un gym de calistenia.

Se aplicó la idea de negocio a la herramienta modelo Canvas con el fin de estructurar y definir las áreas más importantes dentro del negocio.

Se realizó un testeó del producto vía online con algunos posibles clientes entre ellos la mayoría mujeres, donde se realizó rutinas básicas para abdomen, piernas y brazos, en la cual se trabajó el grado de resistencia y repeticiones por parte de los beneficiados.

Descripción de los datos obtenidos e interpretación y discusión de la información

Estudio de mercado

La encuesta aplicada arrojó los siguientes resultados:

El mayor porcentaje de los encuestados son del género masculino con un 67,7 % esto debido a que en los establecimientos donde se realizó la encuesta, se encontraban más personas de este género, como se muestra a continuación en la figura # 1.

GENERO

30 respuestas

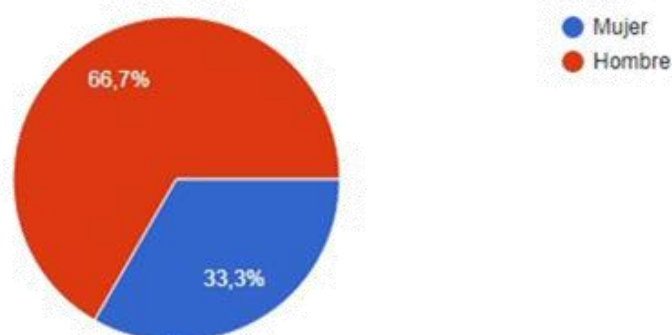


Figura 1. Encuestados por género. Autoría propia.

El rango de edad de los encuestados oscila entre los 28 y 23 años, es una población activa y con poder adquisitivo estable, como se observa a continuación en la figura # 2.

Edad

30 respuestas

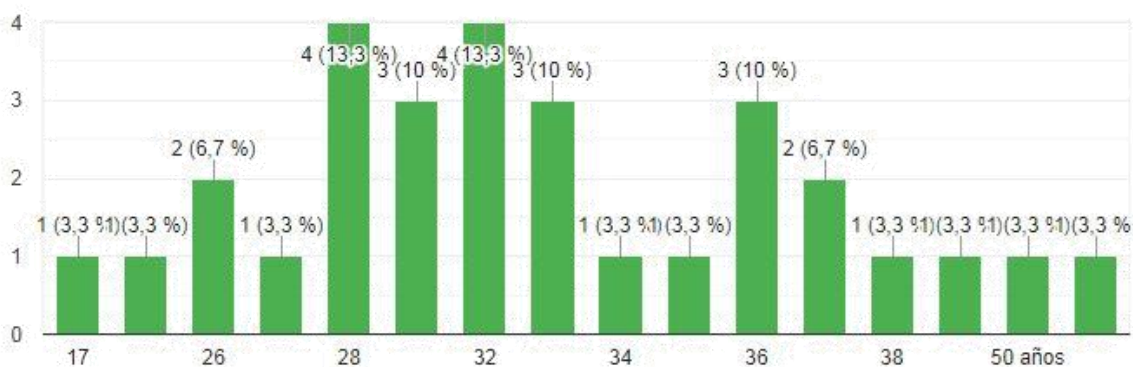


Figura 2. Edad de los encuestados. Autoría propia.

La encuesta se realizó en habitantes de diferentes puntos de la ciudad. como se muestra en la figura # 3.

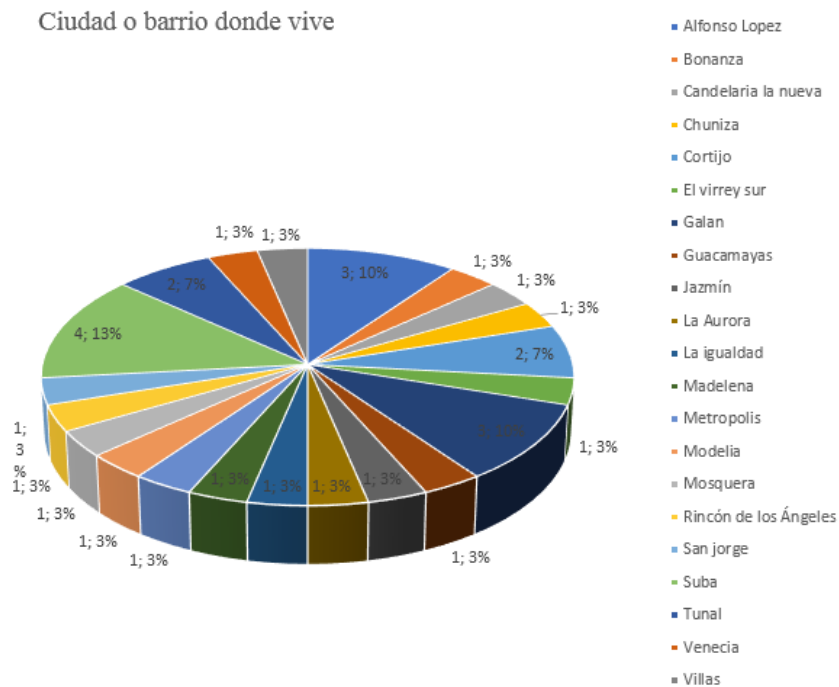


Figura 3. Lugar de vivienda de los encuestados. Autoría propia

La ocupación de los encuestados permite visualizar un rango aproximado entre 800.000\$ y 500.000\$ del poder adquisitivo y los hábitos de vida que lleven. A continuación, se muestra en la figura # 4 el porcentaje de ocupación.

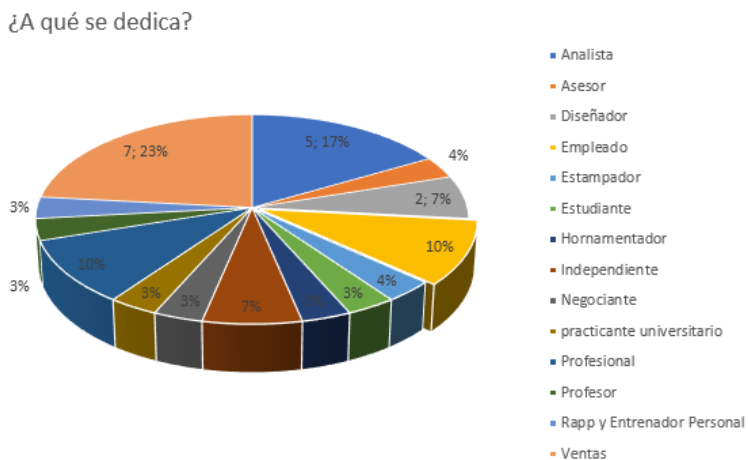


Figura 4. Ocupación de los encuestados. Autoría propia.

El 80% de los encuestados tienen un poder adquisitivo mensual por encima de los \$900.000, como se evidencia en la figura # 5, adicional el 16,7% de los encuestados ganan entre 600 a 900 mil pesos.

Nivel de ingresos mensual

30 respuestas

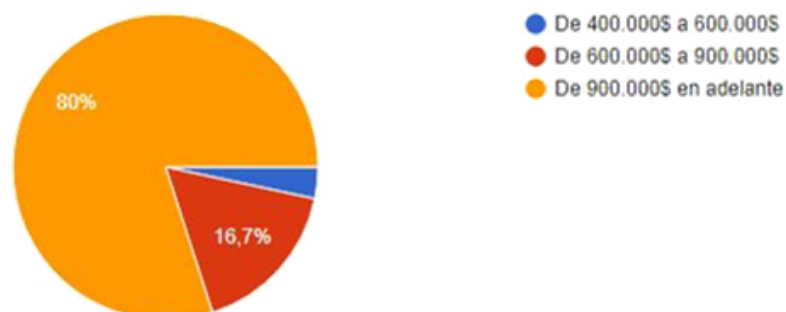


Figura 5. Nivel de ingresos. Autoría propia

De la misma manera el 80% de los encuestados practica actividad deportiva; es de valiosa importancia este dato debido a que este porcentaje de la población invierte su tiempo y tal vez algún recurso monetario para llevar a cabo su actividad física, como se muestra en la figura # 6, el 20% de los encuestados no practica actividad deportiva generando una oportunidad creando estrategias para volverlos posibles clientes.

¿Practica alguna actividad deportiva?

30 respuestas

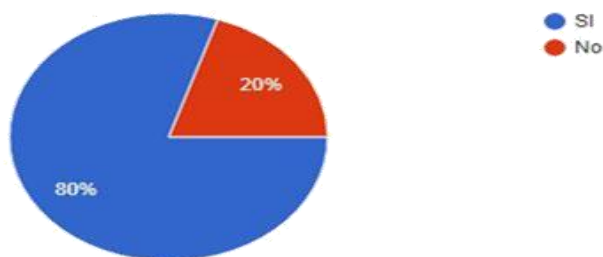


Figura 6. Personas que practican alguna actividad deportiva. Autoría propia.

La mitad de la muestra le dedica una hora diaria como mínimo a una actividad física y/o deporte; esto evidencia un panorama neutral en cuanto a que se deben generar estrategias de ¿cómo llegar a la población que no practica alguna actividad deportiva? y ¿cómo hacer que los que practican

alguna actividad deportiva vean la calistenia como una opción nueva y de mejores resultados para el desarrollo de la vida saludable? ver la figura # 7.

¿Cuanto tiempo le dedica?

30 respuestas

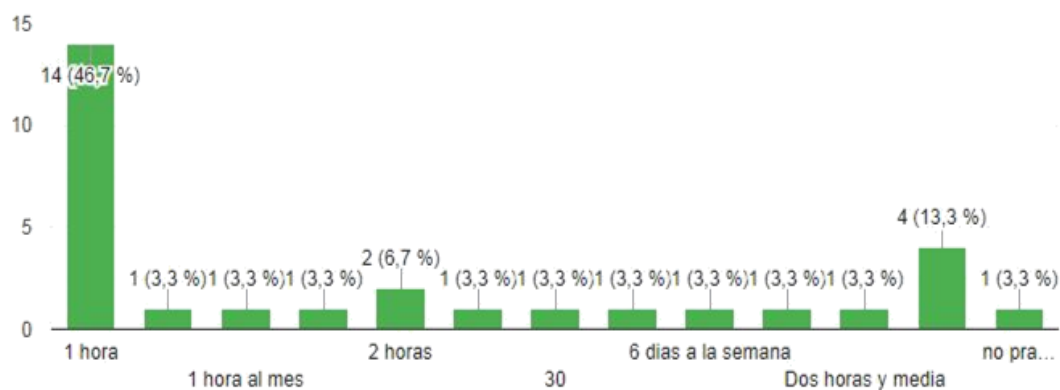


Figura 7. Tiempo dedicado a la práctica de calistenia. Autoría propia.

De los encuestados, el 90% tiene conocimientos de lo que significa el término calistenia, por lo tanto, es importante fortalecer el concepto mostrando sus diferentes beneficios como lo muestra la figura # 8.

¿Sabe que es calistenia?

30 respuestas

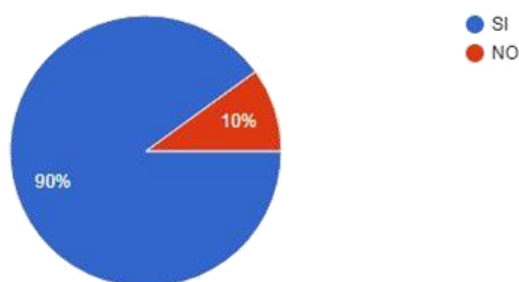


Figura 8. Afirmación de concepto de calistenia en los encuestados. Autoría propia.

El 50% de los encuestados practican calistenia, esto quiere decir que, aunque muchas personas sedentarias no conozcan el concepto o la actividad, las personas que la practican la están llevando como hábito dentro de sus rutinas de ejercicio. Como se muestra en la figura # 9, el restante de los

encuestados que no la practican generan la oportunidad para desarrollar estrategias y mostrar la disciplina.

¿Practica calistenia?

30 respuestas

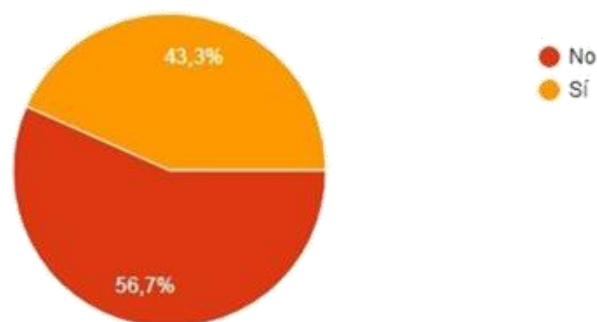


Figura 9. Personas que practican calistenia. Autoría propia.

Respecto a la pregunta sobre los puntos donde los encuestados practican calistenia, la mitad de los encuestados no la practica, debido a que no conocen a fondo los múltiples beneficios, como se observa en la figura # 10.

¿Donde practica calistenia?

30 respuestas

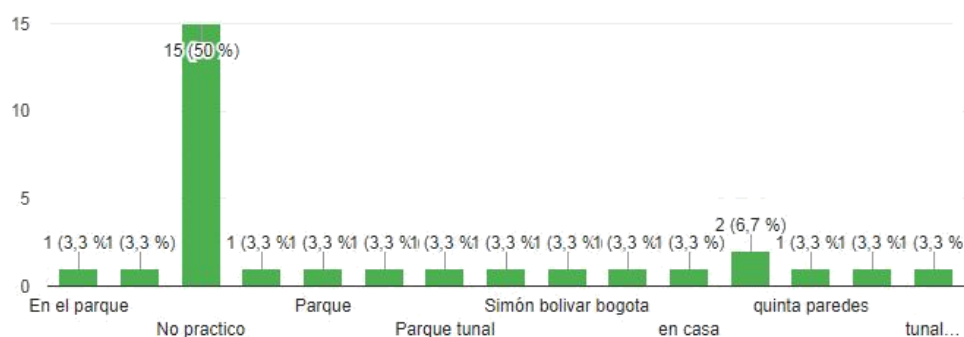


Figura 10. Lugar donde practican calistenia los encuestados. Autoría propia.

El 86,7 % de los encuestados no paga asesoría o establecimiento para practicar calistenia, esto proyecta la posibilidad de realizar estrategias para vender el producto como asesoría y establecimiento, tal como se observa en la figura # 11.

¿Es gratuito o tiene algún costo?

30 respuestas

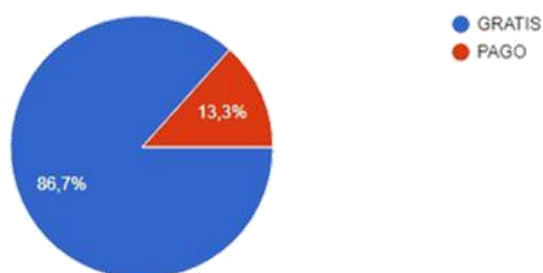


Figura 11. Valor por practicar calistenia. Autoría propia.

La mayoría de los encuestados no paga o no practica esta disciplina, se pueden generar a partir de este dato, estrategias que permitan llegar a este posible cliente y atraerlos a entrenar y pagar por un establecimiento donde puedan estar seguros y bien entrenados. Como se muestra en la figura # 12.

¿Cuanto paga por sesion o mensualidad?

30 respuestas

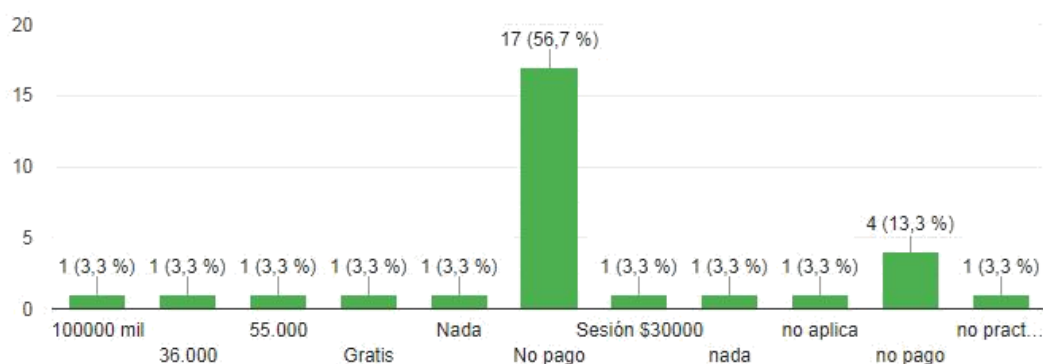


Figura 12. Valor del pago por practicar calistenia en los encuestados. Autoría propia.

El 90% de los encuestados afirma tener seguridad en el lugar donde practican calistenia, aunque se practique en lugares abiertos, como parques, bosques, hogar. En la estrategia de publicidad se debe mostrar el beneficio del seguro contra lesiones al practicar y pagar en un establecimiento. Como se muestra en la figura # 13.

¿Este lugar brinda algún tipo de seguridad?

30 respuestas

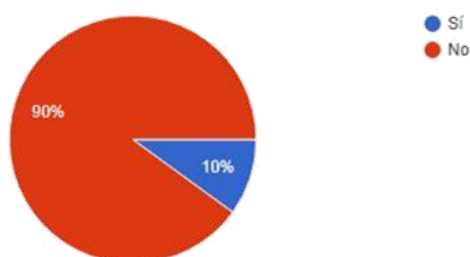


Figura 13. Encuestados que cuentan con seguro por practicar calistenia. Autoría propia.

El 20% de los encuestados no cuenta con una asesoría profesional en cuanto a entrenamiento y sus beneficios. Como se observa en la figura # 14.

¿Quien dirige u orienta las sesiones es profesional?

30 respuestas

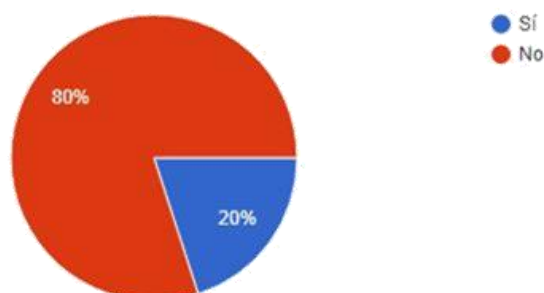


Figura 14. Asesoría en entrenamientos por parte de algún profesional. Autoría propia.

El 70% de los encuestados practica a diario calistenia, siendo así un aspecto a tener en cuenta para llegar con estrategias que permitan mostrar el negocio como la mejor opción. Como se resalta en la figura # 15.

¿Frecuencia con la que practicaría calistenia?

30 respuestas

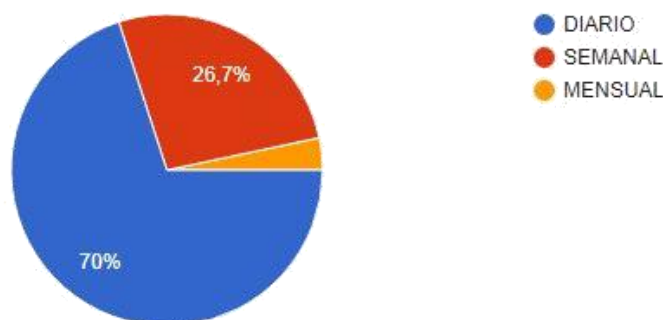


Figura 15. Frecuencia con la que practican calistenia los encuestados. Autoría propia.

El total de los encuestados estaría dispuesto a pagar por acompañamiento y espacio en el desarrollo de una actividad de calistenia, acá es donde se evidencia el valor de la asesoría profesional en los hábitos de vida saludable. A continuación, se muestra la figura # 16.

¿Estaría dispuesta/o a pagar por el espacio y acompañamiento durante una actividad física de calistenia?

30 respuestas



Figura 16. Encuestados que están dispuestos a pagar por acompañamiento o asesoría. Autoría propia.

El 60% de los encuestados están de acuerdo con practicar la calistenia en un gimnasio en donde se debe pagar por un espacio bajo el acompañamiento de un entrenador; lo cual da pie para generar estrategias y ofrecer un servicio que sea competente dentro del mercado, como lo evidencia la figura # 17.

¿En cuál de estos lugares le gustaría practicar calistenia?

30 respuestas

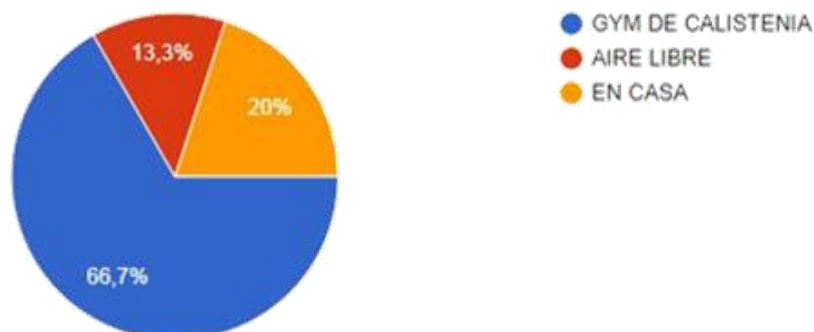


Figura 17. Lugar donde les gustaría practicar calistenia. Autoría propia.

El 86% de los encuestados tiene como preferencia el pago por mensualidad, esto refiere a que el producto que se ofrece y al que se debe poner un mayor impacto en estrategia publicitaria es la mensualidad, se podría mantener más constante la clientela que con el producto de la rutina. Como se evidencia en la figura # 18.

¿Cuál de estas opciones de pago se ajustaría a su preferencia o necesidad?

30 respuestas

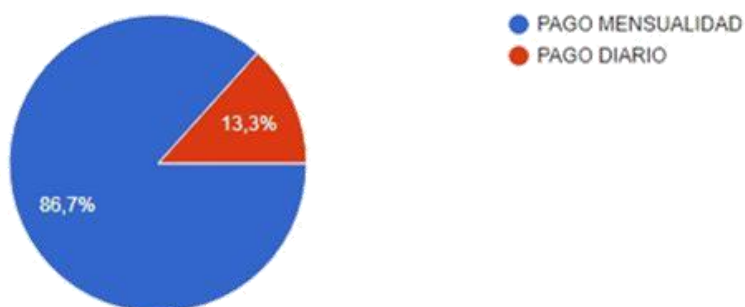


Figura 18. Preferencia o necesidad modo de pago. Autoría propia.

En promedio los encuestados estarían dispuestos a pagar mensualmente por asistir a un establecimiento de calistenia entre \$40.000 y \$50.000, teniendo en cuenta que las rutinas también se podrían dar al aire libre. A pesar de este resultado en la encuesta, el estudio de mercado y la proyección que se realiza a partir del presupuesto el valor del producto mensualmente debe ser de

70.000\$ para cubrir gastos y generar una rentabilidad que pueda suplir las necesidades del negocio y pueda mantenerse en el tiempo. Las preferencias sobre el precio se muestran en la figura # 19.

¿Si su pago fuese mensual o pago diario cuanto estaría dispuesto a pagar?

30 respuestas

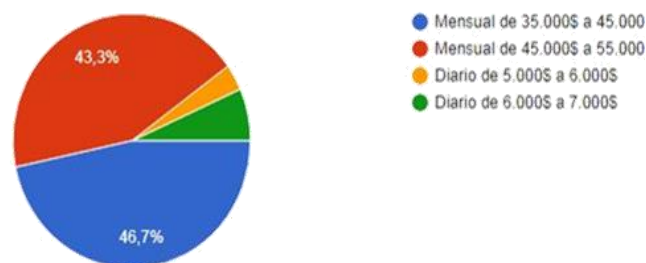


Figura 19. Si su pago fuese mensual o pago diario, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar? Autoría propia.

El 90% de los encuestados estarían dispuestos a comprar accesorios y consumir bebida de proteína para la práctica de calistenia, abriendo la posibilidad de generar otro mercado dentro del establecimiento, generando así una mayor rentabilidad y consistencia en los productos base ofrecidos, como se muestra en la figura # 20.

¿Estaría dispuesto adquirir accesorios (guantes, bandas elásticas, chalecos, piñeras y/o muñequeras) para el pleno desarrollo de actividades deportivas?

30 respuestas



Figura 20. Encuestados que estarían dispuestos a adquirir accesorios. Autoría propia.

El 93% de los encuestados consumirían algún tipo de proteínas dando así lugar a un nuevo producto dentro del establecimiento y generando mayor rentabilidad. Como se muestra en la figura # 21.

¿Acompañaría la actividad física con alguna bebida o proteína que ayude al rendimiento de esta?

30 respuestas

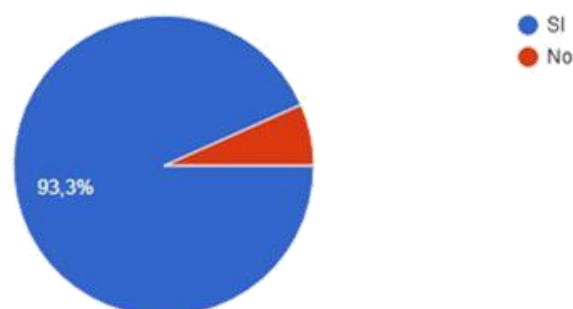


Figura 21. Acompañamiento de actividad física con alguna bebida. Autoría propia.

El 80% de las personas encuestadas no conoce un gym de calistenia, lo cual abre la puerta a la implementación de una nueva idea de negocio donde se construya este tipo de establecimiento. Como se muestra en la figura # 22.

¿Conoce algún gym de calistenia?

30 respuestas

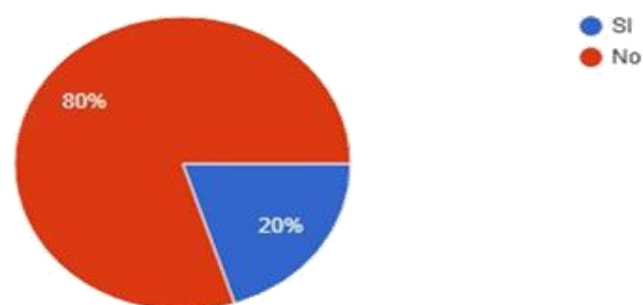


Figura 22. Establecimiento de calistenia. Autoría propia.

Finalmente, del total de los encuestados algunos conocen tres gym de calistenia, uno de ellos ubicado a las afueras de Bogotá, brindando la oportunidad de implementar este nuevo negocio. Como se observa en la figura # 23.

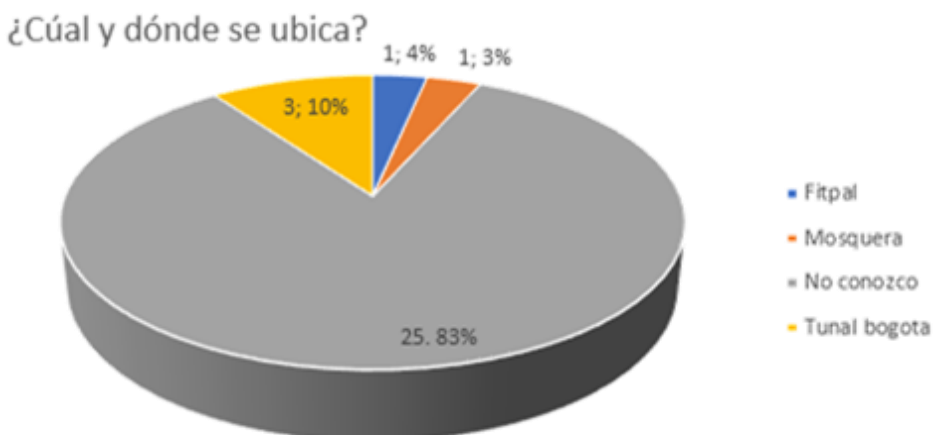


Figura 23. Nombre y ubicación de un gym de calistenia. Autoría propia.

Modelo Canvas.

Se desarrolla la idea de negocio dentro de la herramienta modelo Canvas, permitiendo definir de manera más clara y simplificada algunos factores relevantes dentro de la idea de negocio. Ver figura # 24.

Socios claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
Colegios, universidades, empresas, IDR.	Servicio y acompañamiento de rutinas de básicas y avanzadas de ejercicios dentro del establecimiento y online.	GYM de calistenia donde se presta el servicio de acompañamiento y en actividad física a mujeres generando beneficios en la salud y fortaleciendo su sistema muscular. Adicional permitiendo la comodidad de ellas en el desarrollo de sus rutinas sin sentirse observadas por su género opuesto.	Directa “acompañamiento en el desarrollo de las rutinas dentro y fuera del establecimiento, e indirecta “rutinas online y divulgación de información sobre vida fitness a través de diferentes redes sociales.	Mujeres empleadas o independientes, entre 20 a 60 años, que vivan en Bogotá y les guste o deseen practicar actividad física con el fin de mejorar su estado de salud o sacar algún beneficio personal de ello. Teniendo en cuenta que el 85% de la población bogotana practica alguna actividad deportiva y que de estas personas sus hábitos son mantener en forma y practicar actividad física al aire libre o en algún establecimiento donde brinde seguridad, el segmento femenino contiene todas las especificaciones para ser clientes potenciales.
	Recursos claves Establecimiento con las condiciones adecuadas para prestar el servicio de rutinas, conocimiento en musculación y nutrición pre y post entreno. Circuito de calistenia y accesorios para el desarrollo de las rutinas.		Canales Publicidad a través de redes sociales y entrega de tarjetas directa al cliente. También se ofrecen rutinas gratuitas como inicio en las empresas, colegios, universidades con el fin de dar a conocer el negocio y el producto.	
Estructura de coste Inversión inicial requerida: \$ 21.971.825. Periodo de recuperación de la inversión (requiere más de 3 años para recuperar la inversión). Mensuales: Costos y gastos fijos: \$5. 442.833 Ingresos anuales. Primer año: \$74.340.000 TIR: 33.51% VAN: \$4.942.081 TIO: 20% Punto de equilibrio: \$71.263.163 (se alcanza en el primer año).		Fuentes de Ingreso Rutinas presenciales y online a través del pago mensual o por rutina, de acuerdo con la comodidad y preferencia del cliente. Posible venta de bebida proteínica para la recuperación después del entreno. Posible venta de accesorios para la comodidad durante el desarrollo de la actividad física.		

Figura 24. Modelo de negocio Canvas. Autoría propia.

Plan de negocio.**Idea de negocio.**

Montar un *GYM* de calistenia donde se preste servicio de acompañamiento y herramientas para el desarrollo de esta disciplina.

Razón social.

Luansase C&N. Se realiza la validación de la razón social y se encuentra disponible para poder hacer registro en la cámara de comercio de Bogotá.

Nombre comercial.

Inner Power. Se realiza la validación del nombre comercial y se encuentra disponible para hacer su uso, Inner Power es la traducción de “poder interior”, lo que quiere expresar y transmitir es el deseo que tienen las personas al proponerse alguna meta o logro, además en el mercado de negocios dedicados a la actividad física, escogen palabras que expresan fortaleza y se mencionan en inglés.

Visión del negocio.

Inner Power para el 2022 será un negocio posicionado en el mercado fitness, focalizado en asesoría y acompañamiento de rutinas de actividad física (calistenia), brindando servicios en espacio cerrado (*GYM*) como ejercicios en paralelas, dominadas en barra, hipertrofia y/o productos de bebidas para mejorar el desempeño de la práctica.

Misión del negocio.

Inner Power es un negocio que presta el servicio espacio, acompañamiento e instrucción de actividades físicas de calistenia, mejorando la calidad de vida de los clientes y fomentando el buen uso de la vida sana.

Objetivo del negocio.

Brindar un servicio de calidad en las actividades físicas donde los clientes se sientan satisfechos y lograr así un posicionamiento en el mercado fitness y de esta manera seguir ampliando el negocio.

Descripción del negocio.

Establecimiento acondicionado para la actividad física de calistenia, donde se encuentran diferentes herramientas para el uso y la práctica de esta, cuenta con un circuito de barras (paralelas, barra para dominadas, camilla abdominal. Se ubicará en el barrio Restrepo, cerca de la plaza de mercado.

Segmento del mercado.

Mujeres empleadas o independientes, entre 20 a 60 años, que vivan en Bogotá y les guste o deseen practicar actividad física con el fin de mejorar su estado de salud o sacar algún beneficio personal de ello. Teniendo en cuenta que el 85% de la población bogotana practica alguna actividad deportiva y que de estas personas sus hábitos son mantener en forma y practicar actividad física al aire libre o en algún establecimiento donde brinde seguridad, el segmento femenino contiene todas las especificaciones para ser clientes potenciales.

Nicho de mercado: Todas aquellas mujeres con ingresos constantes, de la ciudad de Bogotá, que estén en los estratos 1, 2 y 3 que desean practicar actividad física con un bien común como formar un hábito de vida saludable o generar cambios en su fisionomía muscular y que busquen la comodidad al realizar actividad física sin sentir el acoso del género opuesto.

Ventaja competitiva.

Nuevo producto en el mercado, disciplina en crecimiento.

Análisis del entorno empresarial.

En el sector de la actividad física se encuentran los establecimientos o negocios llamados gimnasios donde prestan variedad de servicios, herramientas como discos, pesas y máquinas para diferentes rutinas, servicio de baile (zumba), rutinas de crossfit y en algunos establecimientos servicio de spa.

Se utiliza la herramienta PESTEL para analizar los factores económicos, sociales, políticos y tecnológicos que interfieren y pueden ser ventaja o amenaza para la idea de negocio, como se muestra en la tabla # 2.

Tabla 2.

Análisis PESTEL.

Factores	Observaciones
Políticos	Propuestas por parte del gobierno para incentivar la práctica de la disciplina calistenia. Adecuación e inversión de los parques donde se podría ofrecer servicio personalizado.
Económicos	Aumento del desempleo. Impuesto al crear negocio. Bajo poder adquisitivo en la población como cliente potencial. Crecimiento del dólar.

Sociales	Nuevas tendencias, modas. Variedad en estilos de vida. Concepto de la práctica de calistenia al aire libre. Sedentarismo en crecimiento.
Tecnológicos	La práctica de esta disciplina no maneja mucha tecnología en comparación a otros tipos de negocios.
Ambientales	Cambio climático si se presta el servicio al aire libre.
Legales	Seguro de protección contra lesiones a los clientes. Crisis mundial por tema de pandemias, donde se afecta todo tipo de comercio y actividad económica.

Nota: Autoría propia

Se utiliza la herramienta cinco fuerzas de Porter para analizar más detenidamente el entorno empresarial. Ver figura # 25.

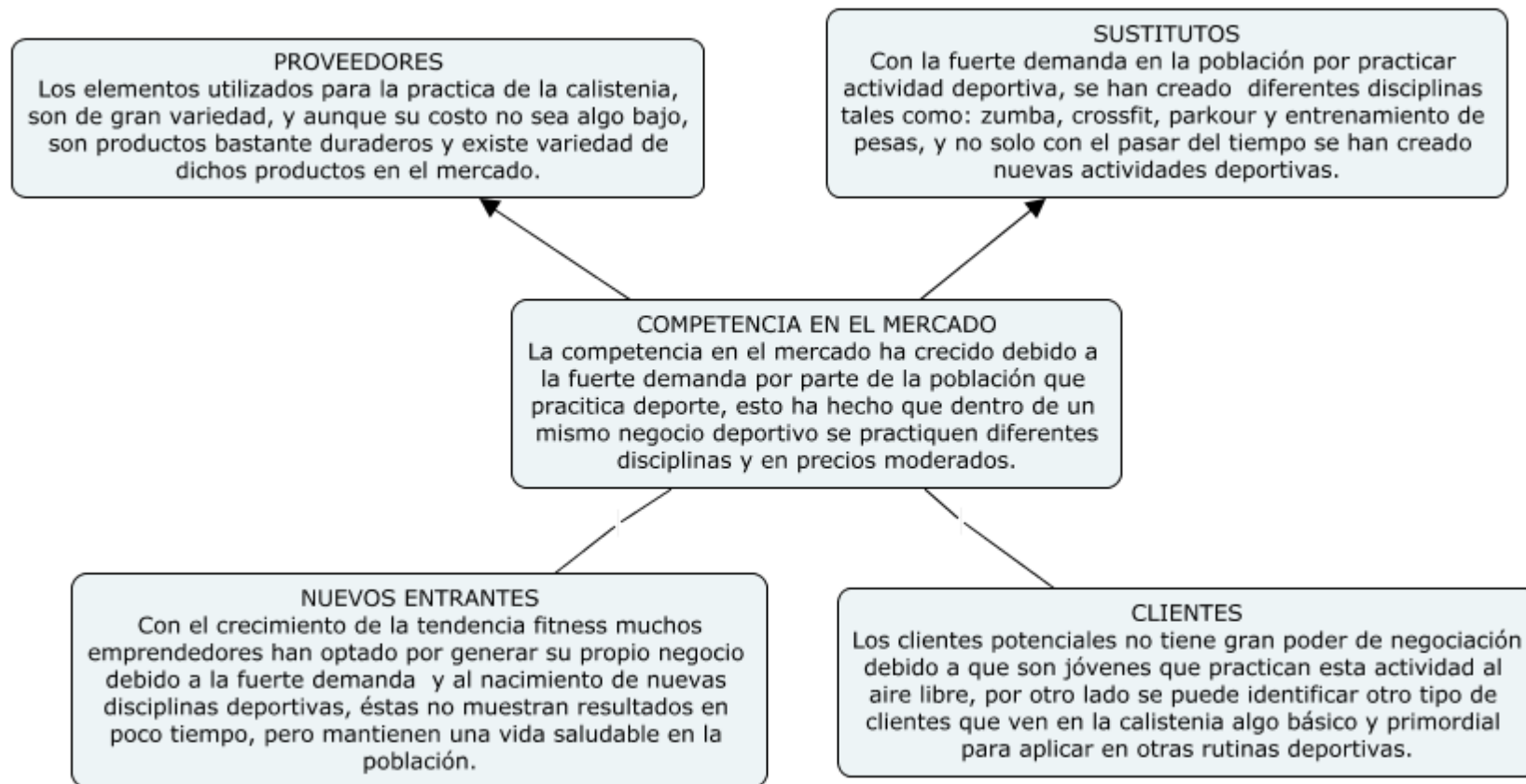


Figura 25. Cinco fuerzas de Porter. Autoría propia.

Análisis de la competencia.

Entre los principales competidores de nuestro negocio se encuentran los negocios Gym cercanos a nuestro establecimiento, el gym más cercano es Smart Fit, ubicado a las cercanías del parque metropolitano el tunal, este establecimiento cuenta con diferentes servicios entre ellos rutina con pesas, clases de zumba, aeróbicos y cuenta con gran variedad de aparados para el desarrollo de las rutinas. También las cajas de compensación que ofrecen diferentes paquetes de actividad física al aire libre dirigidas, las otras actividades deportivas como futbol, atletismo, ciclismo, entre otras también son una competencia directa debido a que juega con la preferencia y gustos de los posibles clientes.

Aproximadamente existen 564 establecimientos o negocios dedicados a la actividad física en Bogotá. (Concejo de Bogotá, 2018)

En la tabla # 3, se evidencian algunas de las empresas más reconocidas que trabajan en el mismo sector, es importante conocerlas ya que a través de ellas se puede identificar debilidades y fortalezas.

Tabla 3.

Empresas del sector.

Empresas del sector	
Empresas que trabajan en el mismo sector	Supérello Zone
	Spinning center gym
	Bodytech
	Fitpal
	Hard body

Nota: Autoría propia

En la tabla # 4, se analizan dos de las más grandes empresas en Bogotá, dedicadas a la prestación de servicios del lugar, maquinaria y asesoría física.

Tabla 4.

Análisis de competencia directa

Empresas competidoras	Nivel de aceptación	Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo venden?
-----------------------	---------------------	-----------------------------	---------------------------	-------------------------------------	--------------------------

	Nivel de aceptación						
	Alta	Regular	Poca				
Bodytech	x			Clientes que desean transformar su vida a través de la actividad física	Buen servicio, variedad en los productos	Establecimientos ubicados en diferentes partes de Bogotá	Variedad de precios, oscila entre 80.000 y 110.000
Spinning center GYM		x		Personas entre 12 y 90 años que logran resultados tangibles y sostenibles en corto tiempo	Variedad en el servicio y acompañamiento	Existen diferentes sedes en Bogotá	80 mil pesos mensuales

Nota: Autoría propia

En la tabla # 5 se analiza la competencia indirecta, son aquellas empresas que brindan un servicio complementario a sus clientes ya que se encuentran vinculados a su negocio.

Tabla 5.

Análisis de competencia indirecta.

Empresas competidoras	Nivel de aceptación			Tipo de cliente que atiende	¿Por qué razón la elijen?	¿Dónde se comercializa el producto?	¿A qué precio lo venden?
	Alta	Regular	Poca				
Cajas de compensación	x			Empleados afiliados a las cajas de compensación y que acceden a las actividades físicas propuestas por las mismas.	Buen servicio, espacio y aprovechamiento de los recursos destinados.	Al aire libre, en los espacios destinados por las cajas de compensación.	Por el hecho de ser afiliados y dependiendo de la actividad propuesta, algunos son gratuitos.

IDRD (Instituto de recreación y deporte)	x	Cualquier tipo de persona que haga parte de la población bogotana.	Por que acceden de manera gratuita.	en diferentes parques de Bogotá.	no tiene ningún costo.
Otras actividades deportivas	x	Personas con preferencias y gustos deportivos definidos.	Tienen como objetivo alcanzar una meta, la definen como carrera.	establecimientos privados, al aire libre, parques.	El precio oscila entre 100 mil y 200 mil pesos mensuales para cualquier tipo de actividad deportiva.

Nota: Autoría propia

Alianzas estratégicas.

Las posibles alianzas que se pueden realizar son a través de la relación que se establezca con los establecimientos de actividad física que se encuentren cerca al negocio para hacer compras al por mayor de los accesorios, esto genera un valor bajo o descuento al por mayor de la compra de estos productos.

Otra estrategia es establecer acuerdos con entidades para dar a conocer el producto, esta se ofrecería a colegios, universidades, empresas e IDRDR al inicio de manera gratuita para afianzar y mostrar el servicio que se prestaría.

Estrategias de marketing.

Estrategia de producto o servicio. Prestar el servicio de calidad en actividad física de calistenia, en un lugar adecuado y seguro para los clientes, en el siguiente link, se observa lo que es la calistenia y algunos ejercicios que se ofrecerán dentro de las rutinas <https://www.youtube.com/watch?v=lCnemJWfZJg..> Dentro de la estrategia de productos y

servicios se evidenciaran resultados en su cuerpo a corto tiempo, tendrán nuestros clientes seguridad dentro del establecimiento, adicional nutrirán su conocimiento sobre calistenia y sus múltiples beneficios, también contarán con seguro contra lesiones siempre y cuando haya sido ocasionado por alguna irregularidad o falla en los aparatos que estén disponibles dentro del establecimiento y por último y no menos importante implementar un hábito de vida saludable dentro de su rutina diaria.

Los dos productos que se ofrecerán constan de una rutina diaria y una mensualidad, a la rutina se podrá acceder de manera libre pagando solo 7 mil pesos accediendo a los servicios que presta el establecimiento y por el tiempo que dure la rutina del cliente. Por otro lado, el producto de la mensualidad consta de mejores servicios debido a que estarán disponibles las instalaciones y el uso de las herramientas los 30 días del mes, carnetizando a cliente y ofreciéndole mayor seguimiento a sus rutinas.

Testeo. En los meses comprendidos entre enero y junio de 2020 se realizaron rutinas virtuales, donde se practicaron ejercicios básicos para fortalecer el core, piernas y brazos con una duración de 40 a 60 min, divididos en 3 series, se determina un grado de aceptación alto por parte de los beneficiados después de la rutina, ya que solicitan nuevamente una rutina online.

Estrategia de precio. Se maneja de acuerdo con el servicio adicional que se brinda a través del seguro contra accidentes y que permita generar mejores utilidades.

El precio del producto según la encuesta realizada y al precio del mercado por mensualidad y que se ajusta al estudio de viabilidad en cifras que se hizo, debe ser de \$70.000 mensualidad y de \$7.000 rutina.

El precio se determina por medio de una encuesta y la investigación de precios de establecimientos que prestan servicios afines, es un precio definido al mercado en base a los precios que maneja actualmente los diferentes negocios de actividad física.

Estrategia de promoción. Se informará a través de redes, con anuncios del nuevo establecimiento y los servicios que se prestarán. El negocio contará con una página web donde se informa los productos y ubicación de este, también se dará a conocer la idea de negocio directamente al consumidor a través de volantes y o tarjetas con la información de ubicación y servicios del negocio. Se tiene contemplado realizar acuerdos con los aliados estratégicos, colegios, centro comercial, IDRDR para ofrecer dentro de sus instalaciones y de manera gratuita jornadas de

entrenamiento a los estudiantes, visitantes, deportistas y trabajadores con el fin de enamorarlos de la calistenia y ofrecer los servicios del gimnasio.

Estudio técnico.

Se evidencia la ubicación y el proceso donde posiblemente se desarrollará la idea de negocio, mencionando herramientas y su uso.

El negocio estará ubicado en las cercanías del parque el tunal, es una zona comercial y deportiva la cual tiene vías de acceso rápidas como la avenida Caracas, Av 68 y un poco alejada la Av Boyacá, es un sector estrato 3, cuenta con 7.500 apartamentos y una población aproximada de 35.000 habitantes, también cuenta con una de las principales bibliotecas públicas que tiene Bogotá, tiene 17 parques pequeños y el parque metropolitano el tunal, cuenta con 5 colegios distritales y tres privados. Adicional el hospital el tunal se encuentra en las cercanías del parque. (Metro cuadrado.com, 2020).

Sus habitantes en sus alrededores cuentan con recursos para acceder al servicio que se ofrece, algunos de los socios claves son los colegios, su centro comercial, el parque el tunal, donde se pueden dar las clases gratuitas para dar a conocer el producto. El negocio de calistenia se ubicará en el sector del tunal, como se muestra en la figura # 26.



Figura 26. Ubicación local. Google maps (2019)

La tabla # 6 presenta la relación técnica del circuito y de los equipos necesarios que debe tener el gimnasio para que sea competitivo frente a las necesidades del cliente.

Tabla 6.

Ficha técnica de área de servicio.

Información técnica	
Característica	Descripción
Estructura principal	Cañería 3" espesor 3.2 mm normas ISO
Estructura secundaria	Cañería 1" espesor 2.6 mm normas ISO
Soldadura	MIG
Ensamble	Ensamble perno galvanizado
Protección	Galvanizado
Terminación	Pintura electroestática poliéster exterior sin plomo
Color personalizado	De acuerdo con la disponibilidad
Armado	Modular en obra
Lista de elementos	Pilares, barras, conectores, trepadores
Medidas zona seguridad	Área 59 m ² , largo 8.4 mts y ancho 3.6

Nota: Autoría propia

En la figura # 27, se muestra el circuito de calistenia requerido.



Figura 27. Circuito calistenia. Lugar común. Circuito de calistenia (2012).

En la tabla # 7, se presenta el listado de máquinas, equipos y herramientas que se necesitan para prestar un óptimo servicio en el gimnasio.

Tabla 7.

Listado de máquinas.

Maquinaria	Cantidad (unidades requeridas)	Equipos y herramientas	Cantidad (unidades requeridas)
Estructura barras para dominadas	1	Bandas elásticas	6
Pasa manos	1	Discos pesas	6
Paralelas americanas altas	1	Cinturón para lastre dominadas	6
Banco de abdominales en plano	1	Colchoneta en lona	6
Pared sueca	1		

Nota: Autoría propia

En la tabla # 8, se mencionan algunos de los posibles proveedores que proporcionarán los insumos necesarios.

Tabla 8.

Proveedores.

Proveedor	Artículos
Athletic Body Shop	Circuito de barras, dominadas, paralelas y cama abdominal.
El deportista	Discos para mancuernas, bandas elásticas, colchonetas.
Lugar común (CHILE)	Circuito de barras, dominadas, paralelas y cama abdominal.

Nota: Autoría propia

Estudio organizacional.

A continuación, se relaciona la organización de las personas en el proceso productivo.

Tabla 9.

Organización de la compañía.

Puesto de trabajo	Número
Entrenador y orientador de las rutinas de actividad física.	1

Administrador de caja y mantenimiento
de herramientas y aseo del lugar.

1

Nota: Autoría propia

En la figura # 28 se muestra el organigrama de la compañía, está compuesto por tres cargos, en el cual el entrenador se encargará directamente de asesorar a los clientes, mientras que el gerente general también hará las funciones del administrador.



Figura 28. Organigrama. Autoría propia.

De acuerdo con la organización de la compañía, en la tabla # 10 se mencionan las tareas según responsabilidad de cada trabajador.

Tabla 10.

Labores de la organización.

Puesto de trabajo	Tareas del puesto	Experiencia mencionada en la idea de negocio
Entrenador y orientador de las rutinas de actividad física.	Orientar la rutina Realizar acompañamiento inicial en cada actividad Suministrar los implementos deportivos que se requieran	Ofrecer el servicio de acompañamiento en cada rutina física y prestar servicio de calidad
Gerente y administrador de caja y mantenimiento de herramientas y aseo del lugar.	Administrar el dinero de la caja Realizar mantenimiento de aseo del lugar Servicio al cliente; recibir a los clientes, realizar la inscripción de estos	Administrar los recursos que se vayan generando de la actividad y velar por el buen servicio y calidad del establecimiento

Nota: Autoría propia

Estudio financiero.

El estudio financiero es una herramienta que permite visualizar a través de cifras concretas, los costos y gastos y determinar si un proyecto es viable o no de acuerdo con la proyección que se haga en un tiempo determinado. A continuación, se mostrarán los aspectos y los datos que se tuvieron en cuenta para el proyecto aplicando la herramienta plan de empresa que se encuentra en la página de la cámara de comercio de Bogotá.

Inversión total. La inversión total para la realización del proyecto es de \$ 21.971.825. Se aporta el 100% con recursos propios. De la inversión se destina para capital de trabajo el 22.76% y para activos fijos el 77.24%. como se muestra en la tabla # 11.

Tabla 11.

Activos fijos.

Periodo de inversión:	Activos fijos				Total
	Total	Aportes	Crédito	Otras fuentes	
Equipos	\$ 15.614.425	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 15.614.425
Muebles y enseres	\$ 857.400	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 857.400
Computad. admón..	\$ 500.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 500.000
Capital de trabajo	\$ 5.000.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 5.000.000
Total	\$ 21.971.825	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 21.971.825

Nota: Autoría propia

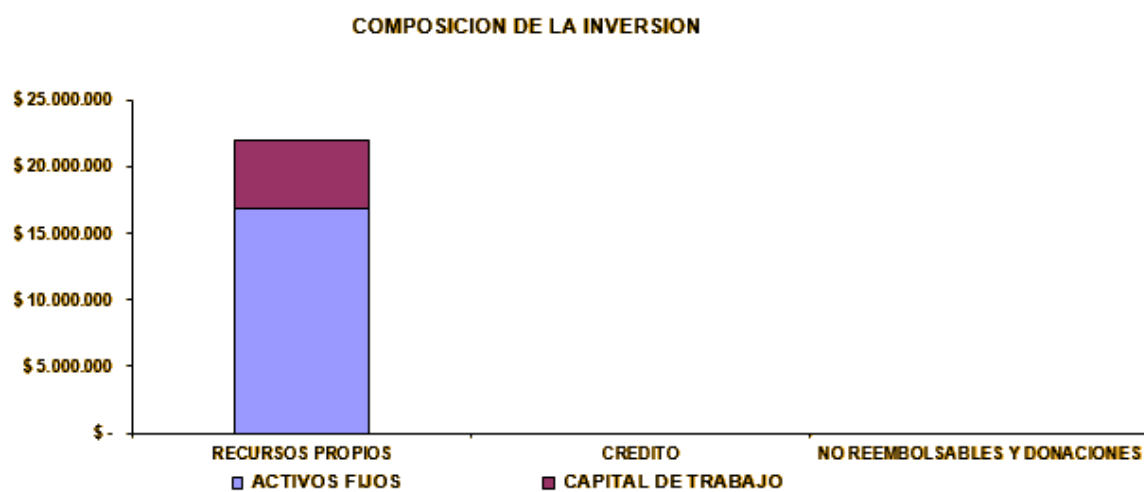


Figura 29. Composición de la inversión. Autoría propia.

Proyección de ventas. En la tabla # 12, se evidencia el crecimiento en la proyección de ventas durante el primer año, las ventas inician en el mes de junio y su crecimiento se mantiene hasta el mes de noviembre donde se hace constante debido a que se llega a la máxima capacidad del establecimiento para los clientes.

La proyección de los años siguientes sigue siendo la misma ya que el establecimiento no cuenta con capacidad de recibir más clientes.

Tabla 12.

Proyección de ventas.

Ventas año 1		
Periodo	\$	%
jun-21	3.570.000	4,80%
jul-21	4.270.000	5,74%
ago-21	4.970.000	6,69%
sep-21	5.670.000	7,63%
oct-21	6.370.000	8,57%
nov-21	7.070.000	9,51%
dic-21	7.070.000	9,51%
ene-22	7.070.000	9,51%
feb-22	7.070.000	9,51%
mar-22	7.070.000	9,51%
abr-22	7.070.000	9,51%
may-22	7.070.000	10%

Nota: Autoría propia

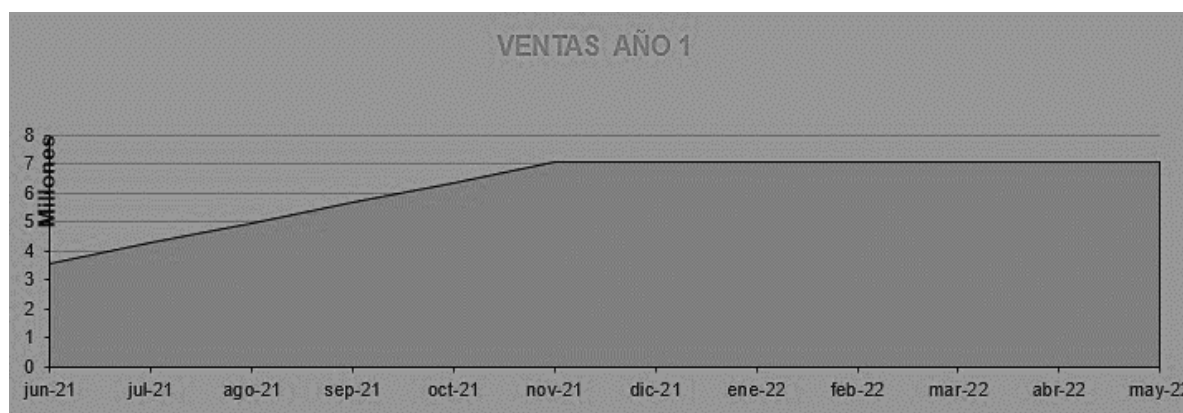


Figura 30. Ventas primer año. Autoría propia.

En la tabla # 13, se evidencia la proyección del segundo y del tercer año, en donde se muestra que es constante ya que la instalación no permite una mayor capacidad.

Tabla 13.

Proyección ventas 2do y 3er año.

Ventas proyectadas años 2 y 3			
Periodo	\$	Promedio mes	Crecimiento anual
Año 1	74.340.000	6.195.000	
Año 2	84.840.000	7.070.000	14,12%
Año 3	84.840.000	7.070.000	

Nota: Autoría propia

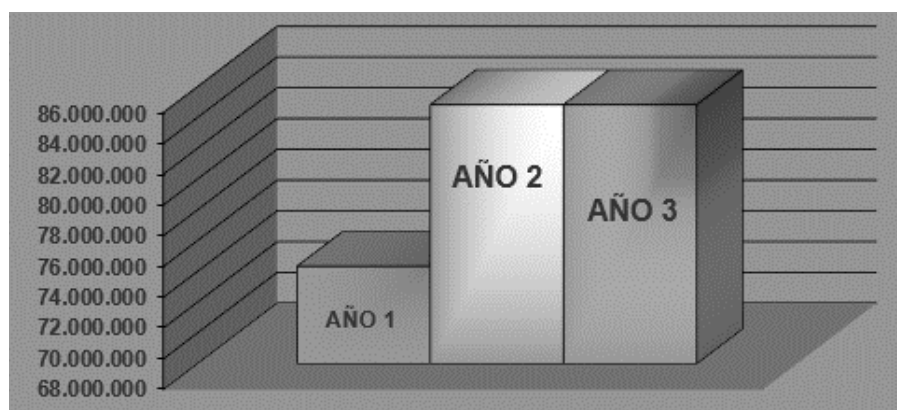


Figura 31. Proyección ventas 2do y 3er año. Autoría propia.

En la tabla # 14, se evidencia cual va a ser la venta por cada tipo de modalidad y el porcentaje de crecimiento de cada uno.

Tabla 14.

Ventas totales por producto.

Producto	Ventas totales por producto			
	En pesos		En unidades	
	Ventas año	%	Ventas año	%
Mensualidad	73.500.000	98,87%	1.050	89,74%
Rutina	840.000	1,13%	120	10,26%
Total	74.340.000	100,00%	1.170	100,00%

Nota: Autoría propia

Margen de contribución. En la tabla # 15 se observa que el margen de contribución es de 96.3%, esto quiere decir que por cada peso que se venda la empresa obtiene 96 centavos para cubrir los costos y los gastos fijos de la empresa y generar utilidad. El producto con mayor margen es mensualidad.

Tabla 15.

Margen de contribución.

Margen de contribución									
Productos	Precio de venta	Materia prima	M.O. variable	Gastos de venta	Total, costos variables	Margen de contribución	Contribución a ventas	Total	
Mensualidad	70.000	2.500	0	0	2.500	67.500	96,43%	98,87%	95,34%
Rutina	7.000	500	0	0	500	6.500	92,86%	1,13%	1,05%
							Año 2	100,00%	96,39%

Nota: Autoría propia

Punto de equilibrio. En la tabla # 16, de acuerdo con la estructura de costos y gastos fijos y el margen de contribución de la empresa, se observa que la compañía requiere vender \$71.263.163 al año para no perder ni ganar dinero, este sería el punto de equilibrio de la empresa.

Tabla 16.

Punto de equilibrio.

Punto de equilibrio		Ventas totales anuales		\$
				71.263.163
Productos	Ventas anuales	Unidades anuales	Ventas mensuales	Unidades mensuales
Mensualidad	\$ 70.457.929	1006,54185	\$ 5.871.494	83,88
Rutina	\$ 805.233	115,0333543	\$ 67.103	9,59
Total, ventas anuales	\$ 71.263.163	Ventas mensuales	\$ 5.938.597	

Nota: Autoría propia

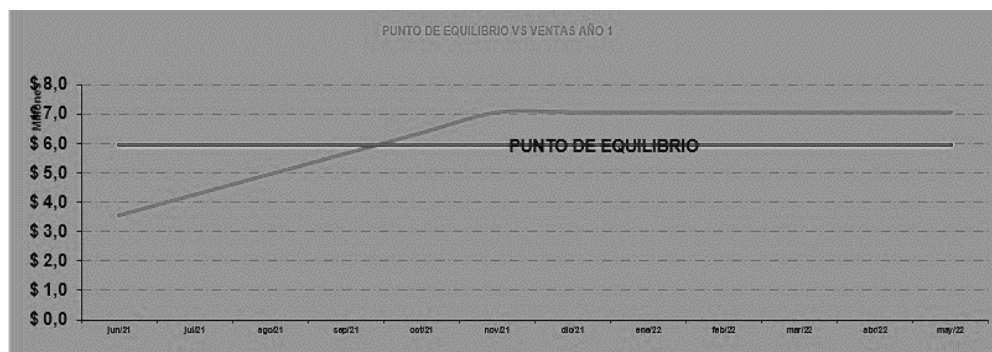


Figura 32. Gráfica punto de equilibrio. Autoría propia.

Estado pérdidas y ganancias. En la tabla # 17 Se evidencia la proyección del P&G para el primer año, donde muestra que las ventas son suficientes para cubrir los costos y gastos totales, La rentabilidad sobre las ventas del proyecto es de 0,31 % mensual.

Tabla 17.

Estado de pérdidas y ganancias.

Estado de pérdidas y ganancias mensual (primer año)												
	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes	Mes
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Ventas	3.570.	4.270.	4.970.	5.670.	6.370.	7.070.	7.070.	7.070.	7.070.	7.070.	7.070.	7.070.
	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000	000
Costo de	42562	42812	43062	43312	43562	43812	43812	43812	43812	43812	43812	43812
ventas	74,306	74,306	74,306	74,306	74,306	74,306	74,306	74,306	74,306	74,306	74,306	74,306
Utilidad	-	-	663.7	1.338.	2.013.	2.688.	2.688.	2.688.	2.688.	2.688.	2.688.	2.688.
bruta	686.274	11.274	26	726	726	726	726	726	726	726	726	726
Gastos	1.597.	1.597.	1.597.	1.597.	1.597.	1.597.	1.597.	1.597.	1.597.	1.597.	1.597.	1.597.
admón.	833	833	833	833	833	833	833	833	833	833	833	833
Gastos de	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
ventas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Utilidad	-	-	-	-	415.8	1.090.	1.090.	1.090.	1.090.	1.090.	1.090.	1.090.
operacional	2.284.10	1.609.10	934.108	259.108	92	892	892	892	892	892	892	892
	8	8										
Otros	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
egresos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Preoperativ	16.61	16.61	16.61	16.61	16.61	16.61	16.61	16.61	16.61	16.61	16.61	16.61
os	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9	9
Utilidad a.	-	-	-	-	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$	\$
de imp.	2.300.72	1.625.72	950.727	275.727	399.273	1.074.27	1.074.27	1.074.27	1.074.27	1.074.27	1.074.27	1.074.27
	7	7				3	3	3	3	3	3	3

Nota: Autoría propia.

Tabla 18.

Resultados proyectado anual.

Estados de resultados proyectado anual			
	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	74.340.000	84.840.000	84.840.000
Inv. Inicial			
+Compras	2685000	3060000	3060000
-Inventario final			
=Costo de inventario utilizado	2685000	3060000	3060000
+Mano de obra fija	14400000	14400000	14400000
+Mano de obra variable			
+Costos fijos de producción	31740000	31740000	31740000
+Depreciación y diferidos	3375291,667	3375291,667	3375291,667
Total, costo de ventas	52200291,67	52575291,67	52575291,67
Utilidad bruta (ventas - costo de ventas)	22.139.708	32.264.708	32.264.708
Gastos administrativos	19.174.000	19.174.000	19.174.000

Gastos de ventas			
Utilidad operacional (utilidad bruta- G.F.)	2.965.708	13.090.708	13.090.708
-Otros egresos			
-Gastos financieros			
-Gastos preoperativos	199.433	199.433	199.433
Utilidad antes de impuesto (U.O. - Otr G.)	2.766.275	12.891.275	12.891.275
Impuestos	885.208	4.125.208	4.125.208
Utilidad neta	\$ 1.881.067	\$ 8.766.067	\$ 8.766.067

Nota: Autoría propia

En la tabla # 17, se observa que, para el primer año, las metas de las ventas son suficientes para cubrir los costos y los gastos totales. La rentabilidad sobre las ventas del proyecto es de 0,31% mensual; estos serían los datos del estado de las pérdidas y ganancias de la empresa.

Estados de resultados proyectados anuales. Para el primer año muestra una utilidad por 1,88 millones de pesos como se evidencia en la tabla # 18. La rentabilidad bruta es del 29.78% anual.

Balance general. Los resultados de los dos indicadores del balance general proyectado, aunque no son negativos están sobre el margen del aceptado, es recomendable realizar un plan estratégico para aumentar la razón corriente para tener mejor respaldo de las deudas con los activos, como se muestra en la tabla # 19.

Tabla 19.

Balance general proyectado.

Activo	Balance general proyectado			
	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3
Caja	\$ 4.401.700	\$ 10.742.700	\$ 26.323.492	\$ 38.664.284
Cuentas por cobrar				
Inventarios				
Total, activo corriente	\$ 4.401.700	\$ 10.742.700	\$ 26.323.492	\$ 38.664.284
Activos sin depreciación	\$ 16.971.825	\$ 16.971.825	\$ 16.971.825	\$ 16.971.825
Depreciación		\$ 3.375.292	\$ 6.750.583	\$ 10.125.875
Total, activo fijo neto	\$ 16.971.825	\$ 13.596.533	\$ 10.221.242	\$ 6.845.950
Otros activos	\$ 598.300	\$ 398.867	\$ 199.433	
Total, activos	\$ 21.971.825	\$ 24.738.100	\$ 36.744.167	\$ 45.510.234

Pasivo				
Cuentas por pagar				
Prestamos				
Impuestos por pagar		\$	\$	\$
		885.208	4.125.208	4.125.208
Prestaciones sociales				
Total, pasivo		\$	\$	\$
		885.208	4.125.208	4.125.208
Patrimonio				
Capital	\$	\$	\$	\$
	21.971.825	21.971.825	21.971.825	21.971.825
Utilidades retenidas			\$	\$
			1.881.067	10.647.134
Utilidades del ejercicio		\$	\$	\$
		1.881.067	8.766.067	8.766.067
Total, patrimonio	\$	\$	\$	\$
	21.971.825	23.852.892	32.618.959	41.385.026
Total, pasivo y patrimonio	\$	\$	\$	\$
	21.971.825	24.738.100	36.744.167	45.510.234

Nota: Autoría propia

Flujo de caja. El proyecto presenta su menor superávit en el mes 3 por valor de \$ 418.200, es necesario que se descuente del valor de los inventarios, en caso de ser requeridos. El proyecto es viable. Es recomendable se estime un poco más de capital de trabajo para cubrir eventualidades, como se muestra en la tabla # 20.

Tabla 20.

Flujo de caja.

Conceptos	Flujo de fondos mensual									
	Preoperativo	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9
Ingresos operativos										
Ventas de contado		3.570.000	4.270.000	4.970.000	5.670.000	6.370.000	7.070.000	7.070.000	7.070.000	7.070.000
Total, ingresos operativos		3.570.000	4.270.000	4.970.000	5.670.000	6.370.000	7.070.000	7.070.000	7.070.000	7.070.000
Gastos operativos										
Materia prima		130.000	155.000	180.000	205.000	230.000	255.000	255.000	255.000	255.000
Mano de obra directa fija		1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000	1.200.000
Otros costos de producción		2.645.000	2.645.000	2.645.000	2.645.000	2.645.000	2.645.000	2.645.000	2.645.000	2.645.000
Gastos administrativos		1.597.833	1.597.833	1.597.833	1.597.833	1.597.833	1.597.833	1.597.833	1.597.833	1.597.833
Total, egresos operativos		5.572.833	5.597.833	5.622.833	5.647.833	5.672.833	5.697.833	5.697.833	5.697.833	5.697.833
Flujo neto operativo		2.002.833	1.327.833	652.833	22.166	697.166	1.372.166	1.372.166	1.372.166	1.372.166

Ingresos no operativos											
Aportes											
Activos fijos	16.971.825										
Capital de trabajo	5.000.000										
Financiación											
Total, ingresos no operativos	21.971.825										
Gastos preoperativos	598.300										
Compra de activos fijos	16.971.825										
Total, egresos no operativos	17.570.125										
Flujo neto no operativo	4.401.700										
Flujo neto	4.401.700	2.002.833	1.327.833	652.833	22.166	697.166	1.372.166	1.372.166	1.372.166	1.372.166	
+ saldo inicial		4.401.700	2.398.866	1.071.033	418.200	440.366	1.137.533	2.509.700	3.881.866	5.254.033	
Saldo final acumulado	4.401.700	2.398.866	1.071.033	418.200	440.366	1.137.533	2.509.700	3.881.866	5.254.033	6.626.200	

Nota: Autoría propia

Razón corriente. Para el primer año la razón corriente define que por cada peso que se debe se cuenta con un respaldo de 12.14 pesos para respaldar la deuda. Lo ideal de la razón corriente en un negocio es que esté por encima de 2.5, en este caso la razón corriente es ideal para adquirir deuda a corto plazo si en la actividad se requiere.

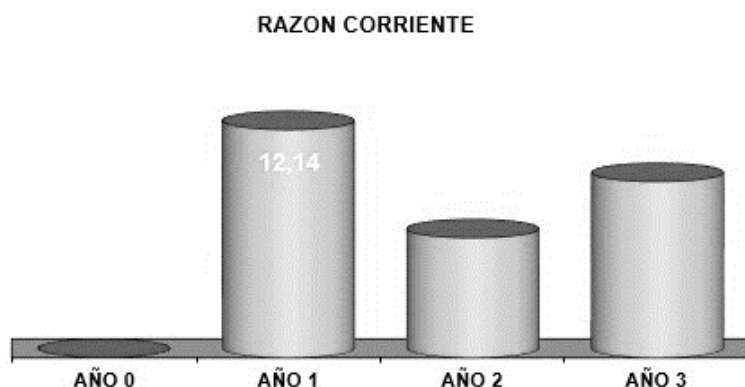


Figura 33. Razón corriente. Autoría propia.

Nivel de endeudamiento. Para el primer año el nivel de endeudamiento es del 3.58%, esto indica que la empresa tiene la capacidad de adquirir algún préstamo para invertir en el mismo.

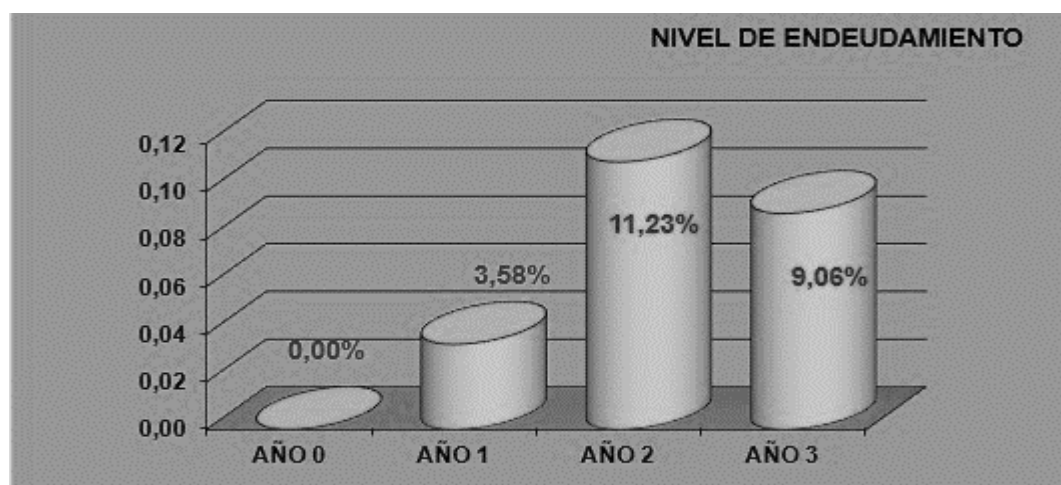


Figura 34. Nivel de endeudamiento. Autoría propia.

Tasa interna de retorno (TIR). Con proyección a un año arroja una TIR del 33.51% es un resultado alto debido al bajo costo de los gastos y teniendo en cuenta la proyección de ventas al punto máximo.

Valor actual neto (VAN). Con proyección a un año obtuvo una tasa de descuento del 20% el proyecto arroja una ganancia de 4.942.081 al invertir los recursos.

Sensibilidad del proyecto.

La tabla # 21, muestra el análisis de sensibilidad, en esta parte, la variable a sensibilizar son los ingresos con el fin de medir la capacidad que posee el proyecto para afrontar cambios radicales en el presupuesto inicial.

Tabla 21.

Sensibilidad del proyecto.

Concepto	Flujo de fondos anual		
	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos operativos			
Ventas de contado	\$ 74.340.000	\$ 84.840.000	\$ 84.840.000
Ventas a 30 días			
Ventas a 60 días			
Ventas a 90 días			
Ventas a 190 días			
Ventas a 150 días			
Total, ingresos operativos	\$ 74.340.000	\$ 84.840.000	\$ 84.840.000
Egresos operativos			
Materia prima	\$ 2.685.000	\$ 3.060.000	\$ 3.060.000
Gastos de ventas			
Mano de obra variable			
Mano de obra directa fija	\$ 14.400.000	\$ 14.400.000	\$ 14.400.000
Otros costos de producción	\$ 31.740.000	\$ 31.740.000	\$ 31.740.000
Gastos administrativos	\$ 19.174.000	\$ 19.174.000	\$ 19.174.000
Total, egresos operativos	\$ 67.999.000	\$ 68.374.000	\$ 68.374.000
Flujo neto operativo	\$ 6.341.000	\$ 16.466.000	\$ 16.466.000
Ingresos no operativos			
Aportes			
Activos fijos	\$ 16.971.825		
Capital de trabajo	\$ 5.000.000		

Financiación			
Activos fijos			
Capital de trabajo			
Total, ingresos no operativos	\$		
	21.971.825		
Egresos no operativos			
Gastos preoperativos	\$		
	598.300		
Amortizaciones			
Gastos financieros			
Impuestos	\$	\$	
	885.208	4.125.208	
Activos diferidos			
Compra de activos fijos	\$		
	16.971.825		
Total, egresos no operativos	\$	\$	\$
	17.570.125	885.208	4.125.208
Flujo neto no operativo	\$	-\$	-\$
	4.401.700	885.208	4.125.208
Flujo neto	\$	\$	\$
	10.742.700	15.580.792	12.340.792
+ Saldo inicial	\$	\$	\$
	4.401.700	10.742.700	26.323.492
Saldo final acumulado	\$	\$	\$
	10.742.700	26.323.492	38.664.284

Nota: Autoría propia

Según el análisis del flujo de fondos anual, para el PRI (periodo de recuperación de la inversión) se concluye que el proyecto recupera la inversión al segundo año de estar en funcionamiento, la variable sensibilizada son los ingresos, donde nos muestra que las ventas para el 1er año son de 74.340.000\$, menos todos los gastos y costos no arroja un saldo final acumulado de 10.742.700\$, es un resultado bajo, aunque teniendo cuenta que es el año de arranque, para el 2do año aumenta casi un 150% en comparación al primer año, es de ahí en la suma del año 1 y 2 donde se deduce que el negocio recupera su inversión en 2 años.

Análisis de factores críticos y estrategias

En la tabla # 22, se utiliza la herramienta DOFA (debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas) con el fin de visualizar y analizar el panorama del negocio en diferentes aspectos para plantear algunas estrategias.

Tabla 22.

DOFA.

	Fortalezas – F	Debilidades – D
MATRIZ DOFA	Conocimiento de la disciplina y su aplicabilidad en diferentes tipos de rutinas deportivas.	Conocimiento empírico, se debe certificar.
Calistenia factibilidad como opción de negocio	Resultados físicos notorios en corto tiempo.	No hay un conocimiento claro sobre que es la calistenia en la población. Ni siquiera para quienes la practican.
	Se puede dar acompañamiento y asesoría en casa, o al aire libre.	Bajos recursos para la implementación de la idea como negocio.
	Se puede dar el entrenamiento y practicarlo sin el acompañamiento de herramientas (bandas elásticas, pesas, barras).	
Oportunidades – O	Estrategias FO	Estrategias DO
Crecimiento de la práctica de esta disciplina entre los jóvenes.	Generar una divulgación de información a través de diferentes medios donde se informe que es la calistenia y sus beneficios en la vida deportiva.	Realizar uno o varios diplomados virtuales en musculación y alimentación, donde se permita consolidar el conocimiento empírico al informar y aplicar.
Plan por parte del gobierno para incentivar esta práctica.	Dar una demostración de los beneficios y ejercicios que ese puede hacer directamente al consumidor o a través de redes.	Investigar si existen alternativas de ayuda por parte del gobierno para fomentar la práctica deportiva como establecimiento de negocio.
Pocos establecimientos donde se practique exclusivamente esta disciplina.	Agregar valor diferenciador en la disciplina a través de la utilización de accesorios para lograr mejores resultados.	Generar estrategias de convencimiento hacia los jóvenes que practican esta disciplina, mostrando los beneficios de

practicar este deporte de manera segura y en lugares confiables.

Amenazas – A	Estrategias FA	Estrategias DA
Sedentarismo en la población y/o tendencias no enfocadas en la actividad deportiva.	Crear una campaña de información hacia la población sedentaria mostrando la importancia que tiene la actividad física.	Fortalecer a través de redes y con certificaciones confiables el conocimiento a transmitir.
Fuerte demanda de establecimientos GYM y precios bajos.	Investigar diferentes puntos de Bogotá para conocer el potencial de clientes donde se podría colocar el negocio.	Realizar un plan de acción donde me permita generar alianzas con posibles inversores.
Concepto que tienen la población de las personas que practican calistenia al aire libre.	Generar estrategias de concientización y borrar la estigmatización que tiene la práctica de esta disciplina.	Realizar investigación directamente en los establecimientos fitness, dando a conocer esta práctica.

Nota: Autoría propia

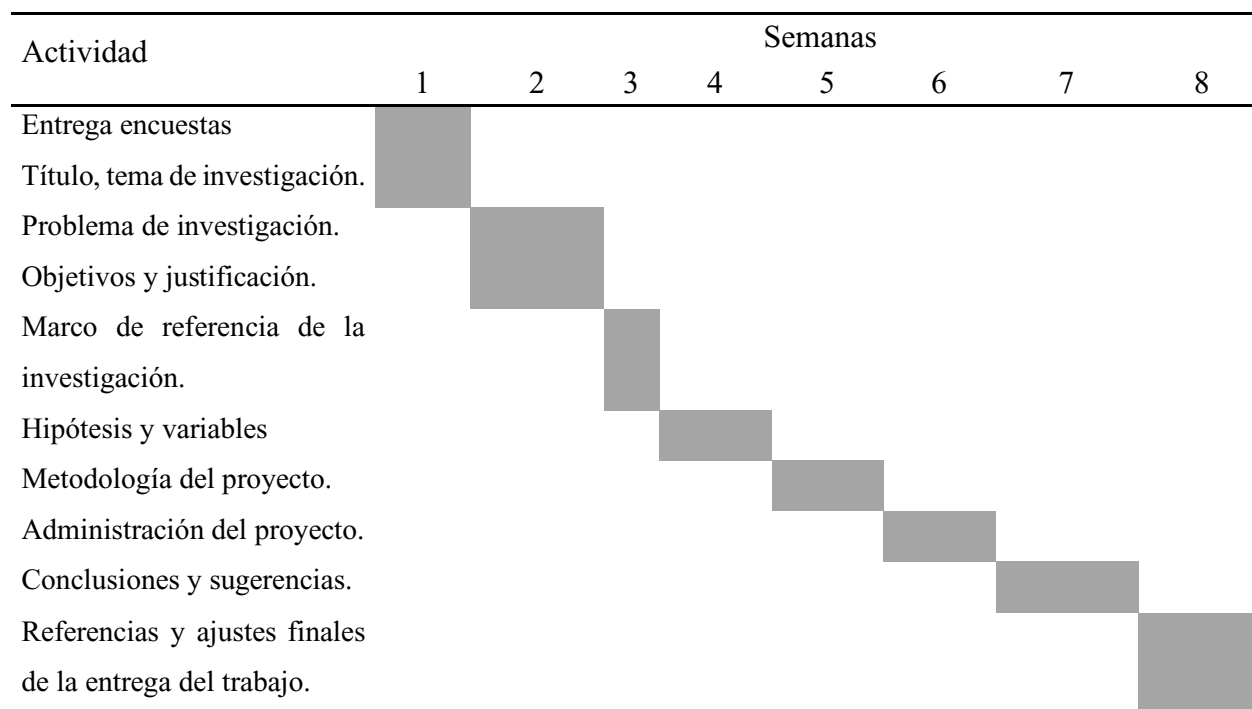
Administración del proyecto

Revisión y actualización del cronograma de actividades

En la tabla # 23. Se muestra las actividades que se tuvieron en cuenta para la recolección de información, diligencias y trabajo de campo para agrupar toda la información que se necesita para el proyecto, se difiere el tiempo de actividad en semanas.

Tabla 23.

Cronograma de actividades del proyecto de investigación.

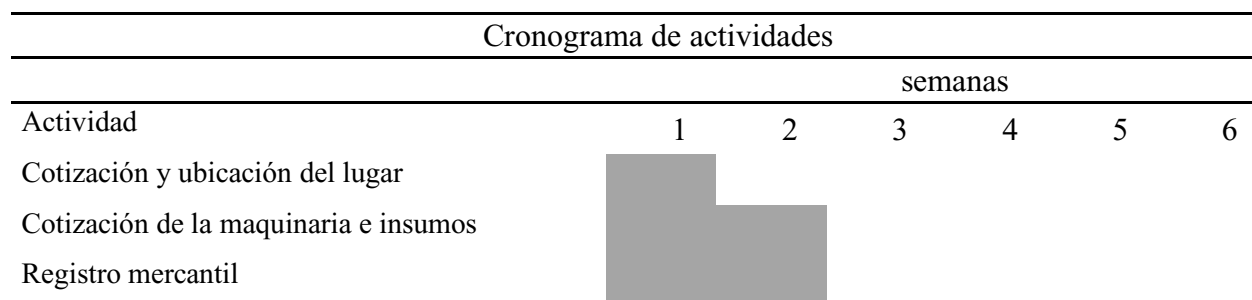


Nota: Autoría propia

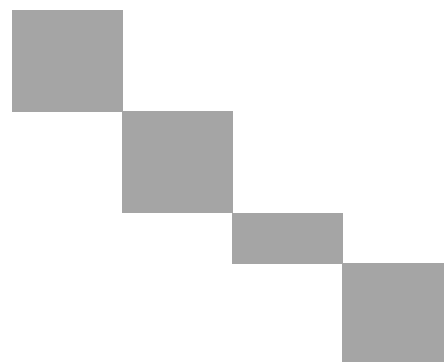
De acuerdo con los parámetros evidenciados anteriormente en el plan de negocios, para la ejecución del proyecto se plantean las siguientes actividades las cuales son necesarias al momento de realizar la creación del gimnasio, como se evidencia en la tabla # 24.

Tabla 24.

Cronograma de actividades.



Realización de la publicidad (Expectativa)
Solicitud y aprobación del crédito
Compra de maquinaria e insumos
Arrendamiento y adecuación del lugar
Contratación del personal
Instalación de la maquinaria
Apertura del gimnasio



Nota: Autoría propia

Revisión y actualización del presupuesto de ingresos y gastos

De acuerdo con el presupuesto evidenciado anteriormente (en el estudio financiero) se debe evaluar los gastos fijos y los costos debido a que se encuentran al margen de la viabilidad del proyecto, esto da un panorama más claro para desarrollar un plan estratégico que permita el crecimiento de manera favorable de los indicadores ya expuestos.

Conclusiones

La aplicabilidad de la actividad deportiva calistenia como opción de negocio es factible, debido a que es una disciplina que ha tomado fuerza en el mercado fitness, aunque no se conozcan muchos gym o establecimientos que presten este servicio, la población que la practica lo realiza en el hogar o al aire libre, siendo una oportunidad de mostrar el beneficio de practicarla con asesoría y acompañamiento en un establecimiento adecuado, las personas estarían dispuestas a pagar el valor por tomar clases y aprender más de calistenia. también es factible debido a que la compra de los insumos o herramientas para su práctica no son de un valor tan elevado y son duraderos.

Una vez realizada la investigación, se llegó a la conclusión que el proyecto es viable teniendo en cuenta que deben ingresar aproximadamente 100 personas al establecimiento, pagando una mensualidad de \$ 70.000 o una rutina de \$7.000, esto considerando que el mercado al cual se puede ofrecer esta disciplina son mujeres entre 20 y 60 años empleadas que habiten el sur de Bogotá.

La publicidad propuesta se obtuvo por medio de una investigación en diferentes aspectos y el resultado arrojó que las redes sociales son el canal principal para mostrar y vender el producto, también se realizan 100 tarjetas físicas al año para repartir en diferentes puntos del sector con el mismo fin de dar a conocer el establecimiento y el producto.

La documentación que se requiere para la creación de un negocio es: cámara y comercio, permiso de Sayco y Acinpro, licencia de funcionamiento y permiso de bomberos.

El costo-beneficio de la empresa se evidencia después del primer año al alcanzar el punto de equilibrio en el cual se tiene que vender \$71.263.163 anuales, se sugiere implementar otros tipos de servicios como la venta de bebidas y proteínas dentro del establecimiento, la venta de todo tipo de accesorios que permitan el cómodo y optimo desarrollo de la rutina que no genere un costo alto y genere utilidades.

La TIR (tasa interna de retorno) es del 33.51 %es la medida relativa de la rentabilidad que arroja el negocio, se considera bastante alto y esto de es debido a los bajos costos y la inversión inicial que se tiene.

El VAN (valor presente neto) se contempló una tasa de descuento del 20% dando el resultado de 4.942.081. El proyecto arroja esta este resultado adicional al invertir los recursos que en otro proyecto que rente el 20%.

Como respuesta a las hipótesis planteadas, finalmente se comprueban, debido al estudio realizado para montar el gym de calistenia da como resultado que sí es viable montar el negocio ya

que hay una necesidad por satisfacer, un nicho de mercado dispuesto a usar el servicio, las leyes lo permiten, el mercado no está saturado, la inversión requerida no es alta y las proyecciones financieras son positivas. También a la aceptación de la idea del servicio por la población del segmento definido, éstos estarían dispuestos pagar por el acompañamiento y espacio para el desarrollo de sus actividades físicas.

Recomendaciones

Las recomendaciones que a continuación se presentan, son contempladas como un valor adicional debido a que no se encuentran involucradas en el proyecto y que nacieron acorde al desarrollo de este.

Realizar una investigación sectorizada por localidad, donde se pueda ampliar el mercado y se pueda proyectar más estrategias para generar nuevos recursos, también Adherir al proyecto la implementación de la venta de proteínas y accesorios para el desarrollo de la actividad física. Adicional y más importante por la situación que se está viviendo, realizar estrategias para la realidad post-covid.

Se recomienda aplicar una encuesta probabilística a la población de Bogotá incorporando diferentes estratos de la población.

Referencias

- Alcaldía mayor de Bogotá, (2017). Bogotá mejor para todos, Recuperado de: <https://www.idrd.gov.co/gimnasios-al-aire-libre-bogota>.
- Bars, K (2013). Street Workout Calistenia, arte en movimiento. Recuperado de: <https://www.ortopedia41.com/wp-content/uploads/2014/10/Guia-De-Entrenamiento-gimnasia-Calistenia.pdf>.
- Concejo de Bogotá, (2018). Recuperado de: <http://concejodebogota.gov.co/bogota-tendra-registro-de-todos-los-gimnasios-y-centros-de/cbogota/2018-12-06/105126.php>.
- Crece Negocios, Arturo K. (2020). Que es un plan de negocios y estructura del plan de negocios. Recuperado de: <https://www.crecenegocios.com/plan-de-negocios/>.
- Definición, (2020). Definición de gimnasio, recuperado de: <https://definicion.mx/gimnasio/>.
- EmásF, (2015). Revista Digital de Educación Física. Año 6, Núm. 33 (marzo-abril de 2015), Recuperado de: https://emasf.webcindario.com/Calistenia_volviendo_a_los_origenes.pdf.
- Entrenamiento eficaz, (2019). Calistenia con lastre, recuperado de: <https://entrenamientoeficaz.org/calistenia-con-lastre/#:~:text=%C2%BFQu%C3%A9%20es%20la%20calistenia%20con,de%20fuerza%20y%20masa%20muscular>.
- Escribano, M, (2017). Universidad de León, Recuperado de: https://buleria.unileon.es/bitstream/handle/10612/8068/SAND%C3%9AA_ESCRIBANO_MARIO_JULIO_2017.pdf?sequence=1.
- Eumed.net, (1998). Enfoque cualitativo, Recuperado de: https://www.eumed.net/tesis-doctorales/2012/mirm/enfoque_cualitativo.html.
- Gerencie.com, (2017). recuperado de: <https://www.gerencie.com/requisitos-que-un-establecimiento-de-comercio-debe-cumplir-para-poder-abrir-al-publico.html>.
- Harvard Business Press, Abril de (2009). recuperado de: <https://books.google.com.co/books?id=9mPXaNYEDjsC&pg=PA4&dq=por+que+es+importante+elaborar+un+plan+de+negocios&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwidLOTc-HoAhWCVt8KHcJPAmSQ6AEIPjAD#v=onepage&q&f=false>.
- Heyward V. H. (2006). Evaluación de la aptitud física y prescripción del ejercicio. Recuperado de: <https://books.google.com.co/books?id=zn3dDE0R3IMC&pg=PA160&dq=investigaciones+so>

bre+calistenia&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwj1luebrYrlAhWixVkKHbWUC_0Q6AEIRT
AE#v=onepage&q=investigaciones%20sobre%20calistenia&f=false.

Lugar común, (2019). Circuito de calistenia. Recuperado de:
<https://www.lugarcomun.cl/product/cal01-circuito-calistenia-2/>.

Marino, A, (2015), ¿Qué es el Street Workout? Calistenia.Net. Recuperado de:
<https://www.calistenia.net/diferencia-calistenia-street-workout-bodyweight-training/>.

Metro cuadrado.com, (2020). Características de la urbanización. Recuperado de:
[https://www.metrocuadrado.com/noticias/actualidad/ciudad-tunal-el-primer-barrio-en-
aprovechar-la-energia-solar-en-bogota-
2618#:~:text=En%20Ciudad%20Tunal%20hay%20unos,edificios%20son%20de%20cinco%20
0pisos.](https://www.metrocuadrado.com/noticias/actualidad/ciudad-tunal-el-primer-barrio-en-aprovechar-la-energia-solar-en-bogota-2618#:~:text=En%20Ciudad%20Tunal%20hay%20unos,edificios%20son%20de%20cinco%20pisos.)

Miranda, M, 2005. Gestión de proyectos: identificación formulación, evaluación financiera-
económica-social-ambiental, recuperado de: [https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-
de-factibilidad-en-un-proyecto/](https://www.gestiopolis.com/que-es-el-estudio-de-factibilidad-en-un-proyecto/).

Oinnokabi, 2020, Modelo Canvas, Recuperado de: [https://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-
negocio/](https://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-negocio/)

Pérez, J & Gardey, A, (2015). Actualizado (2016), Recuperado de:
<https://definicion.de/actividades-deportivas/>.

T. teinteresa.es salud, (2020). Los beneficios de la calistenia. Recuperado de:
http://www.teinteresa.es/salud/beneficios-calistenia_0_2377562221.html.

Todo calistenia, (2020). Barras paralelas, recuperado de: [https://todocalistenia.com/barras-
paralelas/](https://todocalistenia.com/barras-paralelas/).

Tuto, (2015). Recuperado de: <http://streetworkouttutoriales.blogspot.com/p/historia.html>.

Uniremprende, (2019). recuperado de: [http://emprende.unir.net/creatuempresa/desarrollo-plan-de-
negocio/](http://emprende.unir.net/creatuempresa/desarrollo-plan-de-negocio/).

Universidad Internacional de la Rioja, (2019). Formato plan de negocio. recuperado de
http://emprenderioja.es/files/recurso/formato_plan_de_negocio.pdf.

Zúñiga, J, (2017). Universidad Autónoma de Occidente Cali, Recuperado de:
<http://red.uao.edu.co/handle/10614/9678?mode=full>.

Anexos

Anexo # 1. Encuesta

UNIVERSITARIA UNIAGUSTINIANA (trabajo de grado) encuesta investigación factibilidad calistenia como idea de negocio. Por favor responder con toda sinceridad.

CALISTENIA "ACTIVIDAD DEPORTIVA"

Dirección de correo electrónico *

Dirección de correo electrónico válida

Este formulario recopila las direcciones de correo electrónico. [Cambiar configuración](#)

NOMBRE *

Texto de respuesta corta

GENERO *

Mujer

Hombre

Edad *

Texto de respuesta corta

Datos iniciales encuesta

Ciudad y barrio donde vive *

Texto de respuesta larga

Numero telefono *

Texto de respuesta corta

¿A que se dedica? *

Texto de respuesta larga

Nivel de ingresos mensual *

- De 400.000\$ a 600.000\$
- De 600.000\$ a 900.000\$
- De 900.000\$ en adelante

¿Practica alguna actividad deportiva? *

- SI
- No

Preguntas calistenia

¿Cuanto tiempo le dedica? *

Texto de respuesta corta

¿Sabe que es calistenia? *

SI

NO

¿Que concepto tiene de calistenia? *

Texto de respuesta corta

¿Practica calistenia? *

SI

No

¿Donde practica calistenia? *

Texto de respuesta corta

Preguntas precio- costo

¿Es gratuito o tiene algun costo? *

GRATIS

PAGO

¿Cuanto paga por sesion o mensualidad? *

Texto de respuesta corta

¿Este lugar brinda algún tipo de seguridad? *

Sí

No

¿Quien dirige u orienta las sesiones es profesional? *

Sí

No

Preguntas disciplina

¿Frecuencia con la que practicaría calistenia? *

- DIARIO
- SEMANAL
- MENSUAL

¿Cuanto tiempo estaria dispuesto a dedicar en esta disciplina? *

- 1 HORA
- 2 HORAS
- 3 HORAS

¿Estaría dispuesta/o a pagar por el espacio y acompañamiento durante una actividad física de calistenia? *

- SI
- NO

Preguntas mensualidad.

¿En cuál de estos lugares le gustaría practicar calistenia? *

- GYM DE CALISTENIA
- AIRE LIBRE
- EN CASA

¿Cuál de estas opciones de pago se ajustaría a su preferencia o necesidad? *

- PAGO MENSUALIDAD
- PAGO DIARIO

¿Si su pago fuese mensual o pago diario cuanto estaría dispuesto a pagar? *

- Mensual de 35.000\$ a 45.000\$
- Mensual de 45.000\$ a 55.000\$
- Diario de 5.000\$ a 6.000\$
- Diario de 6.000\$ a 7.000\$

Preguntas sobre servicios adicionales.

⋮
¿Estaría dispuesto adquirir accesorios (guantes, bandas elásticas, chalecos, *
pierneras y/o muñequeras) para el pleno desarrollo de actividades
deportivas?

SI

No

¿Acompañaría la actividad física con alguna bebida o proteína que ayude al *
rendimiento de esta?

SI

No

¿Conoce algún gym de calistenia? *

SI

No

¿Cual y donde se ubica? *

Texto de respuesta larga
.....

Anexo # 2. Formato validación encuesta.

Formato para evaluar la estructura y preguntas de la encuesta realizada para la recolección de datos							
Pregunta	Pertinencia		Coherencia		Suficiencia		Observación
	Si	No	Si	No	Si	No	
Genero							
Edad							
Ciudad y barrio donde vive							
Numero teléfono							
¿A qué se dedica?							
Nivel de ingresos mensual							
¿Practica alguna actividad deportiva?							
¿Cuánto tiempo le dedica?							
¿Sabe que es calistenia?							
¿Qué concepto tiene de calistenia?							
¿Practica calistenia?							
¿Dónde practica calistenia?							
¿Es gratuito o tiene algún costo?							
¿Cuánto paga por sesión o mensualidad?							
¿Este lugar brinda algún tipo de seguridad?							
¿Quien dirige u orienta las sesiones es profesional?							
¿Frecuencia con la que practicaría calistenia?							
¿Cuánto tiempo estaría dispuesto a dedicar en esta disciplina?							
¿Estaría dispuesta/o a pagar por el espacio y acompañamiento durante una actividad física de calistenia?							
¿En cuál de estos lugares le gustaría practicar calistenia?							
¿Cuál de estas opciones de pago se ajustaría a su preferencia o necesidad?							
¿Si su pago fuese mensual o pago diario cuanto estaría dispuesto a pagar?							
¿Estaría dispuesto adquirir accesorios (guantes, bandas elásticas, chalecos, piñeras y/o muñequeras) para el pleno desarrollo de actividades deportivas?							
¿Acompañaría la actividad física con alguna bebida o proteína que ayude al rendimiento de esta?							
¿Conoce algún gym de calistenia?							
¿Cuál y donde se ubica?							
Nombre del evaluador							
Carrera							
Firma							