

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.



Free Fitness Social Club: Plan de negocio para la creación de un gimnasio con enfoque inclusivo y tecnológico dirigido a la comunidad LGBTQI+ en Bogotá

Lorent Daniela Carvajal Rojas

Universidad EAN

Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas

Maestría en administración de empresas – MBA

Bogotá, Colombia

23/03/2025

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Free Fitness Social Club: Plan de negocio para la creación de un gimnasio con enfoque inclusivo y tecnológico dirigido a la comunidad LGBTQI+ en Bogotá

Lorent Daniela Carvajal Rojas

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Magíster en Administración de Empresas - MBA

Director

Cesar Julián Zamora Riaño

Modalidad

Creación de empresa

Universidad EAN

Facultad de Facultad de Administración, Finanzas y Ciencias Económicas

Maestría en administración de empresas – MBA

Bogotá, Colombia

23/03/2025

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Nota de aceptación:

Firma del jurado

Firma del jurado

Firma del director del trabajo de grado

Bogotá, 03/23/2025

Dedicatoria

A la comunidad LGBTQI+, la cual ha sido la inspiración de la verdadera resiliencia y valentía.

Espero que este proyecto sea un paso hacia la construcción de espacios más seguros y dignos para todos.

A quienes han sido invisibilizados por miedo a ser ellos mismos, que nunca falte un lugar donde puedan ser libres y se sientan orgullosos de quienes son.

Agradecimientos

La realización de este proyecto no habría sido posible sin el acompañamiento y apoyo de personas que marcaron mi camino de manera especial.

Agradezco inmensamente a mi tutor, Cesar Julián Zamora Riaño, por su guía, paciencia y valiosos aportes, ya que me permitieron fortalecer cada parte de este trabajo.

A mi familia por ser mi motor, brindándome su amor incondicional e impulsándome a creer en mí en los momentos más desafiantes. Gracias por ser mi refugio y estar para mí de forma incondicional.

A mi pareja por caminar a mi lado con amor y fe en mis sueños, motivándome y celebrando cada logro conmigo. Su apoyo ha sido esencial para llegar hasta aquí.

Resumen

El presente proyecto propone la creación de Free Fitness Social Club, un espacio diseñado especialmente para la comunidad LGBTQI+ en la ciudad de Bogotá. Esta iniciativa tiene como objetivo ofrecer espacios seguros que promuevan la salud física, mental y emocional, teniendo un enfoque diverso, innovador y sostenible.

Free Fitness Social Club busca integrar tecnologías como la realidad virtual y *gamificación*, brindando una experiencia única que combine el entrenamiento físico y socialización.

Para llevar a cabo este proyecto, se efectuó un análisis del sector fitness, evidenciando un crecimiento sostenido y positivo en Colombia. Además, se ejecutó un estudio piloto de mercado con personas de la comunidad LGBTQI+ para lograr validar la propuesta de negocio y su viabilidad. Los resultados mostraron una intención de uso significativa y un interés en servicios diferenciados como entrenamientos adaptados y acompañamiento psicológico.

Para el modelo financiero se espera un aumento estable, alcanzando un crecimiento del 8.60% del mercado en el quinto año, demostrando así que este es un proyecto con potencial de escalamiento.

Free Fitness Social Club no es solo económicamente viable, sino que aporta valor social, promoviendo la diversidad, respeto y bienestar.

Palabras clave: bienestar, comunidad LGBT IQ+, Free Fitness Social Club, inclusión, innovación, realidad virtual, sostenibilidad.

Abstract

This project proposes the creation of Free Fitness Social Club, a space specifically designed for the LGBTQI+ community in Bogotá. The initiative aims to provide safe environments that promote physical, mental, and emotional well-being through a diverse, innovative, and sustainable approach.

Free Fitness Social Club seeks to integrate technologies such as virtual reality and gamification, offering a unique experience that combines physical training with entertainment and social interaction.

To develop this project, an analysis of the fitness sector in Colombia was conducted, revealing sustained and growth. Additionally, a pilot market study was carried out with members of the LGBTQI+ community to validate the business idea and assess its feasibility. The results showed a strong intention to use the service and a clear interest in differentiated offerings such as personalized training and psychological support.

The financial model projects steady growth, aiming to reach an 8.60% market share by the fifth year, demonstrating the scalability and potential of this initiative.

Free Fitness Social Club is not only economically viable, but it also generates social value by promoting diversity, respect, and well-being.

Keywords: well-being, LGBT IQ+ Community, Free Fitness Social Club, inclusion, innovation, virtual reality, sustainability.

Contenido

1	Introducción	16
1.1	Estructura del documento	20
2	Naturaleza del Proyecto	21
2.1	Origen o Fuente de la Idea De Negocio.....	21
2.2	Descripción del Modelo de Negocio.....	21
2.3	Objetivos Empresariales a Corto, Mediano y Largo Plazo	22
2.4	Estado Actual del Negocio.....	22
2.5	Descripción de Productos y Servicios	22
2.6	Nombre, Tamaño y Ubicación de la Empresa.....	23
2.7	Potencial del Mercado en Cifras	24
2.8	Ventajas Competitivas del Producto o Servicio.....	25
2.9	Resumen de las Inversiones Requeridas.....	25
2.10	Proyecciones de Ventas y Rentabilidad.....	25
2.11	Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad.....	26
2.12	Equipo de Trabajo	26
3	Análisis del Sector	28
3.1	Definición.....	28
3.2	Sector Fitness.....	28

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

3.3	Panorama del Sector	31
3.4	Ecosistema Empresarial	32
3.5	Análisis PESTEL	34
3.6	Competidores	36
3.7	Análisis PORTER	37
3.7.1	Oportunidades	39
3.7.2	Amenazas	40
4	Validación e Investigación de Mercado.....	41
4.1	Análisis de los Clientes Frente a La Propuesta De Valor	41
4.1.1	Buyer Persona	42
4.1.2	Localización	42
4.1.3	Propuesta de Valor	43
4.2	Metodologías	43
4.2.1	Business Model Canvas.....	43
4.2.2	System Mapping	45
4.2.3	Árbol de Problema	46
4.2.4	Propuesta de Valor	47
4.3	Estudio Piloto de Mercado	49
4.3.1	Objetivo General	49
4.3.2	Objetivos Específicos.....	49
4.3.3	Instrumentos de recolección de datos	50
4.3.4	Validación de los Instrumentos	52
4.3.5	Conclusiones	54
4.4	Resultados	55
4.4.1	Tamaño del Mercado	55
4.4.2	Total, Addressable Market (TAM).....	56

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

4.4.3	Serviceable Available Market (SAM)	56
4.4.4	Serviceable Obtainable Market (SOM)	57
4.4.5	Participación y Crecimiento Estimado en el Mercado	57
5	Estrategia y Plan de Introducción de Mercado	59
5.1	Objetivo General	59
5.2	Objetivos Específicos	59
5.3	Modelo de Ingreso	59
5.4	Estrategias	60
5.4.1	Año 1: Establecimiento y posicionamiento de marca	60
5.4.2	Año 2: Fidelización y creación de comunidad	61
5.4.3	Año 3: Fortalecimiento de marca	62
5.4.4	Año 4: Expansión digital e incremento de ingresos	62
5.4.5	Año 5: Posicionamiento y expansión	63
5.5	Mezcla de Mercadeo	64
6	Aspectos Técnicos	65
6.1	Plan de Producción	65
6.1.1	Objetivos	65
6.1.2	Producción de Servicios	66
6.1.3	Ficha Técnica de Productos y Servicios	69
6.1.4	Descripción Proceso de Prestación de Servicios	71
6.1.5	Modelo Operativo	72
6.2	Política de Atención al Cliente	72
6.2.1	Principios de Atención	73
6.2.2	Canales de Atención	74
6.2.3	Presupuesto Personal	75
6.2.4	Presupuesto Equipos y Maquinaria	75
6.2.5	Referencias de Ropa Deportiva	75

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

6.2.6	Referencias Suplementación	76
6.2.7	Adecuaciones y otros Activos	76
6.2.8	Tamaño de instalaciones estimadas	76
6.2.9	Capacidad de Producción	77
6.2.10	Plan de Producción y Servicios	79
6.2.11	Localización	80
7	Aspectos Organizacionales y Legales	82
7.1	Análisis Estratégico	82
	Misión	82
	Visión.....	82
7.2	Estructura Organizacional.....	82
7.3	Perfiles y Funciones Para cada Cargo.....	83
7.4	Organigrama.....	84
7.5	Factores Clave de la Gestión de Talento Humano.....	86
7.6	Esquema de Gobierno Corporativo.....	87
7.6.1	Tipo de Persona Jurídica	87
7.6.2	Aspectos Legales.....	88
7.6.3	Estructura Jurídica y tipo de Sociedad	90
7.6.4	Regímenes Especiales	91
7.7	Presupuesto de Personal Administrativo	91
8	Aspecto Financiero.....	93
8.1	Objetivo Financiero General	93
8.2	Objetivos Financieros Específicos	93
8.3	Supuestos Económicos para la Simulación	94
8.4	Proyección de Ventas.....	94

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

8.5	Descripción del precio unitario del producto servicio.....	95
8.6	Proyección de Costos de Producción	97
8.7	Proyección de Gastos de Mercadeo	97
8.8	Proyección de Gastos Administrativos.....	98
8.9	Presupuesto de Inversión	99
8.10	Estados Financieros (escenario probable).....	101
8.10.1	Estado de Resultados	102
8.10.2	Balance General	102
8.10.3	Flujo de Caja.....	103
8.10.4	Indicadores Financieros de Rentabilidad.....	104
8.11	Fuentes de Financiación.....	105
8.11.1	Amortización de la Financiación.....	106
8.12	Evaluación Financiera	106
8.12.1	Tasa de Oportunidad (TIO)	107
8.12.2	Valor Presente Neto del Proyecto	107
8.12.3	Tasa Interna de Retorno	107
8.12.4	Periodo de Recuperación de la Inversión.....	107
9	Enfoque hacia la Sostenibilidad	108
9.1	Sociales.....	109
9.2	Ambientales.....	110
9.3	Económicos	110
	Conclusión	110
10	Conclusiones	110
11	Referencias	113

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Anexos	117
Anexo 1. Panorama del sector	117
Anexo 2. PESTEL Free Fitness Social Club	119
Anexo 3. Competidores	121
Anexo 4. Buyer Persona.....	122
Anexo 5. Aplicación de Instrumentos.....	124
Anexo 6. Cotización Mercadeo	136
Anexo 7. Fichas Técnicas.....	138
Anexo 8. Descripción proceso de prestación de servicios	142
Anexo 9. Modelo operativo	145
Anexo 10. Presupuesto Equipos y maquinaria	146
Anexo 11. Cotización Equipos y maquinaria.....	147
Anexo 12. Referencias Ropa Deportiva.....	154
Anexo 13. Cotización Plak-Het	155
Anexo14. Presupuesto inventario inicial de suplementación.....	156
Anexo 15. Adecuaciones y otros activos presupuestarios	157
Anexo 16. Localización - Imagen Plano Projectado Instalaciones	158
Anexo 17. Cotización de Clases de Yoga.....	159
Anexo 18. Estados Financieros Básicos Projectados	159

Lista de tablas

Tabla 1. Proyecciones de Ventas y Rentabilidad	25
Tabla 2. Modelo de Ingreso.....	60
Tabla 3. Presupuesto establecimiento y posicionamiento de marca.....	61
Tabla 4. Presupuesto, fidelización y creación de comunidad	61
Tabla 5. Presupuesto de fortalecimiento de marca.....	62
Tabla 6. Presupuesto de expansión digital e incremento de ingresos	63
Tabla 7. Presupuesto posicionamiento y expansión.....	63
Tabla 8. Mezcla de Mercadeo	64
Tabla 9. Plan de producción de servicios – número de unidades	67
Tabla 10. Composición de la participación estimada de ingresos por la línea de servicio	68
Tabla 11. Membresías anuales	79
Tabla 12. Capacidad de producción.....	79
Tabla 13. Estructura Organizacional	82
Tabla 14. Perfiles y funciones para cada cargo.....	83
Tabla 15. Número de puestos de trabajo por cargo.....	85
Tabla 16. Presupuesto de personal administrativo.....	91
Tabla 17. Presupuesto inicial de gastos administrativos.....	92
Tabla 18. Supuestos económicos para la simulación.....	94
Tabla 19. Proyección de ventas	95
Tabla 20. Descripción del precio unitario del producto servicio	95
Tabla 21. Precio unitario productos y servicios	96
Tabla 22. Resumen consolidado de inversión y costos iniciales del proyecto	97
Tabla 23. Proyección de gastos de mercadeo.....	98
Tabla 24. Gastos Administrativos.....	98
Tabla 25. Inversión Inicial.....	100
Tabla 26. Presupuesto inicial de personal.....	101
Tabla 27. Informe financiero de resultados principales partidas consolidadas – valores (COP)	102
Tabla 28. Informe financiero de balance general principales partidas consolidadas – valores (COP).....	103
Tabla 29. Informe financiero de flujo de caja principales partidas consolidadas – valores (COP)	103
Tabla 30. Márgenes de rentabilidad financiera del proyecto.....	104

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Tabla 31. Calculo tasa de evaluación del proyecto	105
Tabla 32. Cálculo del préstamo.....	106
Tabla 33. Estado de Resultados	159
Tabla 34. Balance General.....	160
Tabla 35. Flujo de Caja	160

Lista de Figuras

Figura 1. Panorama del Sector.....	31
Figura 2. Ecosistema Empresarial.....	32
Figura 3. Las 5 fuerzas de PORTER para Free Fitness Social Club	38
Figura 4. Business Model Canvas.....	44
Figura 5. System Mapping	45
Figura 6. Árbol de problema.....	46
Figura 7. Propuesta de valor	48
Figura 8. Tamaño del mercado — participación y cobertura	58
Figura 9. Render Espacios Inclusivos y Tecnología Interactiva.....	77
Figura 10. Organigrama Free Fitness Social Club.....	85
Figura 11. Persona Jurídica, RUES	91
Figura 12. Composición porcentual del total de inversión	100

1 Introducción

Este proyecto se enmarca en el campo de la Maestría en Administración de Empresas (MBA) y se desarrolla dentro de la línea de investigación en Innovación y Sostenibilidad, respondiendo a los desafíos contemporáneos en emprendimiento, integrando prácticas responsables de equidad social y eficiencia económica y tecnológica en el sector fitness.

Es así que, la propuesta Free Fitness Social Club nace del deseo de transformar la experiencia del deporte en un entorno inclusivo, fomentando el bienestar, la innovación y la diversión. En esta propuesta de negocio no se plantea solo la creación de un gimnasio, se busca crear una comunidad que permita redefinir la forma en que las personas de la comunidad LGBTQI+ se relacionan con la actividad física.

Por lo tanto, la motivación principal, proviene de evidenciar que los espacios deportivos tradicionales no tienden a ser percibidos como seguros o cómodos para las personas de la comunidad LGBTQI+. Esto genera barreras que pueden limitar su acceso a servicios de salud física y mental.

Esta idea de negocio propone romper con dichas barreras, teniendo un enfoque fresco y diferente, convirtiendo así el ejercicio en una experiencia divertida e inmersiva, libre de juicios, que logra integrar la actividad física innovadora utilizando la realidad virtual y el acompañamiento nutricional y emocional. Esta propuesta se vio fortalecida tras analizar tendencias de consumo, estudios sobre exclusión y estudios de campo donde se observó la escasa implementación de innovación y de espacios adaptados para personas en diferentes procesos físicos y de transición hormonal, quienes requieren entrenamientos más específicos y sensibles a sus necesidades particulares.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

La problemática identificada se centra en la ausencia de espacios seguros e inclusivos en el sector fitness especializados para la comunidad LGBTQI+. El estudio de campo también permitió evidenciar que una proporción significativa de esta población evita gimnasios por temor a la discriminación, impactando su salud física y emocional. Además, la escasa implementación de tecnologías como realidad virtual y *gamificación* limita el potencial de motivación y adherencia al ejercicio. Este panorama se evidencia la necesidad de un gimnasio inclusivo, tecnológico y socialmente responsable que también convierta el ejercicio en algo divertido y deseado.

En Bogotá la comunidad LGBTI+ continúa enfrentando barreras importantes para acceder a espacios seguros dada la situación de discriminación, la falta de políticas inclusivas y la escasez de servicios adaptados a sus necesidades. De acuerdo con el informe de Colombia Diversa 2023¹ en el año 2022, se registraron 426 casos de violencia homicida, abuso policial y amenazas, ejemplificando las constantes de violencia contra la población LGBTI+.

Por otra parte, este mismo informe registró 148 homicidios contra personas de esta comunidad durante el mismo año, ocurridos en espacios privados con uso de armas blancas, torturas y armas de fuego, entre otros. Esto demuestra un entorno social donde persisten los riesgos de exclusión y violencia, y refuerza la necesidad de contar con espacios seguros dirigidos a este público específicamente. En este contexto, la oferta de gimnasios tradicionales resulta limitada y en muchos casos genera incomodidad o temor en usuarios de la comunidad para expresarse y sentirse libres de prejuicios.

¹ (N.d.). Colombiadiversa.org. Retrieved May 12, 2025, from <https://colombiadiversa.org/c-diversa/wp-content/uploads/2023/11/Resumen-ejecutivo-Informe-Colombia-Diversa.pdf>

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTIQ+ EN BOGOTÁ.

Por otra parte, según la Encuesta de Bienestar Subjetivo de DANE (2022)², aproximadamente 501.000 personas en Colombia se identifican como parte de la comunidad LGBTI+, con un alto porcentaje en la ciudad de Bogotá, sin embargo, la oferta deportiva y de bienestar que integra accesibilidad, seguridad emocional y espacios de socialización sigue siendo baja.

Al respecto, American Retail 2023³ indica que aunque se presenta un crecimiento importante en la industria de los gimnasios, no se reporta un aumento equivalente en servicios diferenciados o centrados en diversidad. En este sentido, organizaciones como ACNUR (2020)⁴ y ONU Colombia (2022)⁵ han promovido la creación de entornos seguros e inclusivos como estrategia para fortalecer el bienestar integral de poblaciones vulnerables.

Dado este escenario, se identifica una oportunidad real para crear una propuesta de valor que combine inclusión, innovación tecnológica y sostenibilidad dentro del sector fitness, impactando positivamente tanto a la comunidad usuaria como al entorno empresarial.

Finalmente, según (DNP, 2015)⁶ existen barreras significativas que limitan la participación de la comunidad LGBTI+ en actividades deportivas dado a la falta de políticas inclusivas y la presencia de estigmas sociales.

² Dane (2022). *Población LGBT y Bienestar Subjetivo*. Gov.Co. Retrieved May 12, 2025, from https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pulso-social/presentacion_EPS_poblacion_lgbt-ene2022-may2022.pdf

³ (N.d.-b). *America-retail.com*. Retrieved May 12, 2025, from <https://america-retail.com/paises/colombia/evolucion-de-la-industria-de-gimnasios-en-colombia/>

⁴ Fogaça y Miguel Pachioni, G., & Paulo, de S. (2018, September 26). *ACNUR resalta la importancia de asegurar espacios seguros para la población LGBTI en Brasil*. ACNUR - The UN Refugee Agency. <https://www.acnur.org/noticias/historias/acnur-resalta-la-importancia-de-asegurar-espacios-seguros-para-la-poblacion>

⁵ *Colombia avanza a una nueva era de inclusión y justicia. Aprobado por unanimidad el CONPES LGBTIQ+*. (n.d.). Gov.co. Retrieved May 12, 2025, from https://www.dnp.gov.co/Prensa_/Noticias/Paginas/colombia-avanza-a-nueva-era-inclusion-justicia-aprobado-por-unanimidad-conpes-lgbtqi.aspx

⁶ (N.d.-c). Gov.Co. Retrieved May 12, 2025, from https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Social/Documentos/Diagnostico-sobre-situacion-discriminacion-de-la-Poblacion-LGBTI-en-Colombia.pdf?utm_source=chatgpt.com

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

La discriminación en contextos deportivos no solo afecta la participación física, sino también la salud mental de las personas LGBTQI+, como lo señala el estudio de Rovira y Vilanova (2022)⁷, destacando la necesidad de entornos seguros y afirmativos.

En este contexto, la pregunta problema que guiará este Proyecto es:

¿Cómo diseñar un modelo de gimnasio inclusivo, rentable y tecnológicamente innovador que responda a las necesidades específicas de la comunidad LGBTQI+ en Bogotá?

Objetivo general

Diseñar un modelo de negocio innovador y sostenible para la creación de un gimnasio inclusivo en Bogotá, orientado a la comunidad LGBTQI+ que integre tecnología y promueva el bienestar físico, emocional y social.

Objetivos específicos

Estructurar el modelo de negocio de Free Fitness Social Club, incluyendo su propuesta de valor, segmentos de clientes, canales y fuentes de ingreso.

Realizar un estudio de mercado que identifique las necesidades, preferencias y barreras de acceso de la comunidad LGBTQI+ en Bogotá en relación con servicios fitness.

Determinar la viabilidad técnica, operativa y financiera del gimnasio inclusivo mediante proyecciones, costos, capacidad instalada y estructura organizacional.

⁷ (N.d.-d). Edu.Co. Retrieved May 12, 2025, from <https://vitela.javerianacali.edu.co/server/api/core/bitstreams/ffbf9a1-5685-4f5d-95eb-a29bfd1af159/content>

Propuesta de Valor

Free Fitness Social Club ofrece un espacio deportivo inclusivo y seguro diseñado especialmente para la comunidad LGBTQI+, que combina tecnología de realidad virtual, *gamificación*, acompañamiento nutricional y psicológico. Su ventaja competitiva se centra en integrar la innovación, comunidad y entretenimiento saludable, brindando una experiencia de bienestar única. Este proyecto tiene como diferenciador su enfoque hacia personas en procesos de transición hormonal o con necesidades físicas específicas, ofreciendo así un entrenamiento de apoyo integral, adicional este proyecto busca impactar de forma positiva la vida de una población vulnerable mediante el disfrute del ejercicio.

1.1 Estructura del documento

El presente proyecto se encuentra estructurado en diferentes secciones, permitiendo comprender de forma integral el desarrollo de este. Inicialmente, se presenta la naturaleza del negocio, donde se incluye su origen, modelo, objetivos y propuesta de valor. Posteriormente, se encuentra el análisis del sector fitness, donde se lleva a cabo un estudio detallado del sector al que pertenecería Free Fitness Social Club. Luego se aborda la validación e investigación de mercado, donde se pretende identificar las necesidades de la comunidad LGBTQI+ definiendo a su vez el público objetivo. A continuación, se exponen las metodologías a través del *Business Model Canvas*, *system mapping*, árbol problema, definiendo la propuesta de valor, la cual es el corazón del proyecto. Seguido se encuentra la estrategia de inducción de mercado que busca el éxito de Free Fitness Social Club con diferentes estrategias. También se detalla la estructura organizacional y legal de la empresa, y finalmente, se presenta el componente financiero, con proyecciones de inversión, ventas, costos, flujo de caja e indicadores de rentabilidad. El documento cierra con una reflexión sobre el impacto social y de sostenibilidad del proyecto, así como sus conclusiones generales.

2 Naturaleza del Proyecto

A continuación, se presentan los fundamentos estratégicos y operativos para el proyecto Free Fitness Social Club, estructurando origen, modelo de negocio, objetivos empresariales, estado actual, productos y servicios, así como las condiciones del mercado objetivo. A través de este apartado se pretende describir como la propuesta busca responder a una problemática social por medio de un negocio viable, escalable y con alto impacto social. A demás de lo anterior, se detalla la forma jurídica, el tamaño estimado de la empresa y las proyecciones de inversión y rentabilidad.

2.1 Origen o Fuente de la Idea De Negocio

Free Fitness Social Club nace como una propuesta innovadora que responde a la necesidad de espacios deportivos seguros, inclusivos y tecnológicos para la comunidad LGBTQI+ en Bogotá. La idea surge tras estudios de mercado que evidenciaron la exclusión de esta población en gimnasios tradicionales y la oportunidad de integrar tecnologías inmersivas como la realidad virtual para fomentar la libertad de expresión y el bienestar físico.

2.2 Descripción del Modelo de Negocio

El modelo de negocio de Free Fitness Social Club se fundamenta en la prestación de servicios de entrenamiento personalizado, gamificado, con realidad virtual y acompañamiento emocional. Los usuarios podrán acceder a estos servicios generando el pago de membresías, la contratación de servicios adicionales y la compra de productos complementarios relacionados con la actividad fitness.

2.3 Objetivos Empresariales a Corto, Mediano y Largo Plazo

A continuación, se presentan los objetivos empresariales a corto, mediano y largo plazo utilizando la metodología SMART la cual permite establecer objetivos que sean específicos, medible, alcanzable y relevante en un tiempo definido.

Corto Plazo (2026): Poner en funcionamiento la primera sede física de Free Fitness Social Club en Bogotá en una ubicación estratégica de la ciudad, garantizando un ambiente seguro, libre de discriminación que propenda por la inclusión de la comunidad LGBTQI+, y con servicios básicos operativos en el año 2026.

Mediano Plazo (2027-2029): Fortalecer la operación de la primera sede en Bogotá aumentando su base de usuarios a 500 clientes activos mensuales, mediante estrategias de fidelización, eventos y alianzas con marcas afines. Se proyecta un crecimiento anual y una tasa de satisfacción del 89%.

Largo Plazo (2030): Expandir el modelo de negocio mediante la apertura de 3 nuevas sedes físicas en otras ciudades de Colombia, bajo un esquema de franquicia o inversión directa. Se espera consolidar a Free Fitness Social Club como un referente nacional en fitness inclusivo, logrando una participación del 8.6% del mercado enfocado en población LGBTQI+.

2.4 Estado Actual del Negocio

El estado actual de Free Fitness Social Club se encuentra en fase de planeación de mercado a través de encuestas piloto y análisis financiero.

2.5 Descripción de Productos y Servicios

- Los servicios incluyen:

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

- Membresías: Que incluyen el acceso a las instalaciones, uso de las máquinas y asesoría básica de entrenadores. Diseñadas para promover la constancia, la inclusión y el bienestar en un entorno seguro.
- Clases personalizadas: Incluyen rutinas adaptadas a necesidades físicas de género y objetivos individuales físicos, en nutrición y salud mental.
- Venta de suplementos: Línea de productos de alta calidad para complementar los objetivos de entrenamiento y bienestar de los usuarios.
- Vestuario Deportivo: Prendas cómodas y funcionales pensadas para todos los cuerpos y géneros.
- Eventos de integración comunitaria: Encuentros grupales que sean dirigidos a la creación de comunidad, socialización, empoderamiento colectivo y visibilidad positiva de la comunidad LGBTQI+

2.6 Nombre, Tamaño y Ubicación de la Empresa

Free Fitness Social Club será una empresa creada bajo el modelo de Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), conformada por una única socia Emprendedora. El capital inicial será de \$50.000.000 COP, representado en 5.000 acciones, lo que permite mantener el control del proyecto desde su etapa inicial y, si en el futuro se desea, abrir espacio a nuevas personas que compartan la visión.

Para poner en marcha el gimnasio, se requiere una inversión total de \$376.891.121 COP, que cubrirá la adecuación del espacio, compra de equipos, contratación de personal, gastos operativos y el capital de trabajo para los primeros 3.5 meses.

Una parte de esta inversión será cubierta con recursos propios, y el resto se gestionará a través de un préstamo bancario a cinco años, con una tasa de interés anual del

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

13.94 %. Esta estrategia busca iniciar el proyecto de manera sostenible, sin perder de vista su propósito social y el impacto que puede generar en la comunidad.

Los detalles completos pueden consultarse en la Hoja 3 del Simulator Financiero Adjunto.

El proyecto se clasifica como microempresa, de acuerdo con los criterios del Decreto 957 de 2019, por su nivel de activos, ingresos y personal estimado.

2.7 Potencial del Mercado en Cifras

El sector fitness en Colombia ha venido creciendo de forma constante, generando más de 222 millones de dólares al año⁸. Después de la pandemia las personas han demostrado un mayor interés por el cuidado de la salud física y mental, esto generando mayor demanda en los gimnasios y servicios de bienestar.

En Bogotá se estima que 184.800 personas hacen parte de la comunidad LGBTQI+ (Universidad de los Andes, 2021) y muchas de ellas no se sienten completamente parte de los gimnasios tradicionales, lo que representa una gran oportunidad para Free Fitness Social Club.

Según las proyecciones del proyecto:

- El mercado total en Colombia (TAM) tiene un valor de \$960.840 millones COP al año.
- El mercado disponible en Bogotá (SAM) representa \$213.600 millones COP.

⁸ El Tiempo. (2016, mayo 16). Negocios del sector fitness cogen cada vez más fuerza. <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/negocios-del-sector-fitness-cogen-cada-vez-mas-fuerza-60820>

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

- El proyecto empresarial apunta a un mercado cuantificado y delimitado (SOM) con un valor estimado de 10.680 millones COP.

2.8 Ventajas Competitivas del Producto o Servicio

El enfoque especializado en inclusión, la integración de tecnología inmersiva y un ambiente libre de discriminación, son ventajas que no ofrece la competencia local.

2.9 Resumen de las Inversiones Requeridas

La inversión inicial requerida asciende a \$376.891.121 COP, distribuidos en p infraestructura 46%, mobiliario 9,02%, tecnología 5,98% y capital de trabajo 39%.

2.10 Proyecciones de Ventas y Rentabilidad

Durante el periodo proyectado 2026–2030, los ingresos anuales de Free Fitness Social Club muestran un crecimiento progresivo, con un promedio de \$709.176.118 COP, según los datos detallados en la Hoja 4 del simulador financiero.

Tabla 1. Proyecciones de Ventas y Rentabilidad

Periodo	Ingresos Anuales (COP)	Utilidad Neta (COP)	Margen Neto (%)	Ventas Totales Estimadas (COP)	Comentario
2026 - 2030 (promedio)	\$ 709.176.118	Crecimiento desde el 2º año	7,81 % (en 2030)	\$ 709.176.000	Proyecto viable y sostenible con utilidades crecientes
2030	-	\$ 174.176.601	18,90%	\$ 918.549.409	Margen neto superior al 15 % estimado en gimnasio Befree

Fuente: Elaboración Propia

Con base en las proyecciones realizadas, Free Fitness Social Club demuestra ser un proyecto financieramente viable y sostenible en el mediano plazo. A partir del segundo año,

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

comienza a generar utilidades crecientes, alcanzando en 2030 una utilidad neta de \$174.176.601 COP, con un margen neto del 18,9 % sobre ventas totales estimadas en \$918.549.409 COP. Este comportamiento valida la rentabilidad del modelo y respalda su escalabilidad progresiva dentro del sector fitness colombiano. Según el “*Plan de negocios para el gimnasio Befree gym*” para un gimnasio en Colombia, el margen neto proyectado fue cercano al 15 %, ⁹ valor que se encuentra en línea con los resultados financieros estimados para el Free Fitness Social Club.

2.11 Conclusiones Financieras y Evaluación de Viabilidad

El análisis financiero del proyecto muestra un Valor Presente Neto (VPN) positivo de \$1.523.171 COP, lo que indica la generación de valor económico por encima de la inversión inicial. Además, la Tasa Interna de Retorno (TIR) del 14,08 % supera la tasa de descuento aplicada del 13,94 %, lo que refuerza la viabilidad financiera del proyecto y su capacidad de retorno para los inversionistas. Este nivel de rentabilidad es coherente con los resultados observados en estudios aplicados al sector fitness, donde se reportan márgenes promedio de rentabilidad cercanos al 30 % ¹⁰.

2.12 Equipo de Trabajo

El equipo estará integrado por 6 profesionales en administración, 2 en psicología, 2 en nutrición, 6 en deporte y 2 en fisioterapia, comprometidos con la inclusión y el bienestar integral.

Este proyecto es liderado por Lorent Daniela Carvajal Rojas, profesional en negocios internacionales y estuante del MBA en Administración de empresas, con experiencia en

⁹ Castro, P. (2014). *Plan de negocios Alliance Gym* [Trabajo de grado, Universidad EIA]. Repositorio Institucional Universidad EIA. https://repository.eia.edu.co/bitstream/11190/1697/1/CastroPablo_2014_PlanNegociosAlliance.pdf

¹⁰ Jiménez, C. (2023). *¿Cuál es la rentabilidad en gimnasios?* Chano Jiménez. <https://chanojimenez.com/rentabilidad-en-gimnasios/>

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

gestión de operaciones, logística internacional, manejo de inventario. También es usuaria activa de los gimnasios desde el año 2021 y cuenta con conocimientos en nutrición, lo que permite comprender las necesidades del sector y liderar un proyecto inclusivo y sostenible. No obstante, como miembro de la comunidad LGBTQI+, Lorent tiene una visión cercana de las necesidades y barreras que enfrenta esta población.

3 Análisis del Sector

El concepto de “Free Fitness Social Club” se presenta como una propuesta disruptiva y de gran valor estratégico, orientada a cubrir las necesidades específicas de la comunidad LGBTQI+ en materia de salud física y bienestar integral. Este proyecto de grado tiene como objetivo la creación de una empresa dedicada al establecimiento de un gimnasio inclusivo, diseñado para ofrecer una experiencia personalizada y única a sus usuarios.

El análisis se centrará en la evolución del sector fitness, el cual ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años. Además, se pondrá especial énfasis en los aspectos de inclusión, diversidad, y el fomento del bienestar mental y emocional dentro de este mercado objetivo. La propuesta busca posicionarse como un referente en la promoción de espacios seguros y acogedores, adaptados a las necesidades particulares de la comunidad LGBTQI+.

3.1 Definición

El sector fitness, ha ganado protagonismo como uno de los más dinámicos dentro del área de la salud y el bienestar. Según Restrepo & Forero (2022), abarca un conjunto de actividades y servicios orientados al mejoramiento de la salud física y mental de las personas, debido a que su tipología de servicios incluye gimnasios, centros de entrenamiento funcional, estudios especializados (como yoga y pilates), programas de entrenamiento personalizado y plataformas digitales de ejercicio, entre otros. Este sector se ha adaptado a las necesidades cambiantes de los consumidores, incorporando tecnología y enfoques integrales de bienestar.

3.2 Sector Fitness

Durante la pandemia (2020), se produjo un cambio significativo en los hábitos de las personas con respecto a su salud y bienestar, ya que este período crítico impulsó una mayor conciencia sobre la importancia de cuidar la salud física y mental. Como resultado, las

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

personas replantearon sus rutinas, incorporando más actividad física y adoptando dietas más equilibradas. Este cambio no solo fue una respuesta a las circunstancias de la pandemia, sino que ha perdurado, consolidándose como una tendencia en la vida diaria de un amplio sector de la población.

El diario EL TIEMPO ¹¹, por su parte, señaló que los negocios del sector fitness tienen cada vez más protagonismo en la economía colombiana, generando 222 millones de dólares al año. Asimismo, Portafolio ¹², destaca que la industria de gimnasios en Colombia tiene un panorama positivo, en gran parte debido a que la pandemia reforzó la necesidad de mantenerse activos y cuidar tanto la salud física como la emocional. Durante este periodo, muchas personas empezaron a ver la actividad física no solo como un beneficio estético, sino como una herramienta para mejorar su calidad de vida general.

Otro aspecto relevante es la incorporación de tecnología en las prácticas deportivas. La pandemia impulsó el desarrollo de plataformas virtuales, permitiendo el entrenamiento desde casa y abriendo paso a modelos híbridos que combinan clases presenciales y online

Además, a partir de la Encuesta Nacional de Tendencias de Fitness en Colombia, se evidenció que el 86,73% de los encuestados considera prioritario contar con entrenadores capacitados y certificados, lo que refleja la creciente demanda por servicios de calidad¹³. Esta tendencia también se traduce en una oferta diversificada que incluye programas enfocados en

¹¹ El Tiempo. (2016, mayo 16). *Negocios del sector fitness cogen cada vez más fuerza*. <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/negocios-del-sector-fitness-cogen-cada-vez-mas-fuerza-60820>

¹² Portafolio. (2022, noviembre 22). *La industria de los gimnasios en Colombia tiene buena salud*. <https://www.portafolio.co/contenido-patrocinado/la-industria-de-los-gimnasios-en-colombia-tiene-buena-salud-574430>

¹³ Restrepo, Laura; Forero, Camila. *Tendencias del sector fitness en Colombia: crecimiento y transformación digital*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia, 2022.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

grupos poblacionales específicos, como adultos mayores, jóvenes o personas con condiciones especiales de salud.

Por otra parte, los servicios del sector fitness se enmarcan dentro del ámbito del deporte y las actividades físicas deportivas. Según la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) utilizada en Colombia, estos establecimientos se agrupan bajo los siguientes códigos:

-8552: Enseñanza deportiva y recreativa.

-8621: Actividades de la práctica médica sin internación.

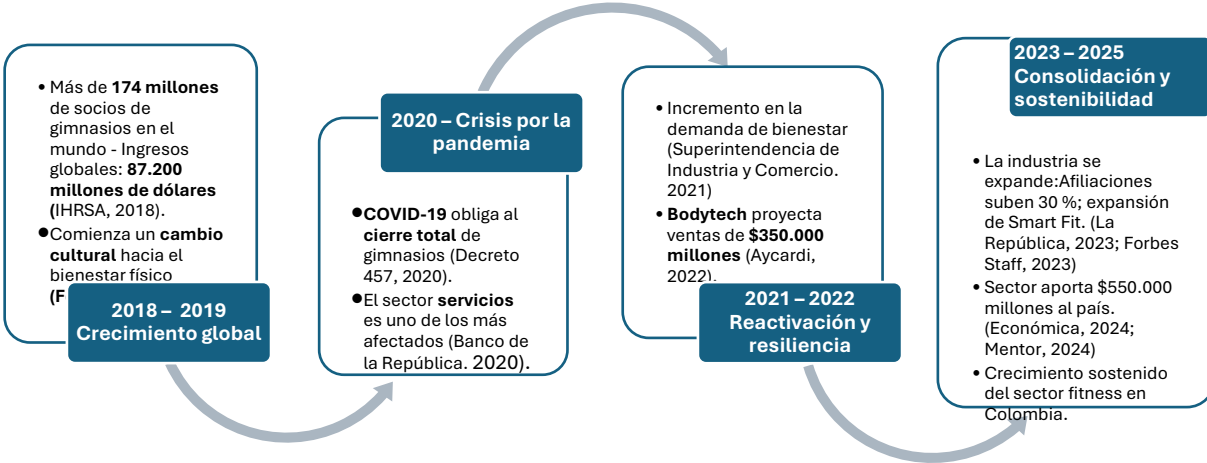
-8692: Actividades de apoyo terapéutico¹⁴.

La propuesta de *Free Fitness Social Club* está alineada con estas tendencias, ofreciendo un espacio inclusivo que responde a la creciente demanda por la salud integral y el bienestar emocional.

¹⁴ Cámara de Comercio de Bogotá. Clasificación CIIU - Actividades económicas en Bogotá y la Región [en línea]. Bogotá: CCB, 2021. [Consulta: 14 de mayo de 2025]. Disponible en: <https://www.ccb.org.co>

3.3 Panorama del Sector

Figura 1. Panorama del Sector



Fuente: Elaboración propia

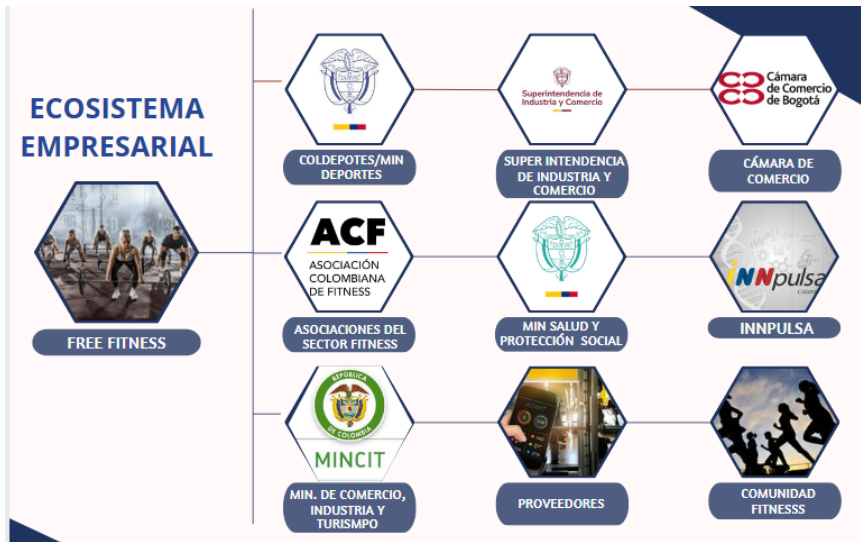
Para comprender con mayor profundidad los hitos relevantes del sector fitness, en el Anexo 1, se presenta una visión general de su desarrollo y evolución entre 2018 y 2025. Destaca el impacto de la pandemia en 2020, que ralentizó el sector, seguido de una recuperación impulsada por la conciencia de la población sobre la salud. Además, se señalan tendencias de crecimiento y expansión, especialmente en Colombia, con proyecciones favorables que indican un mercado en constante adaptación a nuevas demandas y tecnologías hasta 2025. Por otra parte, EMIS (Education Management Information System) indicó en su publicación “*El panorama del retail colombiano para 2025*” que el sector de gimnasios se destacó durante el año 2024 con Smart Fit, ya que cerró el año con 196 sedes nuevas en más de 50 municipios esperando abrir nuevas sedes lo que permite tener una visión positiva del sector.¹⁵

¹⁵ *Emerging markets research, data and news.* (n.d.). Emis.com. Retrieved February 25, 2025, from https://www.emis.com/v2/documents/867007223/?keyword=tasa%20de%20crecimiento%20gimnasios&display_lang=es

3.4 Ecosistema Empresarial

El ecosistema empresarial en el cual se desarrolla esta iniciativa es tan diverso y amplio como cualquier otra actividad económica en el país. Existen varias organizaciones que, por su naturaleza y objetivos, comparten una conexión y afinidad especial. Estas entidades no solo coexisten, sino que también se apoyan y colaboran, impulsando este tipo de iniciativas. Este entorno es como una gran red de aliados que, con sus experiencias y apoyo, fortalecen el crecimiento, la innovación y el desarrollo de este tipo de proyectos.

Figura 2. Ecosistema Empresarial



Fuente: Creación propia

Ministerio de Deporte: Se encuentra a la cabeza del sector del deporte y se encarga de manejar la política pública, los planes, programas y proyectos que respectan al deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la actividad física, con esto se da una

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

búsqueda en pro del bienestar y la calidad de vida aspectos que hacen parte de su objetivo como organización.

Superintendencia de Industria y Comercio (SIC): Esta entidad se encarga de regular el sector empresarial y protege a su vez el derecho de los consumidores, lo que implicaría para los gimnasios tener garantías y transparencia con los usuarios.

Cámara de Comercio: Esta entidad es fundamental en la creación de empresas, ya que ofrece servicios tales como el registro mercantil, capacitación a emprendedores y orientación empresarial.

Asociaciones: En estas se encuentran las organizaciones como la Asociación Colombiana de Gimnasios, IHRSA las cuales proporcionan soporte al sector, brindando asesorías de formación y representación ante el gobierno y otras entidades, a su vez crean estudios de mercado y eventos dirigidos solo a esta industria.

Ministerio de Salud y Protección Social: Esta entidad se encarga de supervisar las normativas sanitarias para los gimnasios, enfocándose en la prevención de enfermedades. Este ministerio ha jugado un papel fundamental en la pandemia y la pospandemia, regulando cierres y reaperturas de los gimnasios en el país.

INNpulsa: Esta entidad ofrece programas de apoyo y financiamiento a emprendedores de distintos sectores.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo: Fomenta el emprendimiento, así como el desarrollo económico en el país, promocionando las pequeñas y medianas empresas teniendo en cuenta que los gimnasios son un componente importante en el sector servicios.

Proveedores: Son parte fundamental ya que suministran los equipos de gimnasio entre otros.

Comunidad fitness: Abarca a la comunidad local, esto podría incluir eventos, patrocinios, colaboraciones con otras marcas, etc.

3.5 Análisis PESTEL

El análisis PESTEL es una herramienta utilizada en la administración y estrategia empresarial para examinar factores externos que pueden influir en el entorno de una organización. Este marco considera seis dimensiones: Política, economía, sociedad, tecnología, medioambiente (ecología) y legislación. Cada una de estas dimensiones ayuda a identificar las oportunidades y amenazas en el entorno macroeconómico que pueden afectar las decisiones estratégicas de una empresa¹⁶.

En el contexto del análisis PESTEL realizado para este proyecto, se destaca un panorama prometedor, aunque no exento de desafíos. A pesar de las dificultades que ha enfrentado el sector, la viabilidad de la propuesta es evidente, gracias a un entorno que favorece la innovación tecnológica y la inclusión social. Así como sus resultados antes, durante y después de la pandemia, esto nos da cimientos para ver a este sector como uno de los más prometedores. Por otra parte, la creciente conciencia sobre la sostenibilidad y la demanda por espacios inclusivos, presentan una oportunidad significativa para el desarrollo del gimnasio enfocado en la comunidad LGBTQI+. Para conocer a fondo el modelo PESTEL véase el Anexo 2.

¹⁶ Johnson, Gerry; Scholes, Kevan; Whittington, Richard. Dirección estratégica: teoría y aplicación. 6.ª ed. Madrid: Pearson Education, 2006.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

A partir del análisis PESTEL, se pueden extraer las siguientes conclusiones sobre el panorama general para *Free Fitness Social Club* en Colombia:

- Oportunidades y desafíos: El entorno en Colombia presenta oportunidades significativas para *Free Fitness Social Club*, especialmente en áreas como la cultura de vida saludable, la innovación tecnológica y la conciencia ecológica. No obstante, la alta inflación y la disminución del consumo son desafíos económicos que requieren una estrategia flexible de precios.
- Estrategia adaptativa y cumplimiento normativo: *Free Fitness Social Club* debe ajustar su estrategia a las condiciones económicas actuales, aprovechar las políticas de inclusión y los incentivos al emprendimiento, y cumplir con las normativas locales. Incorporar prácticas sostenibles y tecnologías que mejoren la experiencia del cliente contribuirá a fortalecer su competitividad y reputación en el mercado.
- Entorno Político: Las políticas de inclusión y los incentivos al emprendimiento en Colombia ofrecen un entorno favorable, pero es esencial que *Free Fitness Social Club* se mantenga al tanto de las normativas y políticas locales para garantizar el cumplimiento y aprovechar oportunidades de apoyo gubernamental.
- Condiciones Económicas: El contexto económico actual, con alta inflación y disminución del consumo, representa un desafío para el negocio. *Free Fitness Social Club* deberá ser flexible en su estrategia de precios y promociones para adaptarse a la reducción en el poder adquisitivo de los usuarios.
- Tendencias Sociales: La cultura de vida saludable y el crecimiento de la industria fitness son oportunidades clave para *Free Fitness Social Club*.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Ampliar su enfoque inclusivo hacia comunidades diversas, como la comunidad LGBTQI+, podría ayudar a captar nuevos segmentos de usuarios y fortalecer su posición en el mercado.

- **Avances Tecnológicos:** La innovación tecnológica es crucial para mejorar la experiencia del cliente y mantener la competitividad. La adopción de herramientas digitales y plataformas de reservación o monitoreo del progreso puede diferenciar a *Free Fitness Social Club* y satisfacer las expectativas de una clientela cada vez más tecnológica.
- **Conciencia Ecológica:** La sostenibilidad y las prácticas ambientales son cada vez más valoradas por los consumidores. *Free Fitness Social Club* tiene la oportunidad de integrar prácticas ecológicas y aliarse con empresas sostenibles, lo cual no solo mejorará su imagen, sino que también responderá a las crecientes expectativas de responsabilidad ambiental.
- **Aspectos Legales:** El cumplimiento normativo y la obtención de certificaciones en salud y seguridad son esenciales para operar en el sector fitness y generar confianza en los usuarios. Adaptarse a las regulaciones ayudará a evitar sanciones y mejorará la reputación de la empresa.

3.6 Competidores

En la actualidad la vida fitness y el estilo de vida saludable tiene un alto nivel de competencia, es por esto que *Free Fitness Social Club* se vería enfrentado a competir con marcas consolidadas como Smart Fit y Body Tech, que lideran el sector gracias a su amplia cobertura, precios accesibles y variedad de servicios. Por otra parte, los gimnasios de barrio siguen siendo una opción popular ya sea por ubicación y cercanía, así como sus precios asequibles y finalmente Pony club que se presenta como una opción inclusiva y diversa. No

obstante, existe una oportunidad para ofrecer una propuesta diferente que combine personalización e innovación, enfocándose en la integración de tecnología y creando un ambiente inclusivo para todos (Ver el Anexo 3).

Esta propuesta busca no solo satisfacer las necesidades físicas, sino también emocionales, brindando una experiencia única que aporta valor a quienes buscan algo más que lo convencional.

Para ver a detalle las características de los competidores, el nivel de diferenciación, las estrategias consideradas para mitigar su impacto y mantener el posicionamiento frente a estos, véase el Anexo 3.

3.7 Análisis PORTER

“El modelo de las cinco fuerzas de Porter analiza cinco fuerzas competitivas en una industria: la amenaza de nuevos entrantes, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores, la amenaza de productos o servicios sustitutos, y la rivalidad entre competidores existentes. Este marco permite evaluar la intensidad de la competencia y la rentabilidad potencial en un sector, ayudando a las empresas a identificar sus estrategias competitivas”¹⁷.

Aplicando las 5 fuerzas de Porter al modelo de negocio de *Free Fitness Social Club*, se concluye que se destaca frente a su competencia por ser un modelo innovador centrado en la experiencia del cliente. Aspira ofrecer una amplia variedad de programas y clases adaptadas a las necesidades de la comunidad, junto con un ambiente inclusivo que fomenta conexiones significativas entre los miembros. Además, promueve la aceptación y el respeto por la

¹⁷ Porter, Michael. *Las cinco fuerzas competitivas que dan forma a la estrategia*. Harvard Business Review América Latina. 2008.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

diversidad, siendo un espacio seguro para personas de todas las orientaciones sexuales e identidades de género. Estos diferenciadores no solo mejoran la experiencia del cliente, sino que también contribuyen a la definición del negocio y de la propuesta de valor con elementos mucho más claros para reducir los riesgos.

Para llevar a cabo este análisis fue importante reconocer el impacto de los competidores, proveedores, compradores, reconocer las amenazas que podrían traer los servicios sustitutos y reconociendo factores en torno a la rivalidad de los competidores existentes.

Figura 3. Las 5 fuerzas de PORTER para Free Fitness Social Club



Fuente: Creación propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Con base en la figura 3, se puede concluir que la iniciativa cuenta con un análisis estratégico sólido que permite anticipar los principales desafíos y oportunidades del entorno competitivo. Al analizar cada ítem, Free Fitness demuestra una comprensión integral del mercado fitness en Bogotá, especialmente enfocado en la comunidad LGBTQI+. Este análisis facilita la toma de decisiones informadas; el diseño de estrategias de diferenciación y fidelización de clientes; y el fortalecimiento de la propuesta de valor, lo que es fundamental para el posicionamiento sostenible del gimnasio inclusivo en un entorno dinámico y competitivo.

3.7.1 Oportunidades

- Crecimiento del mercado fitness, dado que esta ha venido experimentando un aumento en la demanda, sobre todo después de la pandemia.
- El sector de fitness en Colombia cada vez demanda nuevas tecnologías y modelos de operativos más flexibles para ser implementados.
- Inclusividad y diversidad creando un ambiente especialmente dirigido a la comunidad LGBTQI+ permitiendo diferenciar a *Free Fitness Social Club* en un mercado competitivo. Atrayendo no solamente a este segmento de usuarios, sino también fomentando una cultura de aceptación y diversidad aumentando así la satisfacción y lealtad de los usuarios.
- Colaboraciones estratégicas con marcas y profesionales de la salud que impacten en el bienestar de las personas.

3.7.2 Amenazas

- La existencia de fuentes de financiación puede ser muy limitadas para proyectos de este estilo.
- Incertidumbre económica, ya que esto puede influir en el gasto de los consumidores.
- La existencia de más establecimientos dedicados a ofrecer este tipo de servicios dado a su gran crecimiento.

4 Validación e Investigación de Mercado

Para realizar la investigación de mercado de Free Fitness, se aplicaron diferentes metodologías para determinar y evidenciar la necesidad de espacios seguros e inclusivos para el bienestar físico y mental de la comunidad LGBTQI+. Para la aplicación de los instrumentos de recolección de datos, se optó por un muestreo no probabilístico de tipo intencional, el cual permitió seleccionar a los participantes con base en criterios específicos relacionados con los objetivos del estudio.

Este enfoque facilitó la inclusión de personas pertenecientes a la comunidad LGBTQI+ con experiencia o interés en servicios fitness, así como expertos del sector, como entrenadores, psicólogos, fisicoculturistas y empresarios. La elección de esta muestra respondió a la necesidad de obtener información cualitativa y cuantitativa relevante, que aportara una comprensión profunda y contextualizada del mercado, sus dinámicas y oportunidades para el modelo de negocio propuesto.

4.1 Análisis de los Clientes Frente a La Propuesta De Valor

Esta sección presenta el perfil de los potenciales usuarios, su ubicación estratégica en la ciudad y los elementos clave que conforman la propuesta de valor. Estos resultados permitirán identificar las principales características, necesidades y preferencias de la comunidad LGBTQI+ e la ciudad de Bogotá.

4.1.1 Buyer Persona

Según *HubSpot*,¹⁸ el *Buyer Persona* es un personaje ficticio que permite entender el perfil del comprador presentado segmentos clave de la audiencia del modelo de negocio. Esto permite que las empresas comprendan de mejor manera a los usuarios potenciales.

Por lo anterior, el *Buyer Persona* presentado en este proyecto (véase Anexo 4), es la representación del tipo de usuario que tendría *Free Fitness Social Club* basado en el segmento demográfico.

“Joseph Rivera es un hombre trans que está en una relación. En la actualidad labora como analista de mercadeo, es un chico saludable a quien le gusta compartir con sus amigos y sentirse libre de ser el mismo. Devenga una remuneración de 2SMLV lo que le permite disfrutar de ciertas actividades de entretenimiento y cuidado personal mientras efectúa los pagos mensuales de su primer apartamento. Joseph además se preocupa por mantenerse saludable, cuidar de su salud mental y continuar creciendo de forma laboral y profesional, por lo que en sus planes está iniciar una especialización. También está a la vanguardia de la tecnología y tiende a utilizar productos de última tecnología, por lo mismo se mantiene activo en sus redes sociales mostrando las actividades que realiza y compartiendo sus logros con amigos”.

4.1.2 Localización

Según el censo realizado por el *Ministerio de Igualdad y Equidad*,¹⁹ se logró establecer que un porcentaje del 85,1% de población LGBTQI+ se encuentra en el área urbana y un

¹⁸ Pursell, S. (2024, April 3). *Qué es un buyer persona y cómo crearlo (con plantillas gratis)*. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/marketing/que-son-buyer-personas>

¹⁹ *Ministerio de Igualdad y Equidad*. (n.d.). Gov.co. Retrieved November 11, 2024, from <https://www.minigualdadyequidad.gov.co/portal/Secciones/277957:Informacion-especifica-para-grupos-de-interes>.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

14,9% en el área rural. Por lo anterior, para propósitos del proyecto, la población objeto de usuarios que identificamos como compradores potenciales estarán concentrados especialmente en la zona urbana de la ciudad de Bogotá. La población se concentra en diferentes áreas de la ciudad, algunas más reconocidas que otras, por lo cual el nicho se encuentra en el sector de chapinero ya que este acoge personas de diferentes lugares y es conocido por su diversidad y dinamismo económico ya que allí se concentran oficinas, instituciones educativas y diversos lugares de entretenimiento sumado a que en esta localidad es reconocida por ser espacio LGBTQI+.

4.1.3 Propuesta de Valor

Para la elaboración de la propuesta de valor fueron determinadas un conjunto variado de herramientas de análisis entre ellas, *Business Model Canvas*, *System Mapping*, *Árbol de problema* sumado a una labor de trabajo de campo.

4.2 Metodologías

Se emplearon diversas metodologías estratégicas en el desarrollo del presente proyecto, lo cual permitió estructurar, visualizar y fundamentar el modelo de negocio propuesto para el gimnasio inclusivo Free Fitness Social Club. El uso de diversas herramientas brindó un enfoque integral para comprender el entorno, identificar los retos clave y construir una propuesta de valor coherente con las necesidades del mercado objetivo.

En coherencia con lo anterior, las metodologías utilizadas fueron el *Business Model Canvas*, el *System Mapping*, el árbol de problemas y la definición de la propuesta de valor, las cuales se detallan a continuación.

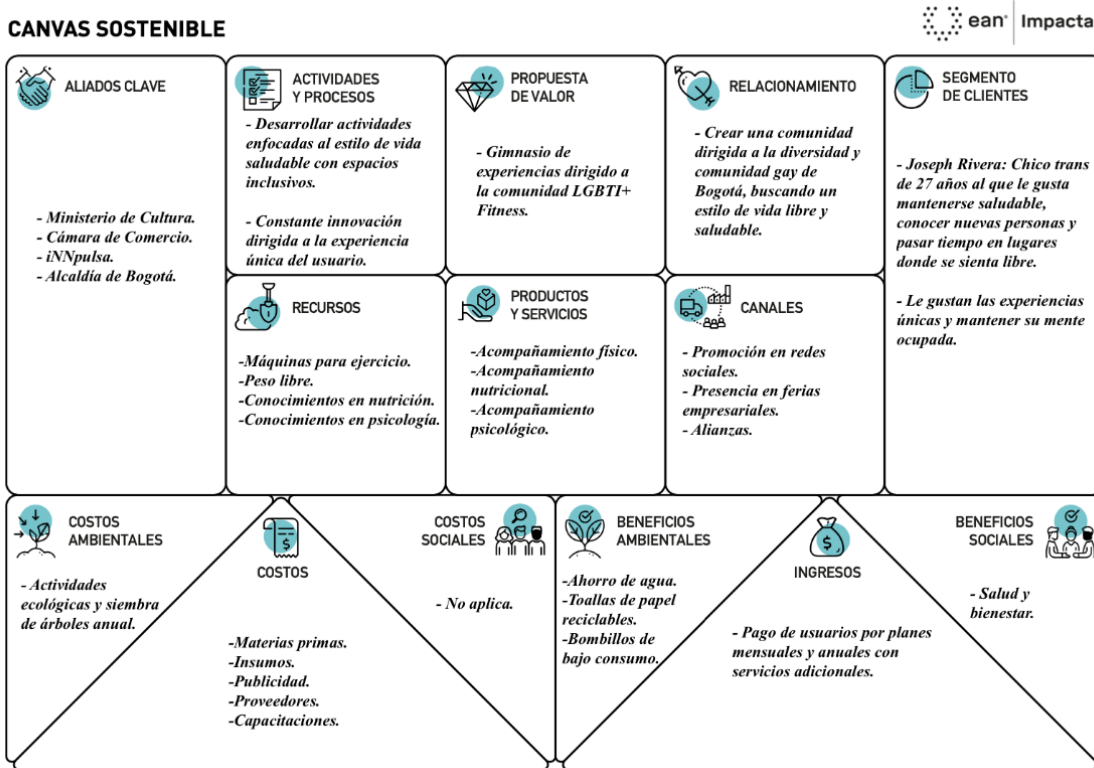
4.2.1 Business Model Canvas

Para definir la propuesta de valor se utilizaron varias metodologías, iniciando con el uso del *Business Model Canvas*, que permite definir de forma clara la propuesta de valor y su enfoque

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

principal está en cómo resolver los problemas mientras se satisfacen las necesidades de los usuarios.

Figura 4. Business Model Canvas



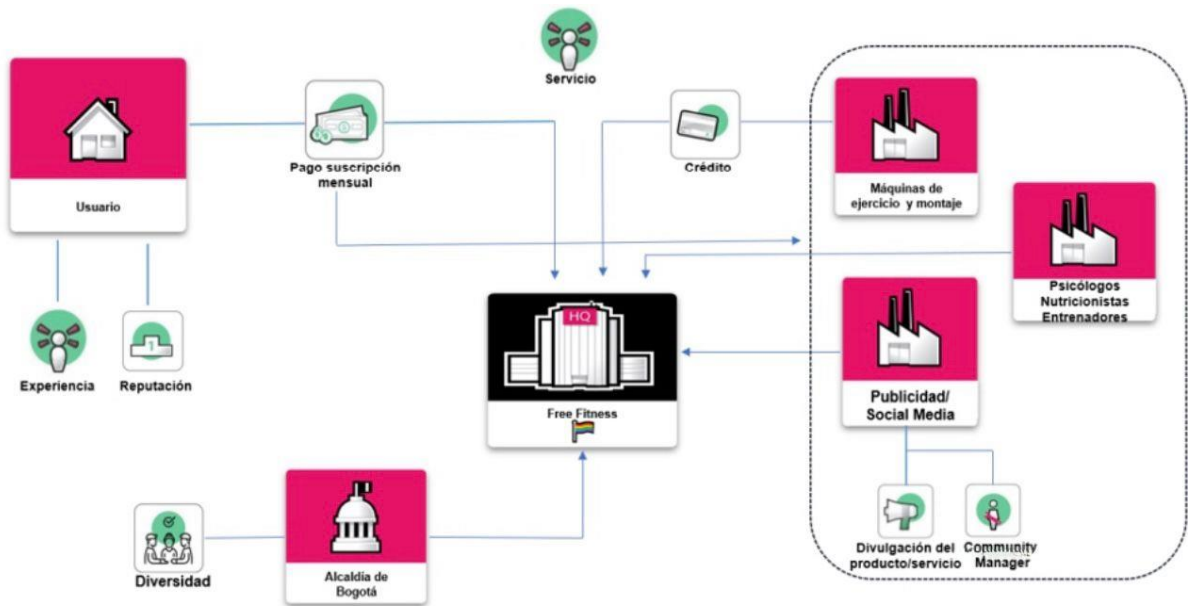
Fuente: Creación propia

El Canvas Sostenible (Figura 4) destaca una propuesta de valor para Free Fitness enfocada en la inclusión y el bienestar de la comunidad LGBTQI+, integrando acompañamiento físico, nutricional y psicológico. Se plantea un modelo integral que promueve la salud, el ahorro de recursos y el fortalecimiento de comunidades diversas. Además, se identifican ingresos sostenibles, así como beneficios sociales y ambientales que reafirman su compromiso con la sociedad, generando un impacto positivo más allá del ejercicio físico.

4.2.2 System Mapping

Otra metodología utilizada para llegar a la propuesta de valor es el *System mapping*. Esta es una metodología del Design Thinking que incluye actores, relaciones y ciclos de retroalimentación y facilita la comprensión en propuestas colectivas. Por lo anterior, los actores serán los elementos y las líneas o también conocidos como nodos, que representan las relaciones entre ellos.

Figura 5. System Mapping



Nota: elaboración propia

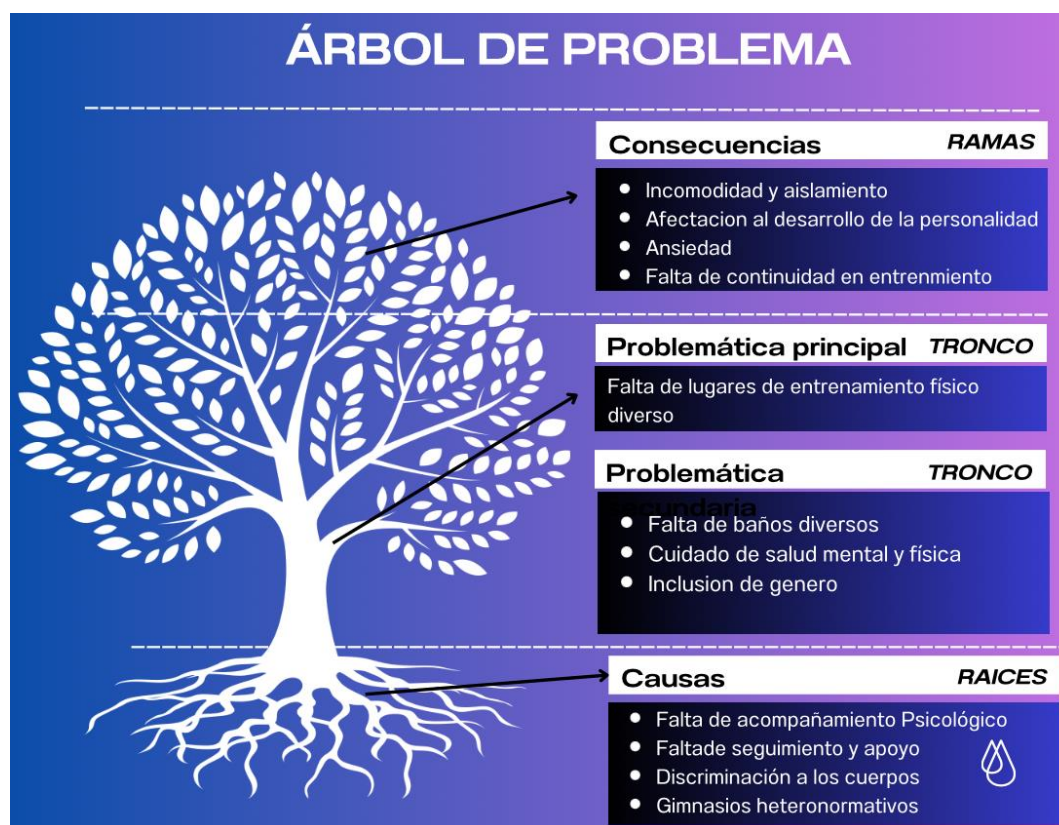
La figura 5, permite evidenciar El *System Mapping* de *Free Fitness* muestra un modelo sólido basado en la experiencia del usuario, la diversidad y la salud integral, articulado con recursos profesionales y estrategias de comunicación. Este mapa permite identificar oportunidades de mejora, como alianzas institucionales más fuertes y la diversificación de ingresos o servicios.

4.2.3 *Árbol de Problema*

El árbol de problemas hace parte de la etapa de planificación de un proyecto de negocio donde se debe haber identificado el problema al cual se le quiere buscar una solución. Esta metodología permite estructurar mejor la propuesta de valor, ya que permite conocer el problema central del cliente y mitigar las consecuencias negativas obligando a las empresas a definir el problema central con el cliente.

Para llevar a cabo esta metodología se tomaron como herramienta las respuestas obtenidas en las entrevistas o muestra. FFF

Figura 6. *Árbol de problema*



Fuente: *Elaboración Propia*

4.2.4 Propuesta de Valor

Entendiendo que la propuesta de valor trata de identificar qué es aquello que el usuario está buscando en un producto y qué diferencia tiene un modelo de negocio, con la competencia. Mediante el estudio de campo (entrevista) se pudo evidenciar el interés de las personas de la comunidad LGBTQI+ por tener un lugar diverso donde se sientan seguros y conformes.

La entrevista, permitió conocer diferentes dolores de los usuarios donde manifestaron que no se sienten cómodos con las opciones actuales de gimnasios, detectando que para las personas trans los baños son un aspecto que les genera conflicto, así como las personas no-binarias que al momento del registro y proceso deportivo no tienen posibilidad de identificarse como tal, teniendo en cuenta que estas últimas ya son reconocidas legalmente en Colombia, mediante la Sentencia T-527 de 2024 (Anexo 5).

Por lo anterior, cabe mencionar que, aunque los gimnasios convencionales ya existen y son un espacio para hacer deporte, el enfoque principal de *Free Fitness Social Club* es brindar una experiencia mientras ofrece actividades innovadoras de cuidado físico y psicológico buscando la diversidad y permitiendo crear una comunidad para todas aquellas personas que se sientan solas o juzgadas. Es importante señalar que, aunque este proyecto sería enfocado en la comunidad LGBTQI+, cualquier persona puede integrarlo sin importar su orientación sexual, edad o discapacidad.

La propuesta de valor es producto y consecuencia de una investigación que se realizó, cuyos hallazgos principales fueron los siguientes:

- Se pudo identificar ausencia de planes para personas no binarias y trans.
- Necesidad de tener baños y vestidores mixtos.
- Inconformidad por no tener espacios de cuidado con la salud mental.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Esta propuesta de valor nace dada la necesidad de encontrar más espacios inclusivos que cumplan con las necesidades del público objetivo, para esto se aplicó la metodología de Alexander Osterwalder que se utiliza en el *Business Model Canvas*, mediante su aplicación se identificó cuáles son los aspectos donde se centra las mayores expectativas de los usuarios y las frustraciones.

Después de llevar a cabo ese análisis a través de la investigación, se pudo precisar una oferta de valor que fuera consecuente con los mismos resultados obtenidos.

Figura 7. Propuesta de valor



Fuente: Elaboración propia

En la figura 7, se evidencia como el modelo de negocio de *Free Fitness Social Club* alivia frustraciones asociadas a la falta de reconocimiento de género y exclusión en otros

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

espacios deportivos, además de potenciar alegrías relacionadas con la libertad de expresión, la creación de comunidad y el crecimiento personal. Por lo tanto, el valor agregado está en su enfoque diferencial, que trasciende lo físico y apuesta por un acompañamiento emocional y social.

Principales factores de la propuesta de valor de *Free Fitness Social Club*:

- Inclusión y Comunidad
- Innovación y Tecnología
- Entrenamientos personalizados

4.3 Estudio Piloto de Mercado

Para validar la posibilidad de la puesta en marcha de *Free Fitness Social Club* y comprender mejor las dinámicas del público objetivo, se llevó a cabo un estudio piloto de mercado. A continuación, se presentan los objetivos, así como los instrumentos de recolección de datos y sus respectivas conclusiones.

4.3.1 Objetivo General

Realizar un estudio de mercado que permita determinar el tamaño, segmentación, participación y crecimiento del mercado fitness inclusivo para la comunidad LGBTQI+ en Bogotá, para fundamentar la viabilidad del modelo de negocio Free Fitness Social Club.

4.3.2 Objetivos Específicos

Determinar los instrumentos que permiten identificar el tamaño y segmento del mercado y analizar el comportamiento y el consumo aparente del público seleccionado para el gimnasio inclusivo Free Fitness Social Club en Bogotá.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Estimar el Total Addressable Market (TAM), el Serviceable Available Market (SAM) y el Serviceable Obtainable Market (SOM) para los servicios fitness dirigidos a la comunidad LGBTQI+.

Evaluar la participación actual y el crecimiento potencial del mercado de gimnasios inclusivos en la ciudad.

4.3.3 Instrumentos de recolección de datos

La elaboración de instrumentos de recolección de información, exige un proceso metodológico riguroso que asegure la calidad y confiabilidad de los datos obtenidos. Este proceso comprende las siguientes etapas:

En esta propuesta, se combinaron diversos instrumentos de recolección de datos, incluyendo encuestas estructuradas y entrevistas semiestructuradas, realizadas a personas de la comunidad LGBTQI+, psicólogos, turistas, entrenadores, empresarios y fisicoculturistas. Estos enfoques permitieron obtener una visión amplia sobre el comportamiento del mercado a lo largo del tiempo.

Fueron también abordados algunos expertos de la industria, quienes aportaron perspectivas valiosas sobre las tendencias de consumo, mientras que las personas de la comunidad LGBTQI+ brindaron una visión detallada de las necesidades y falencias actuales en el sector. Esta labor enriqueció la investigación proporcionando información clave para el desarrollo de este proyecto.

Con el objetivo de analizar el comportamiento y el consumo aparente del público seleccionado, se utilizaron entrevistas digitales como instrumento principal. Estas se realizaron durante los años 2023 y 2024.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTIQ+ EN BOGOTÁ.

Para desarrollar este estudio de mercado, se cuantificó la población. Aunque no existen datos oficiales, en 2024, la Universidad de Los Andes, junto con otras entidades, estimó que en Colombia hay aproximadamente 800.700 personas LGBTIQ+, de las cuales 178.000 residen en Bogotá²⁰. Con base en esta información, se decidió emplear un método de medición denominado muestreo aleatorio simple, aplicando un nivel de confianza del 95%, garantizando un equilibrio adecuado entre precisión y factibilidad en la investigación.

$$n = \frac{k^2 * p * q * N}{(e^2 * (N - 1)) + k^2 * p * q}$$

Dónde:

N: Tamaño de la población total. 178.000

n: Valor de la muestra 383

k: Valor de la distribución normal asociado al nivel de confianza deseado (1.96 para un nivel de confianza del 95%). p: Proporción esperada de individuos que tienen la característica de interés en la población. 0,05

q: Proporción complementaria, representa la proporción de individuos que no tienen la característica de interés. 0,5

e: Margen de error máximo aceptable o precisión deseada en la estimación. Es el error que se tolera en la estimación de la muestra. 0.05.

$$n = \frac{1,96^2 * 0,05 * 0,5 * 178.000}{((0,05^2 * (178.000 - 1)) + 1.96^2 * 0,05 * 0,5)} = 383$$

²⁰ Escuela de Gobierno de la Universidad de los Andes. Subreporte y bienestar de la población LGBT en Bogotá. 2024. Disponible en: <https://gobierno.uniandes.edu.co/subreporte-y-bienestar-de-la-poblacion-lgbt-en-bogota/>

De lo anterior, se pudo determinar que la muestra mínima necesaria para llevar a cabo este estudio implicaba 383 resultados o datos que representa la población, sin embargo, para la recolección de información, se generó un muestreo por conveniencia debido a la limitación de tiempo para obtener respuesta de la población objetivo. Este tipo de muestreo, aunque no probabilístico, facilita la obtención de datos en contextos con acceso limitado²¹

Con base en los resultados del estudio piloto, se pudieron determinar aspectos relevantes de consumo aparente y cuantificar el tamaño del mercado potencial, permitiendo realizar proyecciones sobre esta base para puesta en marcha en el año 2026.

4.3.4 Validación de los Instrumentos

Los instrumentos seleccionados permiten captar percepciones, necesidades, comportamientos y opiniones de los participantes, y constituyen la base para el análisis posterior. Por lo tanto, es necesario asegurar su validez a través de un efectivo proceso metodológico. Lo cual exige un proceso metodológico que asegure la calidad y confiabilidad de los datos obtenidos a partir de 4 etapas:

Diseño

En esta etapa se definieron los objetivos del instrumento con base en las preguntas de investigación, se seleccionó el tipo de instrumento (encuesta y entrevista semiestructurada) y se redactaron los ítems o preguntas, cuidando su claridad y pertinencia con el propósito del estudio. Para las entrevistas, se determinan las categorías temáticas; para las encuestas, se escogen escalas de respuesta adecuadas.

²¹ Sampieri, R. H., Collado, C. F. y Lucio, M. P. B. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). México D. F.: McGraw-Hill.

Validación

La validación permitió asegurar que el instrumento mide lo que se propone. Mediante una prueba piloto, que consiste en aplicar el instrumento a un pequeño grupo de personas con características similares a la muestra, lo que permite anticipar errores o ambigüedades que puedan afectar la calidad de los datos.

De esta manera, la prueba piloto asegura que los instrumentos sean adecuados para la población objetivo y mejora la calidad metodológica del proyecto, reduciendo posibles sesgos y malentendidos.

Ajustes

Con base en los resultados de la validación, no fue necesario realizar ajustes. Por lo tanto, el instrumento cumple su función de forma efectiva en el contexto del estudio.

Es así que, la validación de los instrumentos de recolección de datos se realizó mediante la aplicación de una prueba piloto. Al respecto Hernández, Fernández y Baptista²² indican que la prueba piloto permite detectar errores y ambigüedades en los instrumentos, facilitando su ajuste y mejorando la validez. De igual manera, Sánchez y García²³ afirman que esta prueba es clave para evaluar la confiabilidad del instrumento en el contexto específico del estudio, garantizando la consistencia de los datos.

Aplicación

²² Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

²³ Sánchez, J., & García, M. (2018). Evaluación de la confiabilidad de instrumentos de medición mediante prueba piloto. *Revista de metodología científica*, 12(3), 45-56.

Una vez el instrumento fue validado, se procede a su aplicación formal, respetando los criterios éticos como la voluntariedad de la participación. Para ver a detalle los instrumentos, véase el Anexo 5.

4.3.5 Conclusiones

- El mercado fitness después de la pandemia ha tenido impacto positivo a nivel global gracias a la concientización de las personas por cuidar su salud física y mental.
- Se pudo identificar que las personas interesadas asisten o han asistido regularmente a sitios fitness, lo que permite ver esta idea de negocio más viable.
- Los usuarios muestran interés en salir de entrenamientos convencionales y buscar nuevas formas de entretenimiento mientras realizan actividad física.
- Rango de precios dispuestos a pagar.
- Se determinó un precio óptimo y competitivo en la membresía para este modelo de negocio.

Se pudieron identificar intereses en común, dado que la mayoría de la comunidad LGBTQI+ parte de este estudio no se siente identificada en los gimnasios convencionales, sumado al interés por tener entrenamientos más personalizados según su género.

4.4 Resultados

4.4.1 *Tamaño del Mercado*

A continuación, se presentan los resultados TAM, SAM y SOM. Estos términos son clave para el análisis de mercado ya que permiten tener un estimado de su tamaño para lograr definir el alcance de una oportunidad de negocio.

Según estudio realizado por la universidad de los Andes ²⁴ *“Subreporte y bienestar de la población LGBT en Bogotá: línea de base y lecciones a futuro para el análisis de datos a nivel nacional”* se menciona como la comunidad LGBTQI+ no está bien representada. Algunas consideraciones indican que el 1,57% de la población colombiana se autoidentifica como parte de la comunidad LGBT+. Esto significa que, al considerar una población total de 51 millones de personas en Colombia, se traduce en aproximadamente 800.700 personas que se identifican como LGBT.

En lo particular a Bogotá, el porcentaje de la población que se autoidentifica como LGBT+ es del 2.31%. Al aplicar este porcentaje a la población de Bogotá, que es de aproximadamente 8 millones, se estima que hay alrededor de 184.800 personas que se identifican como parte de la comunidad LGBT en la ciudad. Sin embargo, algunas investigaciones sugieren que esta cifra podría ser mayor, reflejando la diversidad y visibilidad de la comunidad en la capital.

²⁴ *Subreporte y bienestar de la población LGBT en Bogotá: línea de base y lecciones a futuro para el análisis de datos a nivel nacional.* (2022, July 11). Escuela de Gobierno | Uniandes. <https://gobierno.uniandes.edu.co/es/investigaciones/proyectos-de-investigacion/subreporte-y-bienestar-de-la-poblacion-lgbt-en-bogota>

4.4.2 Total, Addressable Market (TAM)

Es el tamaño total del mercado disponible para un producto o servicio, sin limitaciones. Es útil para entender el potencial máximo del mercado. Mullins y Komisar, R²⁵. Estas cifras reflejan solo una parte de la población, dado que se estima que muchas personas podrían no haberse identificado debido a temores de discriminación. Para propósitos de cuantificar el tamaño del mercado disponible, la población segmentada corresponde a 800.700 personas, en el ámbito nacional.

Para medir el TAM en términos de valor monetario, se utilizó un valor básico de membresía de \$100.000 pesos mensuales.

- TAM = Población total * Membresía mensual * Frecuencia de asistencia anual
- Cálculo: $800.700 \times 100.000 \times 12 = 960.840.000.000$ COP
- Total, TAM: \$960.840.000.000 COP

4.4.3 Serviceable Available Market (SAM)

Teniendo en cuenta que SAM representa la porción del TAM que puede ser atendida por la empresa, si se consideran las limitaciones geográficas y del modelo de negocio. Para este proyecto, el SAM corresponde a la población LGBT+ en Bogotá, que es de 178.000 personas. Es el mercado accesible al cual Free Fitness Social Club puede ofrecer sus servicios.

- SAM = Población objetivo (Bogotá) * Membresía mensual * Frecuencia de asistencia anual

²⁵ Mullins, John; Komisar, Randy. *El manual del emprendedor: La guía paso a paso para crear una gran empresa*. Bogotá: Ediciones Deusto, 2009.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

- Cálculo: $178.000 \times 100.000 \times 12 = 213.600.000.000$ COP
- Total, SAM = \$213.600.000.000 COP

4.4.4 Serviceable Obtainable Market (SOM)

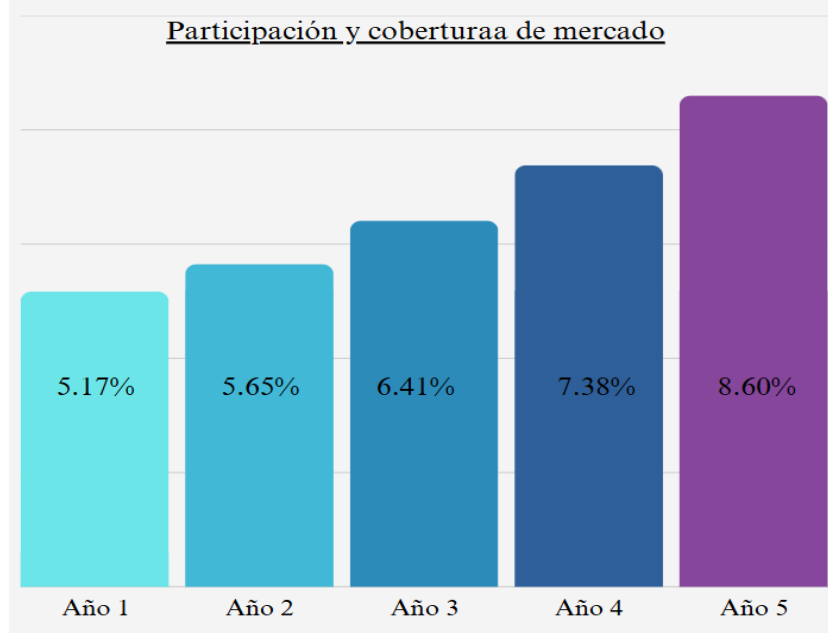
Es la parte del SAM que una empresa puede captar, considerando la competencia y la capacidad interna. Es el mercado realista al que se puede acceder en el corto o mediano plazo. Según las estimaciones, aproximadamente el 2.31% de la población en la ciudad de Bogotá hace parte de la comunidad LGBTQI+. Para este proyecto, se estimó que *Free Fitness Social Club* podría enfocarse en el 5% del SAM, lo que equivale a una población alcanzable de aproximadamente 8.900 personas.

- $SOM = SAM * \text{Porcentaje de mercado alcanzable (5\%)}$
- Cálculo: $213.600.000.000 \times 0.05 = 10.680.000.000$ COP
- Total, SOM: 10.680.000.000 COP

4.4.5 Participación y Crecimiento Estimado en el Mercado

Con base en los resultados del estudio piloto, el siguiente gráfico muestra el comportamiento proyectado y estimado de los ingresos anuales.

Figura 8. *Tamaño del mercado — participación y cobertura*



Fuente: Elaboración propia

La figura 8, parte de una penetración inicial del mercado del 5,17% calculada sobre el valor cuantificado del SOM, representado en ingresos iniciales de \$552.050.000. Se espera que, con una mejora continua en el posicionamiento y la visibilidad en el mercado, la cobertura alcance aproximadamente el 8,60% para el quinto año. Este crecimiento refleja una aceptación progresiva del modelo de negocio, especialmente por su enfoque inclusivo y diferenciado hacia la comunidad LGBTQI+, e indica una estrategia efectiva de posicionamiento en el mercado, que permite consolidar una base de usuarios leales y expandir su alcance año tras año. Por lo tanto, Free Fitness demuestra un potencial de escalabilidad prometedor y una sólida proyección de impacto en el sector fitness-social con enfoque comunitario e inclusivo.

5 Estrategia y Plan de Introducción de Mercado

Para lograr una incorporación exitosa en el mercado, es fundamental diseñar una estrategia clara y un plan de acción que le permita a Free Fitness Social Club posicionarse como un espacio innovador y comprometido con el bienestar integral de la comunidad LGBTQI+ en Bogotá.

5.1 Objetivo General

Promover el bienestar, la inclusión y el cuidado de la salud mental y física de la comunidad LGBTQI+ en la ciudad de Bogotá logrando monetizar 500 inscripciones en el primer año, buscando un posicionamiento en el mercado en los primeros 5 años que permitan a Free Fitness Social Club tener una cobertura al menos del 8.60% en el total del mercado definido en términos de SOM.

5.2 Objetivos Específicos

- Para el año 1, alcanzar 500 inscripciones.
- Retener el 70 % de los usuarios suscritos.
- Lograr un posicionamiento acumulado en el mercado del 8,60% para el quinto año.

5.3 Modelo de Ingreso

Este bloque de construcción representa el efectivo que una empresa genera a partir de cada segmento de usuarios. El flujo de ingresos es el elemento vital de una empresa y explica cómo una empresa gana dinero y obtiene valor de sus usuarios²⁶. El modelo de ingreso para

²⁶ Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers* (1st ed.). John Wiley & Sons.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Free Fitness Social Club se basará en varias fuentes de monetización diversificadas para maximizar los ingresos (Ver tabla 1).

Tabla 2. Modelo de Ingreso

Membresía individual mensual	\$100.000 (sin IVA)
Clases y servicios individuales personalizados	\$150.000 (sin IVA)
Tiquete promedio por persona en eventos especiales	\$50.000 (sin IVA)
Ropa deportiva (unidad promedio)	Desde \$75.000 (sin IVA)
Suplementos nutricionales (unidad promedio)	Desde \$150.000 (sin IVA)

Fuente: Elaboración propia

Esta estructura diversificada permite atender distintos perfiles de consumo dentro del segmento objetivo, al tiempo que fortalece la sostenibilidad financiera del proyecto.

5.4 Estrategias

A continuación, se presentan las estrategias que se han planteado de ejecución para el desarrollo de *Free Fitness Social Club* en los primeros 5 años, los cuales buscarán crear mayor reconocimiento, credibilidad y lealtad de los usuarios.

5.4.1 Año 1: Establecimiento y posicionamiento de marca.

Para el año uno, la acción principal será iniciar con una campaña inclusiva que le permita a *Free Fitness Social Club* darse a conocer con el eslogan “En Free Fitness Social Club entrenas, te diviertes y puedes ser tú mismo”.

Meta: Captar 500 usuarios y posicionar el gimnasio como un espacio inclusivo e innovador en Bogotá.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Tabla 3. Presupuesto establecimiento y posicionamiento de marca

Tipo de estrategias empleadas	Promoción
Diseño de identidad visual creación	\$2.000.000 / año
Publicidad en redes sociales (Instagram, Facebook y TikTok)	\$3.000.000 / mensual
Evento de inauguración con <i>influencers</i> de la comunidad LGBTQI+ y del medio Fitness en Bogotá	\$7.000.000 / año
Total, año 1	\$45.000.000

Fuente: Elaboración propia

Cabe precisar que los valores definidos están soportados con cotizaciones realizadas en el año 2024 y puede ser consultado en el Anexo 6.

5.4.2 Año 2: Fidelización y creación de comunidad

Durante el año dos se buscará la creación de una comunidad fuerte, leal e inclusiva fortaleciendo el vínculo emocional con la comunidad LGBTQI+.

Meta: Mantener el 70 % de los usuarios.

Tabla 4. Presupuesto, fidelización y creación de comunidad

Tipo de estrategias empleadas	Producto Promoción Precio
App gamificada	\$ 15.000.000 / año
Promoción de clases grupales inclusivas	\$ 4.500.000 / año
Eventos mensuales temáticos, juegos fitness, charlas motivacionales, running, yoga, etc.	\$ 3.000.000 cada dos meses
Programa de referidos y recompensas (utilizando membresías gratuitas o descuentos como recompensas)	\$1.000.000 / año

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Total, año 2	\$38.500.000
--------------	--------------

Fuente: Elaboración propia

Cabe precisar que los valores definidos están soportados con cotizaciones realizadas en el año 2024 y puede ser consultado en el Anexo 6.

5.4.3 Año 3: Fortalecimiento de marca

Durante el año tres se buscará fortalecer la marca creando mayor credibilidad y presencia en redes sociales.

Meta: Hacer que Free Fitness Social Club sea reconocido como una referencia del sector fitness inclusivo y continuar con la búsqueda de fidelización de usuarios generando a su vez nuevos prospectos.

Tabla 5. Presupuesto de fortalecimiento de marca

Tipo de estrategias empleadas	Promoción
Campaña "Historias de Transformación" recopilando historias de éxito y motivacionales de usuarios actuales por medio de diferentes medios y video visuales que demuestren el impacto social de Free Fitness Social Club.	\$5.000.000 / año
Marketing experiencial en eventos a nivel local teniendo presencia en eventos relacionados con la comunidad LGBTQI+ como marchas LGBTQI+, eventos fitness, estands, etc.	\$15.000.000 / año
Publicidad digital	\$10.000.000 / año
Total, año 3	\$30.000.000

Fuente: Elaboración propia

Cabe precisar que los valores definidos están soportados con cotizaciones realizadas en el año 2024 y puede ser consultado en el Anexo 6.

5.4.4 Año 4: Expansión digital e incremento de ingresos

Durante el año cuatro se espera mantener usuarios fieles, así como la retención de estos.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTIQ+ EN BOGOTÁ.

Meta: Para el cuarto año Free Fitness Social Club buscará expandirse en el mercado y a su vez tener un crecimiento en términos de ingresos y ganancias.

Tabla 6. *Presupuesto de expansión digital e incremento de ingresos*

Tipo de estrategias empleadas	Producto Promoción
Incrementar la facturación mensual de los usuarios por medio de la combinación de servicios plus con la campaña “Entrena más, disfruta más”.	\$4.000.000 / año
Alianzas estratégicas con marcas afines para patrocinar eventos	\$2.000.000 / año
Estrategia <i>Up-selling</i> con la creación de club <i>VIP</i> Free Fitness con un costo adicional donde los usuarios podrán tener acceso a eventos privados con la campaña “transforma tu fuerza, transforma tu mundo”.	\$4.000.000 / año
Total, año 4	\$10.000.000

Fuente: Elaboración propia

Cabe precisar que los valores definidos están soportados con cotizaciones realizadas en el año 2024 y puede ser consultado en el Anexo 6.

5.4.5 Año 5: Posicionamiento y expansión

Durante el año cinco se espera ofrecer productos más sostenibles y amigables con el medioambiente, así como continuar la inversión en promoción con embajadores de marca que permitan el posicionamiento de marca, creando eventos especiales dirigidos a la comunidad LGBTIQ+ que impulse la diversidad junto con la actividad física y el estilo de vida saludable.

Meta: Aumentar en un 25 % la base de usuarios reforzando presencia en redes sociales buscando la fidelización de usuarios consolidando a *Free Fitness Social Club* como una marca líder en el *fitness* y el cuidado de la salud mental y física de la comunidad LGBTIQ+.

Tabla 7. *Presupuesto posicionamiento y expansión*

Tipo de estrategias empleadas	Producto Promoción
Lanzar línea de productos deportivos sostenibles como ropa y accesorios de la marca.	\$8.000.000 / año
Creación de programa con embajadores de marca.	\$5.000.000 / año

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Llevar a cabo un evento en Bogotá “Festival inclusivo Free <i>Fitness</i> ”	\$10.000.000 / año
Total, año 5	\$23.000.000

Fuente: Elaboración propia

Cabe precisar que los valores definidos están soportados con cotizaciones realizadas en el año 2024 y puede ser consultado en el Anexo 6.

5.5 Mezcla de Mercadeo

La mezcla de mercadeo es una herramienta clave para definir cómo se posicionará Free *Fitness* Social Club en el mercado. A través de las estrategias de producto, precio, promoción y distribución, se busca atraer, fidelizar y generar valor para los usuarios.

A continuación, se presenta el presupuesto proyectado a cinco años en pesos colombianos (COP), donde se prioriza la promoción en los primeros años y el fortalecimiento del producto en las etapas posteriores.

Tabla 8. Mezcla de Mercadeo

Cuadro consolidado presupuesto mezcla de mercadeo a 5 años					
Estrategias	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Producto	\$0	\$19.500.000	\$0	\$4.000.000	\$13.000.000
Precio	\$0	\$1.000.000	\$0	\$0	\$0
Promoción	\$45.000.000	\$18.000.000	\$30.000.000	\$6.000.000	\$10.000.000
Distribución	\$0	\$0	\$0	\$0	\$0
Totales	\$45.000.000	\$38.500.000	\$30.000.000	\$10.000.000	\$23.000.000
Ingresos Proyectados	\$552.050.000	\$603.071.013	\$684.531.113	\$787.679.054	\$918.549.409
ROI Esperado	10,86 (veces)	15,64 (veces)	23,92 (veces)	79,1 (veces)	38,46 (veces)

Fuente: Elaboración propia

ROI: Este resulta útil en escenarios tales como el lanzamiento de un producto, la optimización del servicio al cliente o campañas publicitarias²⁷. $ROI = (\text{Ingresos brutos} - \text{inversión mercadeo}) / \text{Inversión mercadeo}$.

6 Aspectos Técnicos

Este apartado tiene como propósito, garantizar que la infraestructura y los recursos físicos del proyecto respondan a las necesidades de un espacio moderno, seguro e inclusivo. Para lo cual se desarrolla un plan de producción del servicio, que incluye la información de los requerimientos del proyecto y la investigación presupuestal para la puesta en marcha.

6.1 Plan de Producción

El plan de producción o la planificación de la producción es el conjunto de actividades que hay que realizar en el futuro, tendientes a la dotación oportuna de los recursos necesarios para la producción de los bienes y servicios especificados por la planeación estratégica y el control de la producción es la técnica que verifica el cumplimiento de los planes correspondientes²⁸. En este proyecto, ciertos servicios, como las membresías, no están incluidos dentro de un proceso productivo tradicional debido a su carácter particular.

6.1.1 Objetivos

Garantizar la viabilidad técnica del gimnasio mediante el diseño y planificación adecuada de la infraestructura, equipamiento, procesos operativos y mantenimiento, para que el servicio que se ofrece sea inclusivo, seguro y de alta calidad, respondiendo principalmente a las necesidades de la comunidad LGTBIQ+.

²⁷ Pursell, S. (2021, enero 18). *Cómo medir el ROI en el marketing (+ formula y ejemplos)*. Hubspot.es. <https://blog.hubspot.es/marketing/que-es-roi>

²⁸ Paredes Roldán, Jorge. *Planificación y control de la producción*. Cuenca: Instituto de Investigaciones, Universidad de Cuenca (IDIUC), 2001.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Identificar todos los requerimientos técnicos del proyecto, incluyendo infraestructura, mobiliario, equipamiento, personal y tecnología, a partir de cotizaciones y análisis de proveedores especializados.

Diseñar la adecuación de los espacios físicos inclusivos, seguros y funcionales que permitan una experiencia cómoda para todos los usuarios, considerando aspectos de accesibilidad y privacidad.

Establecer protocolos funcionales para la operación, mantenimiento y actualización de los equipos e instalaciones, asegurando su correcto funcionamiento y durabilidad.

6.1.2 Producción de Servicios

El plan de producción de servicios de *Free Fitness Social Club* está diseñado para responder a la dinámica del mercado, asegurando que cada oferta sea viable y coherente con la estrategia financiera. La principal fuente de ingresos proviene de las membresías, complementadas por eventos, la venta de suplementos y vestuario.

Según el estudio de la Universidad CEC, “*Caracterización sobre el uso de suplementos y ejercicio en usuarios de gimnasios en Colombia*”, el 78.4 % de las personas que hacen ejercicio consumen suplementos²⁹. Por otra parte, un informe publicado por diario La República, “*Entre cinco y seis personas usan algún tipo de suplemento alimenticio en su dieta*”, señala que más de la mitad de los colombianos los incluyen en su alimentación³⁰. No obstante, para este proyecto se estima que solo el 20% de los clientes los adquirirán, ya que no es la actividad principal del negocio.

²⁹ (S/f). Edu.co. Recuperado el 23 de febrero de 2025, de https://repository.ces.edu.co/items/ec8e85a6-f62f-4426-96f6-f2d31e781a73?utm_

³⁰ *Entre cinco y seis personas usan algún tipo de suplemento alimenticio en su dieta*. (2023, noviembre 10). Diario La República. <https://www.larepublica.co/salud-ejecutiva/entre-cinco-y-seis-personas-en-colombia-usan-suplementos-3746569?utm>

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

En cuanto a la ropa deportiva, el estudio de Marketing Insider Review, “*Más ventas de ropa deportiva en Colombia tras confinamiento*”, indicó que la venta de ropa en el país, especialmente dentro de la categoría deportiva, experimentó un crecimiento importante en los últimos años³¹ y el diario El País, en su reporte sobre *Go Rigo Go!*, informó que en 2022 la tienda de Rigoberto Urán generó ingresos por 42.328 millones de pesos, demostrando la alta demanda en este sector³².

Con base en estos datos, se prevé que el 10 % de los clientes comprará suplementos el 8% adquirirá prendas deportivas, alineándose con las tendencias del mercado *fitness* en Colombia. Para conocer los cálculos de la tabla, véase el simulador financiero en la hoja “Cálculos”.

Tabla 9. Plan de producción de servicios – número de unidades

Servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Membresía individual mensual (usuarios)	3204	3385	3602	3867	4200
Clases y servicios individuales personalizados	801	846	900	967	1050
Cantidad de eventos mensuales. Juegos <i>fitness</i> , charlas motivacionales, running y yoga	12	13	13	14	16
Cantidad de eventos de frecuencia bimensual	6	6	7	7	8
Cantidad de festivales inclusivos Free <i>Fitness</i>	12	13	13	14	16
Suplementos (comercialización)	500	528	562	604	655

³¹ Ventas de ropa deportiva en Colombia suben tras el confinamiento. (2020, noviembre 16). *Marketing Insider Review*. https://marketinginsiderreview.com/ventas-ropa-deportiva-colombia/?utm_

³² Puerta, A. (2024, diciembre 5). *Rigoberto Urán o la ruta del éxito empresarial*. Ediciones EL PAÍS S.L. https://elpais.com/america-colombia/branded/los-lideres-de-colombia/2024-12-05/rigoberto-uran-o-la-ruta-del-exito-empresarial.html?utm_

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Ropa (comercialización)	300	317	337	362	393
-------------------------	-----	-----	-----	-----	-----

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los eventos, se proyecta un crecimiento gradual acorde con el posicionamiento del gimnasio, manteniendo una oferta equilibrada entre actividades mensuales, bimensuales y festivas, ajustada a la demanda de los usuarios.

Además, se plantea la realización de eventos de diferente magnitud:

- Eventos mensuales, como juegos *fitness*, charlas motivacionales, running y sesiones de yoga, con una frecuencia de uno por mes.
- Eventos bimensuales, que se llevarán a cabo cada dos meses.
- Festival inclusivo Free *Fitness*, un evento anual de mayor impacto.

Adicionalmente, se incluirán planes de suplementación y nutrición como parte de la comercialización de productos asociados al bienestar físico. La venta de suplementos y ropa deportiva también formará parte de la estrategia de ingresos bajo un modelo de comercialización claro y estructurado. Para conocer los cálculos de la tabla, véase el simulador financiero en la hoja “Cálculos”.

Tabla 10. Composición de la participación estimada de ingresos por la línea de servicio

Fuente de Ingreso	Participación promedio en los Ingresos (Periodos anuales proyectados)
Membresías	58.04 %
Clases personalizadas	21.76 %
Eventos	0.27 %
Suplementos	15.85 %
Vestuario	4.08 %

Fuente: Elaboración propia

La participación de cada línea fue calculada a partir de los ingresos reales proyectados anualmente. Los porcentajes reflejan el promedio de participación durante los cinco años. Para conocer los cálculos de las tablas 8 y 9 véase el simulador financiero en la hoja “Cálculos”.

6.1.3 Ficha Técnica de Productos y Servicios

En *Free Fitness Social Club*, cada servicio está diseñado para cubrir el bienestar integral de los usuarios. De este modo, no solo ofrecería entrenamientos personalizados y grupales, también brindaría asesoría en el ámbito nutricional, apoyo en el área de la salud mental suministrando productos que contribuyen a complementar el estilo de vida *fitness*. Todo lo anterior aplica si se adquiere la membresía. Cabe resaltar que se comercializarán productos como prendas de vestir y suplementos.

Adicionalmente, se busca que los usuarios sientan a *Free Fitness Social Club* como una comunidad, ofreciéndoles membresías personalizadas en caso de que quieran un seguimiento más profundo a sus procesos deportivos. Para más detalles sobre la estructura de las fichas técnicas, consulte el Anexo 7.

Servicios de entrenamiento (Membresía y servicios personalizados)

El proyecto *Free Fitness Social Club* busca ofrecer entrenamientos diseñados para adaptarse a diferentes objetivos y estilos de vida. La propuesta incluye clases tradicionales como *cycling*, pilates y *boxing*, combinadas con experiencias más innovadoras como realidad virtual y gamificación, con videojuegos *fitness* como *Ring Fit Adventure* y *Zombies Run Fitness*. Las sesiones estarían pensadas con una duración de entre 40 y 50 minutos, y se planea ofrecerlas en modalidad presencial y gamificada, dependiendo de la tecnología

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

disponible y la demanda del mercado. Para más detalles sobre la estructura de los entrenamientos, consulte la ficha técnica del Anexo 7.

Eventos

Free Fitness Social Club tendría eventos diseñados para fortalecer la comunidad, fomentar la integración y promover un estilo de vida saludable. Por medio de estos eventos se llevarán a cabo actividades físicas que sean a su vez interactivas, incluyendo entrenamientos grupales y charlas de bienestar que fomenten la salud mental buscando reunir a la comunidad LGBTQI+ a través del *fitness*. Para más información, consulte la ficha técnica del Anexo 13.

Servicios de Salud Mental y Nutrición

Free Fitness Social Club no solo busca enfocarse en el entrenamiento físico, sino también en el bienestar integral. Dentro del proyecto, se plantea incluir servicios de salud mental y nutrición como parte fundamental de la experiencia. Se contempla la posibilidad de ofrecer terapia psicológica, *mindfulness* y acompañamiento especializado para personas trans y no binarias. Además, se tiene en cuenta la presencia de nutricionistas deportivos, quienes guiarían a los usuarios en la mejora de su alimentación, ya sea para ganar masa muscular, mejorar el rendimiento o llevar una dieta más equilibrada. Estos servicios estarían diseñados con una duración de entre 45 y 60 minutos, y la idea es que puedan tomarse de manera presencial o virtual, según lo que funcione mejor para cada persona. Para más información, consulte la ficha técnica del Anexo 7.

Ropa y Accesorios Deportivos

Como parte de su visión a futuro, el proyecto *Free Fitness Social Club* contempla la comercialización de una línea de ropa deportiva sostenible y accesorios *fitness*. Esta línea busca ofrecer indumentaria funcional y alineada con los valores de inclusión y sostenibilidad

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

del gimnasio. La idea es comercializar artículos como camisetas *dry-fit*, *leggings*, tops deportivos, guantes *fitness* y botellas reutilizables, que estarían disponibles en un punto de venta dentro del gimnasio. Para más información, consulte la ficha técnica del Anexo 7.

Suplementos Deportivos

Para complementar la oferta de servicios, *Free Fitness Social Club* plantea la posibilidad de comercializar suplementos deportivos, facilitando el acceso a productos diseñados para mejorar el rendimiento y la recuperación después de cada entrenamiento. En la fase operativa del proyecto, se considera la venta de proteína en polvo, aminoácidos (BCAA), creatina, pre-entrenos, barras energéticas y bebidas isotónicas, brindando opciones adecuadas para quienes buscan mejorar su nutrición deportiva sin salir del gimnasio. Para más información, consulte la ficha técnica del Anexo 7.

Tecnología e Innovación en Free Fitness

Una de las apuestas más importantes del proyecto *Free Fitness Social Club* es la incorporación de tecnología y *gamificación*, transformando la manera en que las personas viven su entrenamiento. Dentro de la propuesta, se plantea el uso de realidad virtual, videojuegos, fitness y una aplicación móvil, que permitiría a los usuarios gestionar sus entrenamientos, reservar clases y monitorear su progreso en un solo lugar. También se contempla la integración de wearables y sensores inteligentes, con el objetivo de personalizar la experiencia de cada usuario y hacer del ejercicio una actividad más interactiva y motivadora. Para más información, consulte la ficha técnica del Anexo 7.

6.1.4 Descripción Proceso de Prestación de Servicios

Un proceso es un conjunto de actividades planificadas que implican la participación de un número de personas y de recursos materiales coordinados para conseguir un objetivo previamente identificado. Se estudia la forma en que el servicio diseña, gestiona y mejora sus

procesos (acciones) para apoyar su política y estrategia y para satisfacer plenamente a sus usuarios y otros grupos de interés. (Introducción a la descripción de procesos, s.f) Para conocer a detalle la Descripción Proceso de Prestación de Servicios, véase el Anexo 8.

6.1.5 Modelo Operativo

El modelo operativo de *Free Fitness Social Club* tiene como objetivo ofrecer una visión clara en la forma que va a funcionar. En este se incluyen desde la estructura de sus servicios, el uso de tecnología y la distribución de horarios. Esto permitirá optimizar la operación del gimnasio, asegurando una experiencia eficaz a los usuarios. Para ver a detalle el Personal permanente y personal según demanda véase el Anexo 9.

6.2 Política de Atención al Cliente

Es un conjunto de pautas y principios que dictan cómo una empresa interactuará con sus usuarios y abordará sus necesidades³³. Esta política se encuentra orientada hacia la gestión de los procesos de servicio, la resolución de conflictos, el manejo de quejas y reclamos, así como el fortalecimiento de la relación entre la empresa y sus clientes, contribuyendo a la mejora de la experiencia del cliente y a promover la fidelización.

Objetivo:

Garantizar una experiencia de servicio excepcional, inclusiva y eficiente para todos los miembros de *Free Fitness Social Club*, asegurando que cada interacción sea profesional, amigable y alineada con los valores del gimnasio.

³³ Murillo, L. *Fundamentos de servicio al cliente*. Bogotá D.C.: Fundación Universitaria del Área Andina.

6.2.1 Principios de Atención

- Respeto e inclusión: Todos los usuarios del gimnasio deben ser atendidos con respeto y sin discriminación, respetando el enfoque principal de *Free Fitness Social Club* dirigido a la inclusión y diversidad.
- Eficiencia y agilidad: Atender de forma eficaz y ágil los requerimientos de los usuarios y cualquier requerimiento tendrá que ser atendido en máximo un día hábil.
- Escucha activa: Escuchar y entender de manera efectiva cada requerimiento, forjando la empatía y asegurando que los usuarios se sientan escuchados y valorados.
- Resolución de problemas: Todos los comentarios y retroalimentaciones serán tomadas con respeto, buscando una solución pronta de cada problema e implementando mejoras continuas.
- Conocer al consumidor: Determinar quién es mi cliente al momento de atenderle teniendo cuestionamientos como. ¿Quién es mi cliente? ¿Qué necesita? ¿Cuáles son sus gustos y preferencias? ¿Qué necesita? Alineado hacia el camino del bienestar, sin juicios, sin barreras y con el respaldo de un equipo que realmente se preocupa por las personas.
- Seleccionar personal interesado por el servicio: Al tener un servicio genuino por parte de los colaboradores, se genera mayor calidad en el servicio, mayor satisfacción, mayor retención y rentabilidad.

6.2.2 Canales de Atención

- Presencial: Recepción y personal disponible durante el horario de funcionamiento.
- Digital: WhatsApp, redes sociales y correo electrónico con tiempos de respuesta definidos.

Requerimientos de Inversión del Proceso Productivo

6.2.3 *Requerimientos de Personal*

Para llevar a cabo la idea de negocio *Free Fitness Social Club* y garantizar su funcionamiento de manera eficiente, es crucial contar con un equipo de trabajo, conformado por 10 profesionales distribuidos en 5 roles clave: entrenadores personales, entrenadores generales, nutricionistas, psicólogos/as y fisioterapeutas.

6.2.4 *Requerimientos de Equipos y Maquinaria*

Para ofrecer el servicio de *Free Fitness Social Club*, se requiere una combinación de maquinaria y equipos que permita el trabajo de corporal integral, tales como: equipos de cardio, elementos para ejercicios de cuerpo completo, implementos destinados al entrenamiento de tren superior e inferior, herramientas de *gamificación* como gafas de realidad virtual, videojuegos, máquina de boxeo, entre otros; y, finalmente, elementos para la práctica de yoga y otros complementos. Para consultar el desglose detallado de cada categoría, precio y elemento, véase el Anexo 10. Para consultar la cotización de maquinaria y equipo, véase el Anexo 11.

6.2.5 *Referencias de Ropa Deportiva*

Como parte de la propuesta comercial de *Free Fitness Social Club*, se contempla la venta de ropa deportiva como fuente adicional de ingresos. Para ello, se ha dispuesto un inventario inicial con prendas básicas de alta demanda como *joggers*, *hoddies*, medias deportivas, gorras y sudaderas.

Para llevar esto a cabo, se debe contar con una inversión inicial de \$5.900.000, considerando precios de compra al por mayor con el proveedor *Plak-Het*. Para ver el detalle

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

del presupuesto de ropa deportiva, consulte el Anexo 18. La cotización correspondiente del proveedor *Plak-Het* se encuentra disponible en el Anexo 12.

6.2.6 Referencias Suplementación

Como parte de la oferta de productos complementarios de *Free Fitness Social Club*, se ha proyectado un inventario inicial de suplementos deportivos con alta demanda en el mercado. Entre los productos seleccionados se incluyen: proteína en polvo, creatina, barras de proteína, BCAA y pre-entrenos. Estos suplementos serán adquiridos a precios competitivos en el Centro de Bogotá, con rangos de precio de venta atractivos que garantizan márgenes adecuados de rentabilidad.

La inversión estimada para este inventario asciende a \$10.340.000. Para consultar el detalle completo del presupuesto, incluyendo cantidades, rangos de precios y proveedor, véase el Anexo 13.

6.2.7 Adecuaciones y otros Activos

Para garantizar el adecuado funcionamiento operativo y administrativo de *Free Fitness Social Club*, se ha proyectado un presupuesto que contempla tanto adecuaciones físicas del espacio como la adquisición de activos tecnológicos y mobiliario. Entre los ítems incluidos se encuentran: equipos de cómputo, mobiliario de oficina, casilleros, adecuaciones eléctricas y de vestidores, cámaras de seguridad, software de gestión y sistemas de control de acceso.

La inversión total estimada para estas adecuaciones y activos es de \$30.000.000 COP. Para consultar el detalle completo, incluyendo cantidades, costos unitarios y totales, véase el Anexo 14.

6.2.8 Tamaño de instalaciones estimadas

Para llevar a cabo este proyecto se aspira a contar con un lugar con un rango de 200 a 500m² con posibilidad de ampliar las instalaciones a lo largo de los 5 años. Para iniciar, esta

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

área será suficiente para garantizar el funcionamiento adecuado de los servicios ofrecidos, permitiendo una distribución eficiente de zonas como la recepción, salas de entrenamiento, consultorios para atención psicosocial y nutricional, vestidores y áreas comunes.

Figura 9. *Render Espacios Inclusivos y Tecnología Interactiva*



Fuente: Elaboración Propia

6.2.9 Capacidad de Producción

La capacidad de producción se define como la tasa de producción de una organización, medida comúnmente como la salida del proceso por unidad de tiempo. En el contexto administrativo, la capacidad se refiere al proceso de equilibrar la capacidad

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

disponible con la capacidad requerida para administrar una carga de trabajo, buscando satisfacer los tiempos de producción para los clientes.³⁴

A continuación, se presenta la capacidad de producción requerida para la puesta en marcha de *Free Fitness Social Club*. Cabe mencionar que el personal categorizado como productivo son directamente los entrenadores, dado que los psicólogos, nutricionistas y fisioterapeutas van a estar supeditados y disponibles en horarios (política del gimnasio) que tengan mayor demanda por parte de los usuarios.

³⁴ **Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA)**. (s.f.). *Capacidad de producción*. Repositorio SENA. https://repositorio.sena.edu.co/bitstream/handle/11404/4909/capacidad_produccion.PDF?sequence=1

6.2.10 Plan de Producción y Servicios

Tabla 11. Membresías anuales

Anualidad	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Membresías	3204	3385	3602	3868	4200

Fuente: Elaboración propia

La Tabla 11 presenta la proyección de membresías anuales del proyecto para un horizonte de cinco años, donde se estima iniciar con **3.204** usuarios en el primer año, con un crecimiento progresivo promedio de 6,97% que alcanza los **4.200** miembros al quinto año, lo que representa un incremento aproximado del **31%** en el período. Esta proyección se basa en un análisis de la demanda potencial, el interés manifestado por los usuarios en la etapa diagnóstica y la propuesta de valor diferencial del gimnasio, centrada en la inclusión, el enfoque psicosocial y el acompañamiento nutricional.

Tabla 12. Capacidad de producción

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Cantidad de servicio de clases	801	846	901	967	1050
Duración promedio hora clase	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75
Cantidad de horas de servicio consumidas en clases / año	601	635	676	726	788
Cantidad de entrenadores disponibles al día	6	6	6	6	6
Cantidad horas día / entrenador	8	8	8	8	8
Días de operación promedio del año	260	260	260	260	260
Capacidad instalada horas hombre totales disponibles	12,480	12,480	12,480	12,480	12,480
Capacidad utilizada total horas hombre	4.82	5.092	5.418	5.818	6.318
Capacidad ociosa total horas hombre	95.18%	94.92%	94.54%	94.20%	93.69%

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 12, se puede evidenciar el detalle de los indicadores relacionados con la capacidad de producción, en particular los servicios de clases ofrecidos anualmente. La estimación parte de una duración promedio de 0,75 horas por clase, lo que permite calcular la cantidad total de horas de servicio consumidas. Para atender esta demanda, se proyecta un

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

equipo constante de seis entrenadores disponibles cada día, trabajando 8 horas diarias durante 260 días al año, lo que da una capacidad instalada de 12.480 horas hombre anuales, lo que asegura una operación sin sobrecarga, lo que permite la incorporación de nuevos servicios sin requerir una expansión inmediata de personal y garantizar un servicio personalizado y de calidad.

La capacidad instalada se mantiene constante durante los cinco años proyectados, teniendo en cuenta los porcentajes de crecimiento anual. Para ver a detalle los cálculos de las tablas No. 11 y No. 12, véase la hoja “Cálculos” en el simulador financiero.

La capacidad instalada se mantiene constante durante los cinco años proyectados, teniendo en cuenta los porcentajes de crecimiento anual. Para ver a detalle los cálculos de las tablas No. 11 y No. 12, véase la hoja “Cálculos” en el simulador financiero.

6.2.11 Localización

Free Fitness Social Club estaría localizado entre la calle 60 hasta la calle 85 entre la carrera 7 y la carrera 15. Esta área urbana es reconocida por tener espacios comerciales, así como un alto tráfico peatonal y facilidad de acceso al transporte público. Este espacio contará con área de baños y vestidores mixtos, “Virtual training”, peso libre, peso con máquinas, cardio, salón social o sala para actividades grupales. Para ver la Ilustración del plano proyectado para las instalaciones, véase el Anexo 16.

Analizando las publicaciones de locales comerciales en la fuente metro cuadrado,³⁵ un valor aproximado del metro cuadrado en el rango de zonas planteadas es de 67,937 COP/m²,

³⁵ *Locales en Arriendo en Teusaquillo, Bogotá D.C. Usados.* (s/f). metrocuadrado.com. Recuperado el 16 de febrero de 2025, de <https://www.metrocuadrado.com/locales/arriendo/bogota/teusaquillo/usados/>

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

por lo tanto, un local de entre 200 a 500 m² tendría un canon mensual de arrendamiento entre \$20.381.100 a \$33.969.000.

7 Aspectos Organizacionales y Legales

Esta sección presenta los elementos fundamentales que definen la identidad y estructura de Free *Fitness Social Club*. A continuación, se describe la misión, visión, estructura organizacional y los lineamientos legales que permiten el funcionamiento formal del gimnasio, teniendo coherencia con los principios de inclusión, innovación y sostenibilidad del proyecto.

7.1 Análisis Estratégico

Misión: Brindamos espacios de entrenamiento seguros e inclusivos, incursionando tecnologías pares en entrenamiento óptimo de la comunidad LGBTQI+ promoviendo el bienestar físico, emocional y conexión personal.

Visión: Ser el gimnasio más inclusivo y tecnológico de Bogotá, con 757 usuarios activos y más de \$918 millones COP en ingresos anuales.

7.2 Estructura Organizacional

Con la finalidad de brindar un funcionamiento óptimo, *Free Fitness Social Club* adoptará una estructura organizacional por áreas que garanticen el buen funcionamiento del gimnasio, asegurando a su vez que cada área tenga unas funciones específicas que permitan seguir lineamientos encaminados a los principios, valores y objetivos estratégicos del negocio.

Tabla 13. *Estructura Organizacional*

Área	Responsabilidades
Dirección General	Planificar la estrategia y la toma de decisiones clave. Supervisar las áreas y cumplir objetivos. Diseñar estrategias de atracción de usuarios. Manejar la identidad de la marca y cultura organizacional. Evaluar oportunidades de crecimiento y expansión del negocio.
Área de Operaciones y Entrenamiento	Gestionar la planificación y ejecución de los entrenamientos y servicios. Coordinar al equipo de entrenadores. Garantizar el cuidado de equipos y recursos del gimnasio.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Área de Atención al Cliente y Comunidad	Asegurar la experiencia positiva para los usuarios Gestionar la recepción, inscripciones y atención a dudas e inquietudes.
Área de Finanzas y Administración	Manejar la contabilidad, nómina y presupuestos. Controlar los ingresos, costos y rentabilidad. Realizar proyecciones financieras y estrategias de sostenibilidad.
Área de Salud Integral (Nutrición y Psicología)	Proporcionar asesorías especializadas en nutrición para mejorar el rendimiento físico. Brindar apoyo en salud mental, reforzando el bienestar emocional de los usuarios. Diseñar planes de alimentación y hábitos saludables personalizados. Hacer seguimiento del progreso de los usuarios. Apoyar procesos emocionales y físicos.

Fuente: Elaboración propia

Esta tabla permite tener una visión más clara de cada área, así como sus responsabilidades, las cuales son fundamentales para llevar a cabo cada proceso administrativo de Free Fitness Social Club.

7.3 Perfiles y Funciones Para cada Cargo

A continuación, se presentan con detalles los perfiles y funciones requeridas para cada cargo de *Free Fitness Social Club*. Cabe mencionar que todos los perfiles son requeridos para tiempo completo en la ciudad de Bogotá.

Tabla 14. *Perfiles y funciones para cada cargo*

Cargo	Responsabilidades	Experiencia requerida	Habilidades, aptitudes y competencias
Director/a General	Planificación estratégica; toma de decisiones clave; supervisión de áreas, diseño de estrategias de atracción de usuarios; evaluación de crecimiento y expansión.	Mínimo 5 años en dirección de empresas, planificación estratégica y liderazgo.	Liderazgo, toma de decisiones, planificación estratégica, negociación. Visión estratégica, liderazgo organizacional, innovación.
Entrenadores	Gestión y ejecución de entrenamientos; coordinación del equipo de entrenadores; mantenimiento y supervisión de equipos e instalaciones; participación en organización y control de eventos.	Mínimo 3 años en entrenamiento físico, planificación deportiva o fisioterapia.	Organización, manejo de grupos, adaptación a nuevas tecnologías. Dominio de técnicas de entrenamiento, capacidad de supervisión.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Recepcionista	Atención y experiencia del cliente; gestión de inscripciones; resolución de dudas e inquietudes; fidelización de la comunidad.	Mínimo 2 años en servicio al cliente, recepción o gestión de comunidades.	Empatía, comunicación efectiva, atención al detalle, resolución de conflictos. Capacidad de servicio, resolución de problemas, gestión de usuarios.
Contador	Gestión financiera; control de ingresos y costos; manejo de contabilidad y nómina; proyecciones financieras y estrategias de sostenibilidad.	Mínimo 4 años en contabilidad, finanzas o administración de empresas.	Análisis financiero, proyección de costos, gestión presupuestaria. Gestión financiera, planificación de costos, proyección de ingresos.
Salud Integral Nutricionista Psicólogo/a.	Asesoría en nutrición y salud mental; diseño de planes personalizados; seguimiento del progreso de usuarios; apoyo emocional y físico.	Mínimo 3 años en nutrición deportiva o psicología aplicada al deporte.	Empatía, escucha activa, capacidad de motivación, conocimiento en bienestar integral. Desarrollo de programas de salud, apoyo emocional, enfoque integral del bienestar.

Fuente: Elaboración propia

Así como se definen las responsabilidades de cada cargo, esta tabla permite identificar a su vez experiencia y aptitudes de los trabajadores.

7.4 Organigrama

Un organigrama es una representación gráfica de la estructura orgánica de una institución o de una de sus áreas, que describe de forma esquemática las unidades que la integran, sus respectivas relaciones, niveles jerárquicos y canales formales de comunicación³⁶.

Cabe mencionar que los organigramas también son una fuente de información que permite representar diferentes unidades del negocio y como está organizada, por medio del siguiente organigrama *Free Fitness Social Club* tiene una visión más clara de cómo serían sus divisiones y bajo que áreas se encuentran.

³⁶ Barone, Sabina. Las estructuras organizacionales: cultura, principios y modelos para la innovación. Santo Domingo: Federación Internacional de Fe y Alegría, 2009.

Figura 10. Organigrama Free Fitness Social Club



Fuente: Elaboración propia

El organigrama presentado evidencia una estructura **jerárquica funcional**, donde la **Dirección General** se sitúa en la cima, con cuatro áreas claramente delimitadas que agrupan funciones clave para el funcionamiento de un centro de bienestar integral: **entrenamiento**, **atención al cliente**, **gestión financiera** y **salud física y mental**. Esta organización es adecuada para un emprendimiento en etapa de consolidación, ya que permite una clara delimitación de responsabilidades y especialización de roles.

Tabla 15. Número de puestos de trabajo por cargo

Cargo	Número de Puestos
Entrenadores Personales	3
Entrenadores	3
Nutricionistas	2
Psicólogos	2
Fisioterapeutas	2
Contabilidad y Nómina	1

Dirección General	1
-------------------	---

Fuente: Elaboración propia

El número de empleados responde a la necesidad inicial del negocio, siendo funcional, puesto que, cada área responde a un objetivo estratégico específico, lo que permite enfocar los esfuerzos y evaluar el rendimiento de manera diferenciada. Además, evidencia el enfoque integral en salud al incluir profesionales como nutricionistas, psicólogos y fisioterapeutas, lo que refleja una visión holística del bienestar, alineada con las tendencias actuales del sector *fitness*.

7.5 Factores Clave de la Gestión de Talento Humano

Para este proyecto el usuario es igual de importante que los colaboradores, por lo que la implementación de una cultura organizacional, ética y humana es el pilar del corazón de *Free Fitness Social Club*.

Para fortalecer este compromiso será importante implementar iniciativas diseñadas para potenciar su desarrollo y felicidad en el entorno laboral:

- Reconocimiento y bonos por desempeño
- Comité de bienestar y cultura organizacional
- Eventos de integración y beneficios exclusivos
- Espacio seguro e inclusivo.
- Planes de retención y crecimiento profesional

El esfuerzo y la pasión tienen recompensa por eso este proyecto también busca que cada colaborador tenga voz en la construcción de *Free Fitness Social Club*. Creando un ambiente donde cada persona se sienta respetada, valorada y libre de ser quien es,

aportando a su vez jornadas de bienestar y pausas activas hasta acceso a clases gratuitas y descuentos en nuestra tienda de ropa y suplementos.

7.6 Esquema de Gobierno Corporativo

Teniendo en cuenta que el esquema de gobierno corporativo hace referencia a la estructura organizativa, a continuación, se describen los aspectos jurídicos y organizacionales que guiarán el funcionamiento de *Free Fitness Social Club*.

7.6.1 Tipo de Persona Jurídica

Free Fitness Social Club es un modelo de negocio que se adapta a una Sociedad por Acciones Simplificada (SAS), la cual fue introducida por la ley 1258 de 2008³⁷. Esta es reconocida por su flexibilidad y facilidad de constitución.

Este tipo de figura le permite a la organización el ingreso de inversionistas y la posibilidad de estructurar una administración eficiente sin tener una junta directiva de forma obligatoria. La estructura de gobierno de *Free Fitness Social Club* estaría conformada por los siguientes órganos:

- Asamblea de accionistas: Está compuesto por los accionistas y se encarga de tomar decisiones estratégicas, aprobar estados financieros, reformar estatutos, entre otros.
- Representación Legal: Es la persona encargada de representar a la empresa ante las entidades gubernamentales, clientes y proveedores, así mismo sus funciones involucra la firma de contratos y acuerdos legales y velar por el cumplimiento de las normas legales.

³⁷ *Leyes desde 1992 - Vigencia expresa y control de constitucionalidad [LEY_1258_2008]*. (n.d.). Senado de La República de Colombia. Retrieved February 16, 2025, from http://www.secretariassenado.gov.co/senado/basedoc/ley_1258_2008.html

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

- Gerencia General: Este dirige la operación diaria del negocio y puede estar compuesto por un gerente o un equipo de dirección.
- El gobierno corporativo SAS permite garantizar la transparencia y eficiencia en la toma de decisiones, creando a su vez mayor credibilidad ante inversionistas y socios.

7.6.2 Aspectos Legales

A continuación, se presentan los requisitos legales que son necesarios para la puesta en marcha de *Free Fitness Social Club*:

Registro de Marca y Propiedad Intelectual: Dado que el gimnasio tiene un nombre, logo y concepto único, es recomendable registrarlo ante la Superintendencia de Industria y Comercio (SIC). Normativa: Decisión 486 de 2000 de la Comunidad Andina ³⁸.

- Registro Legal: Registrar legalmente el gimnasio como una entidad comercial ante la Cámara de Comercio. Código de Comercio (Decreto 410 de 1971) ³⁹.
- Normas de Protección al Consumidor: Se debe cumplir con las leyes de protección al consumidor, asegurando claridad en los contratos, reembolsos y cancelaciones. Normativa: Ley 1480 de 2011 – Estatuto del Consumido ⁴⁰.
- Regulación de Venta de Suplementos y Ropa Deportiva: Para garantizar la calidad del servicio, los entrenadores deben contar con certificaciones y títulos en educación física, entrenamiento deportivo o fisioterapia. Normativa:

³⁸ Superintendencia de Industria y Comercio. (n.d.). Gov.co. Retrieved February 1, 2025, from <https://www.sic.gov.co/ruta-pi/septiembre2020/aproposito-de-los-20-anos-de-aprobacion-de-la-decision-486-de-2000>

³⁹ Decreto 410 de 1971 - Gestor Normativo. (n.d.). Gov.co. Retrieved February 1, 2025, from <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=41102>

⁴⁰ Ley 1480 de 2011 - Gestor Normativo. (n.d.). Gov.co. Retrieved February 1, 2025, from <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=44306>

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Resolución 2674 de 2013 – Regulación de alimentos y suplementos nutricionales ⁴¹.

- Cumplimiento Normativo en construcción y seguridad: Asegurarse de cumplir con las normativas de construcción, seguridad y accesibilidad. Esto puede implicar la obtención de certificados de uso de suelo y cumplimiento de estándares de seguridad. Normativa: Decreto 1077 de 2015 – Reglamento de construcción y urbanismo ⁴².
- Autorización Sanitaria: Obtener una autorización sanitaria para garantizar que el gimnasio cumpla con los estándares de higiene y salud pública. Normativa: Resolución 2674 de 2013 – Normas sanitarias para establecimientos públicos⁴³.
- Seguro de Responsabilidad Civil: Adquirir un seguro que cubra posibles riesgos asociados con la operación del gimnasio, como accidentes o responsabilidad civil. Normativa: Código Civil Colombiano, Artículo 2356 Responsabilidad civil extracontractual.⁴⁴
- Cumplimiento Laboral: Cumplir con las regulaciones laborales colombianas, incluyendo contratos de trabajo, seguridad social y demás disposiciones

⁴¹ Del deporte, P. el C. se D. D. P. el F., & Recreación, L. (n.d.). *Ley 181 de Enero 18 de 1995*. Gov.Co. Retrieved February 1, 2025, from https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85919_archivo_pdf.pdf

⁴² *Decreto 1077 de 2015 Sector Vivienda, Ciudad y Territorio - Gestor Normativo*. (n.d.). Gov.co. Retrieved February 1, 2025, from <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=77216>

⁴³ Concejo de Bogotá. (2010). *Acuerdo 13 de 2010, por el cual se establecen los lineamientos para la promoción de la actividad física y los hábitos saludables en el Distrito Capital*. Alcaldía Mayor de Bogotá. <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=54030>

⁴⁴ (N.d.-d). Edu.Co. Retrieved February 1, 2025, from <https://bdigital.uexternado.edu.co/server/api/core/bitstreams/110041bc-402d-4f10-af5c-bf1186feaced/content#:~:text=Art%C3%ADculo%202356.,debe%20ser%20reparado%20por%20esta.>

relacionadas con el personal. Normativa: Código Sustantivo del Trabajo, Ley 100 de 1993 ⁴⁵.

- Protección de Datos: Familiarizarse con las regulaciones de protección de datos en Colombia y asegurarse de cumplir con las disposiciones establecidas para la gestión de la información de los miembros. Normativa: Ley 1581 de 2012 – Protección de Datos Personales ⁴⁶.
- Señalización y Evacuación: Instalar señalización clara y garantiza que existan planes de evacuación en caso de emergencia, cumpliendo con las normativas de seguridad.
- Cumplimiento Tributario: Cumple con las obligaciones tributarias, locales y nacionales. Esto incluye el registro ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN). Normativa: Estatuto Tributario – Ley 1819 de 2016 ⁴⁷.

7.6.3 Estructura Jurídica y tipo de Sociedad

La sociedad por acciones simplificadas (SAS), será la persona jurídica seleccionada, cuya razón social se estima sea: *Free Fitness Social Club*, debido a las múltiples ventajas que ofrece este tipo societario en el contexto empresarial colombiano. La razón social estimada para la organización será **Free Fitness Social Club**.

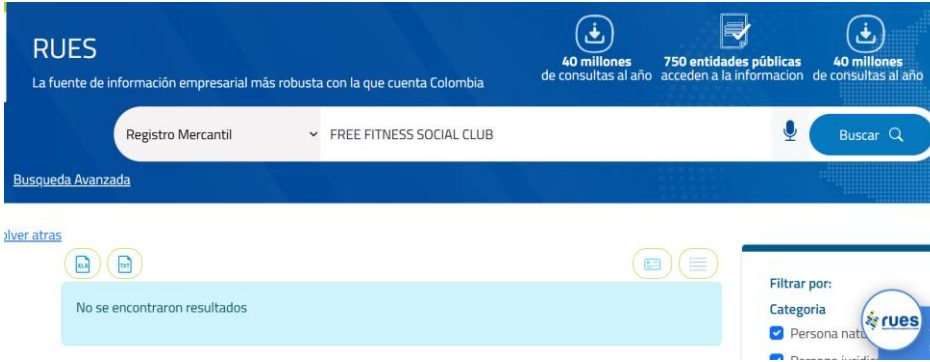
⁴⁵ Ley 100 de 1993 - Gestor Normativo. (n.d.). Gov.co. Retrieved February 1, 2025, from <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=5248>

⁴⁶ Ley 1581 de 2012 - Gestor Normativo. (n.d.). Gov.co. Retrieved February 1, 2025, from <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=49981>

⁴⁷ Ley 1819 de 2016 - Gestor Normativo. (n.d.). Gov.co. Retrieved February 1, 2025, from <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=79140>

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Figura 11. Persona Jurídica, RUES



Fuente: Elaboración propia

En la figura 10, se puede evidenciar que esta denominación de nombre está disponible y no tiene limitación para su uso. Consulta que fue realizada directamente en el registro de Confecámaras: www.rues.org.co

7.6.4 Regímenes Especiales

No aplican regímenes especiales para *Free Fitness Social Club*

7.7 Presupuesto de Personal Administrativo

Teniendo en cuenta que el personal administrativo es crucial para el éxito de *Free Fitness Social Club*, a continuación, se presenta el presupuesto que se tendría en cuenta para la puesta en marcha del Proyecto, así como el presupuesto inicial de gastos administrativos.

Tabla 16. Presupuesto de personal administrativo

Cargo	Puesto de trabajo	Remuneración Mensual COP	Remuneración Anual (COP)
Gerente	1	\$4.000.000	\$48.000.000
Recepcionista	1	\$2.000.000	\$24.000.000
Contador/a	1	\$2.500.000	\$30.000.000
Total	3		\$102.000.000

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Fuente: Elaboración propia

Tabla 17. *Presupuesto inicial de gastos administrativos*

Ítem	Costo Mensual (COP)	Remuneración Anual (COP)
Arrendamiento	\$20.000.000	\$240.000.000
Plan Internet Corporativo	\$150.000,00	\$1.800.000
Servicios públicos	\$1.000.000	\$12.000.000
Registro de Marca (SIC)	\$1.127.500	\$13.530.000
Registro Legal (Cámara de Comercio)	\$116.000	\$1.392.000
Seguro de Responsabilidad Civil	\$2.000.000	\$24.000.000
Autorización Sanitaria	\$500.000	\$6.000.000
Total		\$298.722.000

Fuente: Elaboración propia

El presupuesto permite cubrir los costos y gastos esenciales para la iniciación de las operaciones, incluyendo contratación del equipo administrativo y los gastos fijos necesarios para el funcionamiento legal operativo del proyecto durante su primer.

8 Aspecto Financiero

Un componente esencial para garantizar la sostenibilidad y crecimiento de *Free Fitness social club*, es la viabilidad financiera. Para esta sección se estarán presentando las proyecciones económicas y financieras que permitirán evaluar la rentabilidad de este modelo de negocio, teniendo en cuenta también los recursos necesarios para la puesta en marcha. Por medio del análisis de ingresos, costos, inversiones y flujo de caja, se podrán establecer los fundamentos para la toma de decisiones informada.

8.1 Objetivo Financiero General

Analizar a fondo la viabilidad del Proyecto *Free Fitness Social Club*, evaluando indicadores financieros, esto con el fin de obtener y establecer metas cuantificables que permitan asegurar la sostenibilidad y crecimiento del negocio.

8.2 Objetivos Financieros Específicos

- Mantener en lo posible un flujo de caja positivo de manera continua, a través de una gestión eficiente de los ingresos y gastos operativos, garantizando la liquidez del proyecto.
- Recuperar la inversión inicial en menos de 5 años, manteniendo un crecimiento constante en ventas para reducir el periodo de recuperación del capital invertido.
- Generar un valor presente neto positivo, implementando estrategias que incrementen los ingresos proyectados y optimicen los costos.
- Alcanzar una tasa de retorno interna del proyecto superior a la tasa de oportunidad mínima esperada del 13,94%.

8.3 Supuestos Económicos para la Simulación

A continuación, se presentan los supuestos y criterios más relevantes en virtud de la actividad económica que se ha planteado a través del proyecto, estas variables, provienen de entidades oficiales, en este caso el Banco de la República y la Dian, cabe mencionar que para la mayoría de los casos fue necesario utilizar un método de proyección lineal y CAGR. Para mayor profundidad y análisis de los cálculos realizados, se sugiere consultar la hoja titulada “7_Supuestos” integrada en el modelo financiero elaborado.

Tabla 18. *Supuestos económicos para la simulación.*

Nombre variable	Estimado 2026	Estimado 2027	Estimado 2028	Estimado 2029	Estimado 2030
Inflación	3.40%	3.40%	6.70%	7.20%	7.40%
Tasa de crecimiento gimnasios	30.19%	30.19%	30.19%	30.19%	30.19%
Tasa de crecimiento eventos	30.19%	30.19%	30.19%	30.19%	30.19%
Tasa de crecimiento suplementos	15.52%	15.52%	15.52%	15.52%	15.52%
Tasa de crecimiento ropa deportiva	13.74%	13.74%	13.74%	13.74%	13.74%
Impuestos de renta	35%	32%	32%	32%	32%

Fuente: Elaboración propia

8.4 Proyección de Ventas

La definición de proyección de ventas implica proyectar las ventas, es decir, precisar el número de productos que, a determinados precios, se prevé colocar en el mercado en un período futuro. (Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales, 210).

Teniendo en cuenta la información anterior, a continuación, se presenta la proyección de Ventas para Free *Fitness* Social Club, la cual puede ser consultada a detalle en el Simulador Financiero.

Tabla 19. Proyección de ventas

Año	Ventas Proyectadas COP
2026	\$552,050,000
2027	\$603,071,000
2028	\$684,531,100
2029	\$787,679,100
2030	\$918,549,400

Fuente: Elaboración propia

En su primer año de funcionamiento (2026), *Free Fitness Social Club* tiene proyectados ingresos por \$552.050.000 COP, resultado de la oferta diversa de productos y servicios pensados para responder a las necesidades de su comunidad. Esta cifra contempla la venta de 3.204 membresías anuales, junto con 801 clases personalizadas y otros ingresos provenientes de eventos, suplementos y vestuario deportivo. Todas estas proyecciones están respaldadas por el simulador financiero (Hoja 1) y guardan coherencia con la capacidad operativa y metas establecidas en los aspectos técnicos del proyecto (ver Tablas 11 y 12).

8.5 Descripción del precio unitario del producto servicio

Esta sección pretende mostrar de forma detallada cómo se definieron los precios unitarios de los servicios y productos ofrecidos por *Free Fitness Social Club*. Para cada línea de ingreso (clases personalizadas, eventos, suplementos y vestuario), se calcularon los costos considerando variables como el tiempo de trabajo, la remuneración del personal, y los márgenes de rentabilidad.

Tabla 20. Descripción del precio unitario del producto servicio

Producto/Servicio	Argumentos
Clases personalizadas	El precio unitario de las membresías se calculó considerando la remuneración, las horas diarias trabajadas y los días laborales anuales. Esto permitió determinar el costo por hora, el costo total y la utilidad, con el fin de establecer un margen de utilidad óptimo. Para conocer el cálculo a detalle, véase el modelo financiero, hoja "7_Supuestos"

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Eventos	El precio unitario para los eventos de yoga se determinó considerando la remuneración, las horas diarias y los días trabajados al año, con el objetivo de calcular el costo por hora, el costo total, la utilidad y obtener un margen de inversión de \$100.000, con un costo unitario de \$5.000. estos cálculos se basan en una cotización realizada con una maestra de yoga, la cual puede ser consultada con detalle en el Anexo 17. Para conocer el cálculo a detalle, véase el modelo financiero, hoja “7_Supuestos”
Suplementos y vestuario	El costo de vestuario y suplementos se calculó considerando la diferencia entre el precio de compra y el precio de venta, asegurando así un margen de rentabilidad adecuado. Para conocer el cálculo a detalle, véase el modelo financiero, hoja “7_Supuestos”

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21. Precio unitario productos y servicios

Nombre Del Producto Servicio	Costo Unitario Del Producto o Servicio
Clases Personalizadas	\$24,518.00
Eventos	\$5,000.00
Suplementos	\$50,000.00
Vestuario	\$39,000.00

Fuente: Elaboración propia

La tabla 21 presenta los precios unitarios de los principales productos y servicios ofrecidos por Free *Fitness* Social Club, exceptuando la membresía dado que no se calcula costo unitario al tratarse de un modelo de acceso tipo suscripción.

Los valores representados en la tabla fueron construidos a partir de los supuestos financieros detallados en la hoja 7_Supuestos del simulador financiero los cuales tienen como base la remuneración del personal, duración del servicio, costos compra y utilidad esperada.

Para las clases personalizadas se tuvo en cuenta la remuneración mensual de \$2.800.000 entre las horas efectivas de servicio ofrecidas por entrenador considerando una jornada promedio de 8 horas diarias durante 260 días al año. En cuanto a suplementos y vestuario proviene del costo compra y utilidad.

8.6 Proyección de Costos de Producción

A continuación, se presenta el consolidado de costos de producción proyectados para el primer año de funcionamiento de Free *Fitness* Social Club. En esta se detallan los principales componentes que inciden en la estructura de costos del proyecto, incluyendo los costos directos asociados a la prestación del servicio (costo de ventas), los gastos de personal vinculados a la operación (gastos activos y ventas), los gastos fijos necesarios para el sostenimiento de las actividades, el presupuesto destinado a estrategias de marketing para el posicionamiento inicial, así como la depreciación de los activos fijos adquiridos.

Tabla 22. *Resumen consolidado de inversión y costos iniciales del proyecto*

Concepto	Valor COP
Costo Ventas	\$ 56,488,918
Gastos Activos y Ventas	\$ 102,000,000
Gastos Fijos del Periodo	\$ 302,650,000
Otros Gastos (Marketing)	\$ 45,000,000
Depreciación	\$ 28,326,727
Total	\$ 534,465,645

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 22, el total de los costos operativos estimados para el año 2026 asciende a \$534.465.645 COP, monto que refleja los recursos necesarios para garantizar la prestación del servicio.

8.7 Proyección de Gastos de Mercadeo

En cuanto a la proyección de gastos de mercadeo, se evidencia un presupuesto inicial de \$45.000.000 para el año inicial, este es de gran importancia ya que está enfocado en el desarrollo de estrategias para el posicionamiento de marca enfocado a acciones

promocionales efectivas. Para ver a detalle las estrategias, consulte la sección “Estrategia y plan de mercadeo” de este proyecto.

Tabla 23. Proyección de gastos de mercadeo

Año	Valores de inversión mercadeo (COP)
2026	\$45,000,000
2027	\$38,500,000
2028	\$30,000,000
2029	\$10,000,000
2030	\$23,000,000

Fuente: Elaboración propia

Estas proyecciones permiten tener una visión clara para los gastos de mercadeo, los cuales son cruciales para el posicionamiento de marca.

8.8 Proyección de Gastos Administrativos

Durante el primer año de operación los gastos fijos administrativos del proyecto ascienden a \$302.650.000. Estos gastos incluyen rubros esenciales para el funcionamiento, otros rubros como arriendos, servicios públicos, telefonía celular, internet, papelería, servicios de seguridad y se aseo. A continuación, se presenta a detalle cada uno de estos aspectos y sus costos.

Tabla 24. Gastos Administrativos

Principales gastos	Valores iniciales Año 1 (COP)
Arriendo	\$240,000,000
Servicios públicos	\$12,000,000
Telefonía celular	\$1,200,000
Internet	\$24,000,000
Papelería	\$500,000

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Servicios de seguridad	\$950,000
Servicios de aseo	\$24,000,000
Total	\$302,650,000

Fuente: Elaboración propia

Estos costos dan una visión más clara de los gastos administrativos requeridos para la puesta en marcha de Free Fitness Social Club.

8.9 Presupuesto de Inversión

El presupuesto de inversión está representado en el monto necesario para poner en funcionamiento el proyecto de *Free Fitness Social Club*. Cabe mencionar que este presupuesto incluye las inversiones iniciales en los activos tangibles e intangibles como el capital de trabajo, dado que es fundamental para llevar a cabo la operación del negocio.

La proyección de inversión se basa en la estimación del capital necesario para la adquisición de activos productivos específicos, así como en la asignación de un capital de trabajo suficiente para cubrir, al menos, tres meses y medio del proceso operativo.

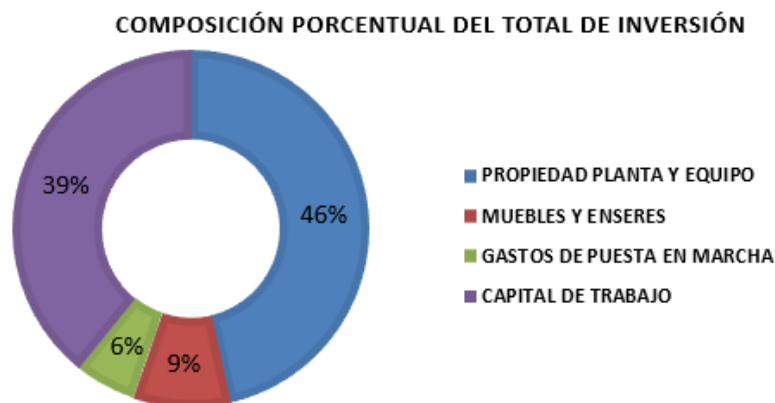
A continuación, se presenta la inversión en propiedad, planta y equipo por un valor de \$175.267.270. Esta partida incluye la adquisición y adecuación del espacio físico y máquinas necesarias como son los equipos de gimnasio y la implementación de tecnologías de realidad virtual y videojuegos.

Los muebles y enseres corresponden a un total de \$33.000.000 para la adquisición de mobiliario para la operación del gimnasio, también se incluyen los gastos de puesta en marcha que hacen referencia a gastos legales y licencias para un total de inversión de \$229.267.270 la cual refleja la suma total de la puesta en marcha.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

A demás de la inversión inicial, el proyecto requiere un capital de trabajo adicional para las operaciones diarias, por lo anterior, la inversión total asciende a \$376.891.121.

Figura 12. Composición porcentual del total de inversión



Fuente: Elaboración propia

La gráfica muestra la distribución de los recursos del proyecto donde propiedad planta y equipo representa el 46%, seguido de capital de trabajo con 39%. Los muebles y enseres abarcan el 9% y los gastos de puesta en marcha el 6%.

Tabla 25. Inversión Inicial

Relación de inversiones	Valores (COP)
Propiedad planta y equipo	\$145,267,270
Muebles y enseres	\$33,000,000
Gastos de puesta en marcha	\$21,000,000
Capital de trabajo	\$147,623,851
Total	\$376,891,121

Fuente: Elaboración propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Además, para la prestación del servicio, el equipo de *Free Fitness* representa una inversión anual total en remuneración asciende a \$394.800.000 COP, lo cual refleja el compromiso con un servicio integral y especializado en salud física y mental.

Tabla 26. Presupuesto inicial de personal

Cargo	Puesto de trabajo	Remuneración Mensual (COP)	Remuneración Anual (COP)
Entrenadores Personales	3	\$2.800.000	\$100.800.000
Entrenadores	3	\$2.500.000	\$90.000.000
Nutricionista	2	\$3.000.000	\$72.000.000
Psicólogo/a.	2	\$3.000.000	\$72.000.000
Fisioterapeuta	2	\$2.500.000	\$60.000.000
Total	10		\$394.800.000

Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla 25, se presenta el presupuesto que estaría destinado a los profesionales que harían posible esta experiencia. El objetivo es equilibrar una operación sostenible con un ambiente laboral justo.

8.10 Estados Financieros (escenario probable)

Para esta sección, se presentarán los estados financieros para *Free Fitness Social Club*, estos se encuentran bajo un escenario probable con base en las estimaciones establecidas y la estimación de ingresos y egresos. Todo el planteamiento se desarrolló bajo

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

los lineamientos contables aplicados a las microempresas en Colombia, asegurando orden, trazabilidad y coherencia en el tratamiento de la información financiera. Además, se adjunta archivo de Excel con el detalle de los estados financieros

8.10.1 Estado de Resultados

El estado de resultados se llevó a cabo, teniendo en cuenta la estimación de ingresos por membresías, clases personalizadas, eventos, venta de ropa y suplementos, teniendo en cuenta las tendencias de consumo en el mercado actual en Colombia. Por otra parte, los costos operacionales se calcularon con cotizaciones reales del año 2025, lo que garantiza que las cifras reflejadas sean precisas para la estructura financiera de un gimnasio. Este informe contable, se puede observar con más detalle en el anexo 18 o en el archivo de Excel adjunto.

Tabla 27. Informe financiero de resultados principales partidas consolidadas – valores (COP)

Partidas	2026	2027	2028	2029	2030
Ingresos	\$552,050,000	\$603,071,013	\$684,531,113	\$787,679,054	\$918,549,409
Utilidad bruta	\$495,561,082	\$543,390,471	\$621,025,049	\$719,486,242	\$844,492,015
Utilidad operativa	\$17,584,355	\$58,155,644	\$116,382,401	\$202,887,375	\$279,596,663
Utilidad antes de impuestos	\$ (27,984,267.3)	\$19,489,010	\$85,579,893	\$181,045,251	\$267,964,002
Utilidad neta	\$ (27,984,267.3)	\$12,667,856	\$55,626,930	\$117,679,413	\$174,176,601

Fuente: Elaboración propia

8.10.2 Balance General

El balance general tiene como finalidad mostrar la composición de la situación financiera del gimnasio en sus primeros cinco años. Para esto es necesario conocer los activos, pasivos y con cuál capital contará realmente. Estas cifras se construyeron a partir de inversiones que serían necesarias para poner en marcha el proyecto, tales como la compra de

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

equipos, adecuaciones del espacio, inventario inicial y capital de trabajo o patrimonio. Para asegurar que el proyecto sea aterrizado, se tomaron cotizaciones reales acompañadas de un modelo de financiación mixto en el cual se cuenta con el apoyo de socios, el crédito bancario y el aporte de emprendedores. Esto fue pensado bajo los lineamientos contables aplicados a las microempresas colombianas, garantizando orden y coherencia.

Tabla 28. Informe financiero de balance general principales partidas consolidadas – valores (COP)

Partidas	2026	2027	2028	2029	2030
Activos	\$299,394,741	\$290,453,919	\$292,266,576	\$314,493,324	\$317,964,002
Pasivos	\$277,379,009	\$227,786,062	\$186,639,645	\$146,813,910	\$93,787,400
Patrimonio	\$22,015,732	\$62,667,856	\$105,626,930	\$167,679,413	\$224,176,601

Fuente: Elaboración propia

Este informe contable, se puede observar con más detalle en el anexo 18 o en el archivo de Excel adjunto.

8.10.3 Flujo de Caja

El flujo de caja previsto fue concebido teniendo en cuenta los ingresos esperados y los costos operativos estimados, así como los plazos en los que se recibirán y se llevarán a cabo pagos. Esta proyección busca asegurar que el gimnasio cuente con los recursos necesarios para operar sin interrupciones durante los primeros cinco años.

Tabla 29. Informe financiero de flujo de caja principales partidas consolidadas – valores (COP)

Partidas	2026	2027	2028	2029	2030
Activos Corrientes	\$98,454,199	\$117,840,103	\$147,979,488	\$198,532,962	\$ 230,330,368

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Pasivos Corrientes		\$6,821,154	\$29,952,963	\$63,365,838	\$93,787,401
KTNO	\$98,454,199	\$111,018,950	\$118,026,525	\$135,167,124	\$136,542,967

Fuente: Elaboración Propia

Este informe contable, se puede observar con más detalle en el anexo 18 o en el archivo de Excel adjunto.

8.10.4 Indicadores Financieros de Rentabilidad

A continuación, se presenta los indicadores financieros de rentabilidad del proyecto entre 2026 y 2030. El margen bruto se mantiene alto y constante, alcanzando un 92% en el último año, lo que refleja eficiencia en la operación. El margen neto se incrementa de manera continua, pasando de una pérdida inicial a una rentabilidad del 18,96%, al igual que el ROA y el ROE, lo cual demuestra el aprovechamiento adecuado de los recursos y el atractivo para los inversores.

Para ver los cálculos de márgenes de rentabilidad financiera, véase el simulador Financiero, hoja “Estado de resultados”.

Tabla 30. Márgenes de rentabilidad financiera del proyecto

Indicadores	2026	2027	2028	2029	2030
Margen bruto	90%	90%	91%	91%	92%
Margen operativo	3,19%	9,64%	17,00%	25,76%	30,44%
Margen neto	-5,07%	2,10%	8,13%	14,94%	18,96%
ROA	-9,35%	4,36%	19,03%	37,42%	54,78%
ROE	-127,11%	20,21%	52,66%	70,18%	77,70%

Fuente: Elaboración propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Los indicadores permiten visualizar una mejora sostenida a lo largo del proyecto. A partir del 2027 se evidencian márgenes positivos.

8.11 Fuentes de Financiación

Para la financiación y puesta en marcha de este proyecto, se considera la necesidad de recurrir a financiación, siendo seleccionada como la mejor opción las tasas de crédito de Bancóldex, ya que esta entidad financiera ofrece diferentes líneas de crédito para apoyar las pymes. Sus tasas pueden variar dependiendo de los casos específicos. Para este ejercicio Bancóldex ofrece hasta \$300 millones para microempresas con un periodo de gracia a capital de hasta 12 meses.

Financiación de Capital de Trabajo y Sustitución de Pasivos - Indexada IBR:

- Plazos de 4-5 años: IBR + 4,00 puntos.

Tabla 31. *Calculo tasa de evaluación del proyecto*

Nombre	Nominal	Tasa efectiva	Tasa de Interés
IBR	9.51%	9.94%	13.94%
Puntos	4.0%	-	-

Fuente: Elaboración propia

Aunque las tasas de interés pueden variar dado al perfil y características específicas de las empresas, para este proyecto se va a utilizar el 13.94% obtenido del IBR tomado el día 7 de marzo por un valor de 9.50% y los 4 puntos de Bancóldex. Para validar los cálculos realizados véase hoja “7_Supuestos” del modelo financiero.

8.11.1 Amortización de la Financiación

Con base en la tasa anterior de referencia, se simuló un préstamo por el valor de \$326,891,121. Teniendo en cuenta que el aporte de la emprendedora será por un valor de \$50.000.000 para un total de inversión de \$376,891,121.

Teniendo en cuenta que el préstamo será a 5 años con una tasa del 13.94%. A continuación, se presenta el cálculo del préstamo, teniendo en cuenta que, este también se encuentra representado en el modelo financiero en la hoja “3” para más detalles de cálculos.

Tabla 32. Cálculo del préstamo

Años	Inicial	Interés	Amortización	Cuota	Final
2026	\$326,891,121	\$45,568,622	\$49,512,112	\$95,080,734	\$277,379,009
2027	\$277,379,009	\$38,666,634	\$56,414,100	\$95,080,734	\$220,964,909
2028	\$220,964,909	\$30,802,508	\$64,278,226	\$95,080,734	\$156,686,683
2029	\$156,686,683	\$21,842,124	\$73,238,610	\$95,080,734	\$83,448,073
2030	\$83,448,073	\$11,632,661	\$83,448,073	\$95,080,734	-

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que el préstamo será a 5 años con una tasa del 13.94%. La tabla nos presenta el cálculo del préstamo, este también se encuentra representado en el modelo financiero en la hoja “3” para más detalles de cálculos.

8.12 Evaluación Financiera

Para determinar la viabilidad en términos económicos de *Free Fitness Social Club*, a continuación, se presenta, una evaluación financiera basada en indicadores como tasa de oportunidad TIO, Valor presente neto del proyecto, tasa interna de retorno y periodo de recuperación.

8.12.1 Tasa de Oportunidad (TIO)

La tasa de interés de oportunidad del proyecto se estableció en 13.94%, calculada a partir del IBR nominal (9.51%) y 4 puntos adicionales definidos por Bancóldex. Esta tasa representa el rendimiento mínimo esperado para inversiones de similar riesgo. Para más detalle, véase el Simulador Financiero, hoja “7_Supuestos”.

8.12.2 Valor Presente Neto del Proyecto

El valor presente neto (VPN) del proyecto es de \$1,523,171. El proyecto renueva la inversión inicial y, además, genera un valor adicional para los inversionistas. El VPN de este proyecto respalda la factibilidad financiera reforzando el potencial de generar rendimientos de forma sostenible, contribuyendo al desarrollo de un espacio inclusivo e innovador para la comunidad LGBTQI+ en Bogotá.

8.12.3 Tasa Interna de Retorno

La tasa interna de retorno (TIR) obtenida en la simulación financiera para el proyecto *Free Fitness Social Club* es del 14.08%, superando la tasa de oportunidad esperada. Este resultado confirma la viabilidad financiera del proyecto y respalda su potencial de rentabilidad a mediano plazo.

8.12.4 Periodo de Recuperación de la Inversión

Según las proyecciones de simulación financiera, el periodo de recuperación de la inversión (payback) del proyecto es de 4.98 años. Esto sugiere que la propuesta de creación de empresa *Free Fitness Social Club* requiere un proceso de maduración constante para alcanzar el desempeño financiero esperado.

9 Enfoque hacia la Sostenibilidad

Free Gamificación Social Club comprende que la sostenibilidad es un eje fundamental, entendiéndolo no solo desde el ámbito ambiental, sino también desde la parte social y económica. Aunque el proyecto se encuentra en una etapa inicial con recursos limitados, se han definido ciertas acciones concretas que no impactan de forma directa la viabilidad financiera pero que si demuestran el compromiso genuino con el entorno y la comunidad.

Acciones:

- Uso eficiente de recursos: Fomenta el uso del papel, agua y energía de forma responsable optando a su vez por bombillos de bajo consumo, así como espacios y horarios de funcionamiento optimizados.
- Sensibilización: Llevando a cabo campanas internas y utilizando redes sociales que promuevan el respeto por la diversidad, autocuidado, el medio ambiente y la convivencia responsable.
- Reciclaje Básico: Se planea tener puntos de separación de residuos como papel, plástico y orgánicos en las instalaciones en alianza con recicladores locales.
- Transporte Sostenible: Se invitará a los usuarios a llegar en medios de transporte amigables con el medio ambiente como bicicleta o transporte publico destacándolos en redes sociales.

Free Fitness Social Club enfrenta diversos retos en materia de sostenibilidad, pero también representa una oportunidad para generar un impacto positivo en la comunidad. Alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), este proyecto contribuye a varias metas globales clave:

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

- Salud y Bienestar (ODS 3): Promueve un estilo de vida activo y saludable por medio del ejercicio, la nutrición y el bienestar emocional, fomentando una comunidad más sana.

- Igualdad de Género (ODS 5): Aspira a crear un espacio seguro, inclusivo y libre de discriminación, donde todas las personas, sin importar su identidad de género, puedan sentirse bienvenidas y respetadas.

- -Trabajo Decente y Crecimiento Económico (ODS 8): Pretende generar empleo digno y estable, buscando dar por condiciones laborales justas. Así mismo el personal administrativo y operativo será contratado mediante vínculos laborales formales que garanticen seguridad social, acceso a la salud y pensión.

- Industria, Innovación e Infraestructura (ODS 9): Incorpora tecnología en el entrenamiento a través de realidad virtual, redefiniendo la experiencia del fitness con enfoques más didácticos y motivadores.

- Reducción de las Desigualdades (ODS 10): Está diseñado para ser accesible, diverso e incluyente, eliminando barreras y promoviendo la equidad en el acceso a la actividad física. Cabe resaltar que este proyecto tiene aspectos sociales, ambientales y económicos tales como:

9.1 Sociales

- Inclusión y diversidad: Espacio seguro para la comunidad LGBTQI+, promoviendo el respeto y la equidad.

- Bienestar integral: Enfoque en la salud mental y física a través de actividad física interactiva.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

- Eventos y comunidad: Charlas, actividades grupales y *gamificación* para fortalecer la conexión entre usuarios.

9.2 Ambientales

- Uso eficiente de energía: Implementación de bombillo de bajo consumo y máquinas de bajo consumo.
- Materiales sostenibles: Enfocados en mobiliario y equipamiento con menor impacto ambiental.
- Transporte ecológico: Promoción del uso de bicicletas y transporte público entre los miembros.

9.3 Económicos

- Generación de empleo: Creación de puestos de trabajo directos e indirectos en el sector fitness y tecnológico.
- Innovación en servicios: Uso de realidad virtual y videojuegos para mejorar la experiencia de los usuarios.
- Dinamización del mercado: Impulso a proveedores de ropa deportiva, suplementos y tecnología.

Conclusión: La sostenibilidad más allá de ser un reto es una responsabilidad empresarial y una oportunidad para transformar vidas. A través de un modelo de negocio innovador y con impacto social, Free Fitness Social Club busca ser un referente en el sector, demostrando que el bienestar y la inclusión pueden ir de la mano con el desarrollo sostenible.

10 Conclusiones

Finalizada la elaboración de la propuesta de creación de empresa *Free Fitness Social Club*, se pudo dar respuesta a los objetivos planteados, demostrando la viabilidad y

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

pertinencia de una propuesta empresarial dirigida a la innovación, inclusión y a ser socialmente responsable. Desde el inicio, este plan de negocio se fundamentó en una necesidad real que fue la ausencia de espacios seguros y acogedores para la comunidad LGBTQI+ dentro del sector fitness.

En el estudio de mercado se validó la existencia de una demanda insatisfecha, identificando así elementos clave que permitieron fortalecer el valor diferenciador del proyecto.

La integración de tecnología, bienestar emocional y *gamificación* permitió construir una propuesta integral que trasciende el modelo tradicional de gimnasios, ofreciendo una experiencia de comunidad y cuidado personalizado. Además, se logró construir una planeación estratégica y financiera con proyección de crecimiento sostenido, impulsada por el creciente interés de la población en cuidar su salud física y mental. Esta tendencia no solo respalda la viabilidad del proyecto, sino que también permite anticipar retornos positivos para los inversionistas.

En lo que corresponde a la sostenibilidad, *Free Fitness Social Club* adopta un impacto positivo, ya que promueve prácticas responsables a nivel ambiental, social y económico. El uso de productos ecológicos, la generación de empleo digno y el fomento de la diversidad contribuyen al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, reforzando el compromiso ético de la organización.

En conclusión, *Free Fitness Social Club* aspira promover un modelo de negocio que, además de ser rentable, aporte de forma significativa al bienestar social de una población históricamente marginada. Cabe mencionar que las decisiones estratégicas, organizacionales y financieras tomadas a lo largo del proyecto están alineadas con los objetivos propuestos, poniendo en evidencia un proceso riguroso de planeación que haría posible llevar esta idea a

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

la realidad. Este proyecto es, sin duda, una contribución relevante a la transformación del ecosistema fitness en Colombia, desde una mirada inclusiva, consciente y sostenible.

11 Referencias

- Superintendencia de Industria y Comercio. (2023). *Estudio de gimnasios en Colombia*.
- Alibaba. (s.f.). *Alibaba*. Obtenido de Equipos de gimnasio y fitness:
<https://www.alibaba.com/trade/search?tab=all&SearchText=caminadora>
- Alibaba. (s.f.). *Alibaba*. Obtenido de Equipos de gimnasio y fitness:
<https://www.alibaba.com/trade/search?tab=all&SearchText=eliptica>
- America Mall & Retail. (2024). *Evolución de la Industria de gimnasios en Colombia*. Obtenido de <https://america-retail.com/paises/colombia/evolucion-de-la-industria-de-gimnasios-en-colombia/>
- América Retail. (2025). *Evolución de la industria de gimnasios en Colombia*. Obtenido de <https://america-retail.com/paises/colombia/evolucion-de-la-industria-de-gimnasios-en-colombia/>
- Anonimo. (01 de 04 de 2022). *¿Cómo hacer una proyección de ingresos para tu empresa?* Obtenido de Chreana: <https://www.crehana.com/blog/negocios/hacer-proyeccion-ingresos/>
- Avendaño, D. (2017). *Negocios del sector fitness cogen cada vez más fuerza*. *El Tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/colombia/medellin/negocios-del-sector-fitness-cogen-cada-vez-mas-fuerza-60820>
- Ballesteros, R. H. (2013). *Plan de Marketing diseño, implementación y control*. Bogotá.
- Bancóldex. (2024). *Línea de crédito Mipymes competitivas para escalamiento productivo 2024*. Bancóldex. Obtenido de <https://www.bancoldex.com/es/soluciones-financieras/lineas-de-credito/linea-de-credito-mipymes-competitivas-para-escalamiento-productivo-2024>
- Barone, S. (2009). *Las Estructuras Organizativas: Cultura, Principios y Modelos para la innovación*. Santo Domingo : Federación Internacional de Fe y Alegría.
- Bernal, J., & Patiño, C. (2020). *Documento de Diagnóstico sobre la situación de discriminación de la población LGBTI en Colombia*. Obtenido de https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Desarrollo%20Social/Documentos/Diagnostico-sobre-situacion-discriminacion-de-la-Poblacion-LGBTI-en-Colombia.pdf?utm_source=chatgpt.com
- Bloomberg Línea. (2022). *¿Cuánto aporta la comunidad LGBT al PIB de los países de Latinoamérica?*
- Bogotá.gov. (2023). *Noticias de LGBTI en Bogotá*.
- Camilo, P. (s.f.). *Entidades que apoyan el emprendimiento en Colombia 2023*. PymesCo. Obtenido de <https://pymesco.co/entidades-que-apoyan-el-emprendimiento-en-colombia/>
- Castro, P. (2014). *Plan de Negocios Alliance Gym*. Trabajo de grado, Universidad EIA. *Centro de Investigación de Ciencias Administrativas y Gerenciales*. (26 de 03 de 210). Obtenido de file:///C:/Users/carvajal/OneDrive%20-

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTIQ+ EN BOGOTÁ.

%20Zimmer%20Biomet/Downloads/Dialnet-EstrategiaDeMarketingPersonalYProyeccionDeVentasAp-3706318.pdf

Colombia Diversa. (s.f.). *Colombiadiversa.org*. Recuperado el 12 de 05 de 2025, de <https://colombiadiversa.org/c-diversa/wp-content/uploads/2023/11/Resumen-ejecutivo-Informe-Colombia-Diversa.pdf>

Corte Constitucional de Colombia. (2024). *Sentencia T-527 de 2024*. Obtenido de <https://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=171599>

Dane. (2022). *Población LGBT y Bienestar Subjetivo*. Encuesta. Obtenido de https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pulso-social/presentacion_EPS_poblacion_lgbt-ene2022-may2022.pdf

de1995, L. 1. (1995). *Ley del Deporte*.

Decreto 410 de 1971. (1971). *Código de Comercio*.

Departamento Administrativo Nacional de Estadística DANE. (s.f). *IPC información técnica*. Obtenido de <https://www.dane.gov.co/index.php/estadisticas-por-tema/precios-y-costos/indice-de-precios-al-consumidor-ipc/ipc-informacion-tecnica>

DNP. (2025). *dnp.gov.co*. Obtenido de Colombia avanza a una nueva era de inclusión y justicia. Aprobado por unanimidad el CONPES LGBTIQ+: https://www.dnp.gov.co/Prensa_/Noticias/Paginas/colombia-avanza-a-nueva-era-inclusion-justicia-aprobado-por-unanimidad-conpes-lgbtiq.aspx

Enciso, P. (2023). *La experiencia de deportistas diversas sexualmente de alto rendimiento en el Valle del Cauca: reflexiones para la PPLGTBI*. Tesis, Pontificia Universidad Javeriana. Obtenido de <https://vitela.javerianacali.edu.co/server/api/core/bitstreams/ffbff9a1-5685-4f5d-95eb-a29bfd1af159/content>

Guarín, A., & Gómez, D. (2021). *rácticas de inclusión y bienestar en espacios de entrenamiento físico para poblaciones diversas*. Universidad Nacional de Colombia.

Hernandez, R., Fernandez, C., & L, B. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill.

Introducción a la descripción de procesos. (s.f). Obtenido de Universidad de Jaén: https://www.ujaen.es/servicios/archivo/sites/servicio_archivo/files/uploads/Calidad/Criterio5.pdf?utm_source=chatgpt.com

Jimenez, C. (s.f.). *Chanijimenez.com*. Obtenido de ¿Cuál es la rentabilidad en gimnasios?: <https://chanojimenez.com/rentabilidad-en-gimnasios/>

Johnson, G. S. (2006). *Explorando la estrategia corporativa*. Pearson Educación.

Ley 100 de 1993. (1993). *Marco legal del Sistema de Seguridad Social Integral*.

Ley 1480 de 2011. (2011). *Estatuto del Consumidor*.

Ley 1581 de 2012. (2012). *Ley de Protección de Datos*.

Ley 1819 de 2016. (2016). *Reforma Tributaria*.

Ley 858 de 2008. (2008). *Vigencia Expresa y Control de Constitucionalidad*.

MercadoLibre. (s.f.). *MercadoLibre Colombia*. Recuperado el 20 de 02 de 2025, de Jaula de Crossfit con estabilizador de barra olímpica: <https://listado.mercadolibre.com.co/maquinas-de-gimnasio>

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

- Mesa, M. (2012). *Fundamentos de marketing*. Ecoe Ediciones.
- Mesa, M. (2013). *Fundamentos del Marketing*. ECOE EDICIONES.
- Ministerio de Igualdad y Equidad. (s.f.). *Información específica para grupos de interés*.
Obtenido de <https://www.minigualdadyequidad.gov.co/portal/Secciones/277957:Informacion-especifica-para-grupos-de-interes>
- Mora, A. (2022). Corte ordena incluir el género no binario en documentos de identificación. *El Tiempo*. Obtenido de <https://www.eltiempo.com/justicia/cortes/genero-no-binario-sera-incluido-en-documentos-de-identidad-corte-655018>
- Mullins, J. K. (s.f.). *Getting to plan B: Breaking through to a better business model*. *Harvard Business Press*.
- Murillo Moreno, L. (s.f.). *Fundamentos de Servicio al Cliente*. Bogotá D.C. : Fundación Universitaria del Área Andina.
- Osterwalder, A. P. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Osterwalder, A. P. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.
- Paredes Roldán, J. (2001). *Planificación y control de la producción*. IDIUC, Instituto de Investigaciones, Universidad de Cuenca. Obtenido de https://biblioteca.clacso.edu.ar/Ecuador/diuc-ucuenca/20121115114754/teoria.pdf?utm_source=chatgpt.com.
- Portafolio. (2023). La industria de los gimnasios en Colombia tiene buena salud. Portafolio.
- Porter, M. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Free Press.
- Porter, M. (2008). Las cinco fuerzas competitivas que dan forma a la estrategia. *Harvard Business Review América Latina*.
- Pursell, S. (2024). Qué es un buyer persona y cómo crearlo (con plantillas gratis). (Hubspot.es, Recopilador) Obtenido de <https://blog.hubspot.es/marketing/que-son-buyer-personas>
- Restrepo, L., & Forero, C. (2022). *Tendencias del sector fitness en Colombia: crecimiento y transformación digital*. Tesis, Universidad Externado de Colombia, Bogotá.
- Restrepo, M. F. (2022). Encuesta Nacional de Tendencias de Fitness en Colombia para el Año 2022. *Revista Cencialatina*, 62(2), 91–105.
- SENA. (s.f.). *Capacidad de producción*. Repositorio.
- UNDP. (s.f.). *Agenda 2030 y los ODS: una oportunidad para la inclusión de la comunidad LGBTI*. UNDP Colombia. Recuperado el 2023
- UNHCR-ACNUR. (2018). *ACNUR resalta la importancia de asegurar espacios seguros para la población LGBTI en Brasil*. Obtenido de [Acnur.org](https://www.acnur.org):

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

<https://www.acnur.org/noticias/historias/acnur-resalta-la-importancia-de-asegurar-espacios-seguros-para-la-poblacion>

12 Anexos

Anexo 1. Panorama del sector

2018	2019	2020	2021
<p>Según la entidad “International Health, Racquet & Sportsclub Association” asociación global sin fines de lucro que representa los gimnasios, en su informe del año 2018 asegura que en el año 2017 los socios de gimnasios superaron los 174 millones de consumidores en todo el mundo así mismo los ingresos totales del sector ascendieron a un total estimado de 87.200 millones de dólares.</p>	<p>Forbes en su artículo “El billonario ‘club’ de emprendedores” mencionó que en el año 2019 Bodytech generó más de 142.000 empleos” también se menciona como durante este mismo año generó más de 4.000 empleos como consecuencia de la asistencia de las personas a las 90 sedes del gimnasio Bodytech en Colombia, esto evidencia el gran interés de los colombianos por cuidar de su salud y bienestar. Esta situación no solo demuestra el éxito de Bodytech, sino que también demuestra la transformación cultural que se encamina a un estilo de vida más saludable y activo.</p>	<p>Con la llegada del COVID-19, los gimnasios fueron uno de los sectores más impactados, ya que se tuvo que realizar el cierre total de los establecimientos. Esto se evidenció en el Decreto 457 de 2020, publicado por el Ministerio de Salud de Colombia, lo que afectó de manera negativa a esta industria. Según un informe del Banco de la República, el sector servicios fue uno de los más afectados durante la pandemia.</p>	<p>A pesar de la gran caída que experimentó el sector fitness durante la pandemia, mostró una recuperación rápida y positiva. Esta mejora se atribuye en gran medida a la concienciación sobre la salud que la crisis sanitaria generó en la población. Un estudio de mercado publicado por Run Repeat, reveló que se esperaba un crecimiento favorable para el sector en 2021, lo que sugiere un cambio en las prioridades de los consumidores hacia estilos de vida más activos y saludables. Cabe destacar que la superintendencia de industria y turismo ha destacado el resurgimiento de esta industria e indicó que la demanda por servicios de salud y bienestar se ha venido intensificando.</p>
2022	2023	2024	Pronóstico 2025
<p>De acuerdo con Gigliola Aycardi, vicepresidenta ejecutiva de Bodytech, la reactivación del negocio ha sido “progresiva”, lo que ha llevado a un aumento en la cantidad de usuarios. Aycardi proyecta que el año 2022 será “el año de la revancha” para la empresa. La meta es alcanzar ventas de \$350,000 millones, lo que representa un</p>	<p>El Diario La República reporta que el sector fitness ha mostrado un crecimiento sostenido. Un ejemplo claro es el aumento del 30% en las afiliaciones a gimnasios en el primer mes de 2023, lo que indica una demanda creciente por parte de quienes buscan mantener o mejorar su condición física. Esta tendencia refleja un cambio estructural en la manera en que las personas perciben su bienestar, priorizando la actividad física como un componente</p>	<p>De acuerdo con el diario Económica, el sector del fitness se presenta como un área de notable crecimiento y rentabilidad en la economía nacional. Actualmente, se estima que hay alrededor de 160,000 gimnasios registrados a nivel mundial, de los cuales Colombia alberga aproximadamente 1,500. Esta expansión ha permitido que la industria del deporte contribuya</p>	<p>De acuerdo con Mentor, revista de investigación educativa, se menciona que hay un panorama positivo para la industria fitness, ya que a lo largo de los años ha venido creciendo de forma positiva y mostró una recuperación al ser uno de los sectores más golpeados en la pandemia, pero que a su vez se pudo recuperar. Sin embargo, esta industria viene con nuevas necesidades, ya</p>

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

<p>aumento de \$125,000 millones en comparación con 2021. Esta perspectiva positiva demuestra la resiliencia de este sector en Colombia y la creciente demanda por servicios de salud y bienestar tras los desafíos impuestos por la pandemia.</p>	<p>esencial de su estilo de vida. En una entrevista con Forbes, el CEO de Smart Fit, David Raya, afirmó que 2023 fue un año clave para la expansión de la compañía, con planes de continuar abriendo nuevas sedes en 2024. Este crecimiento se apoya en el pronóstico de duplicar las ganancias, lo que evidencia el dinamismo del sector fitness en un contexto pospandemia.</p>	<p>significativamente a la economía, con un aporte de \$550,000 millones anuales (2024). Este tipo de información no solo respaldaría la factibilidad económica para este tipo de emprendimiento, sino que también resalta su potencia para impactar de forma positiva a la comunidad.</p>	<p>que las personas buscan cuidar su cuerpo y su salud mental, buscando bienestar de manera integral. También se menciona cómo este sector se ha ido expandiendo y consolidando gracias a las nuevas actividades, elementos y metodologías, lo que requiere constante innovación.</p>
--	---	--	---

Fuente: Creacion propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Anexo 2. PESTEL Free Fitness Social Club

Categoría	Político	Economico	Social
Posibles Factores de interes	<ul style="list-style-type: none"> *Politica publica para la garantia plena de derechos de las personas LGBTI+ *Regulaciones Locales y Nacionales *Incentivos gubernamentales *Clima Político 	<ul style="list-style-type: none"> *IPC *Tasa de empleo *Tendencias de consumo *Impacto de la crisis economica 	<ul style="list-style-type: none"> *Comunidad y cultura *Interes en actividades deportivas *Habitos de la comunidad
Datos	<p>*En Colombia existen entidades que apoyan el emprendimiento en Colombia tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> •Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. •Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. •Fondo Emprender. •Innpulsa Colombia. •ANDI. •Bancoldex. •Secretarías locales de desarrollo económico. •Cámaras de comercio regionales y locales. <p>Estas entidades generan diferentes iniciativas para que se lleve a cabo la consolidación de los emprendimientos en Colombia entre estas están en financiamiento mediante prestamos, asesoramiento, capacitaciones, creación de networking, entre otros que le permitirían a Free Fitness consolidarse con recursos y conocimientos de emprendimiento.</p> <p>*La comunidad LGBT+ se encuentra plasmada en diferentes partes de la ODS, pero especialmente en la ODS3(Salud y Bienestar) Fuente: ONU</p>	<p>*La tasa de variación anual del IPC en Colombia en agosto de 2024 ha sido del 6,1%, 8 décimas inferior a la del mes anterior. No ha habido variación mensual del IPC, de forma que la inflación acumulada en 2024 es del 4,3%. Fuente. DANE</p> <p>*Según el artículo "Disminución del volumen de compra es un cambio en el comportamiento del consumidor" publicador por Kantar informó que al cierre del año 2022 los colombianos se vieron afectados por alzas en precios, lo que impacto los volúmenes de compras para tener una mayor eficiencia en sus presupuestos, no obstante, según el tiempo el consumo en los colombianos aumento en lo que lleva del año 2023 Fuente Kantar (2022)</p> <p>*Para 2023 el diario la republica ratifica que "El ocio y el entretenimiento siempre son una parte importante dentro de la economía de un país y dentro de los principales gastos de sus ciudadanos"(Moreno Garzón, C. 2023). Con esto se puede concluir que, aunque se vivan momentos de coyuntura los Latinoamericanos destinan sus recursos a este tipo de actividades.</p>	<p>*Colombia ya celebra y conmemora más de 40 años de la despenalización de la Homosexualidad, información que es brindada por la secretaria de planeación en Bogotá, lo que hace que Bogotá sea un lugar seguro y abierto para la comunidad LGBTI+</p> <p>*La alcaldía mayor de Bogotá adopto la politica pública para la garantía de los derechos de la comunidad LGBTI+ Fuente: Alcaldia de Bogotá</p>
Impacto general en el negocio	Relevante	Critico	Relevante

Fuente: Propia

Categoría	Tecnologico	Ecologico	Legal
Posibles Factores de interes	<ul style="list-style-type: none"> *Tendencias e innovación en equipos de gimnasios *Herramientas digitales 	<ul style="list-style-type: none"> *sostenibilidad en la construcción *Gestión de residuos *Alianzas con empresas sostenibles 	<ul style="list-style-type: none"> *Cumplimiento normativo *Contratos y acuerdos *Certificaciones
Datos	<p>*Dado que Free Fitness es un modelo de negocio que busca ofrecer una experiencia innovadora en el fitness, esta se ve ligada a la tecnología, es por esto que resulta importante conocer el acceso a la tecnología que hay en Colombia por lo que según el Ministerio TIC dio actualizaciones indicando que Colombia va avanzando en la meta de estar conectada en un 70%, dicho esto, Colombia es un país que con el tiempo ha venido adquiriendo más conocimientos y avances tecnológicos. Fuente: Ministerio TIC.</p>	<p>*Los factores ecológicos son de gran importancia, es por esto por lo que el Cumplimiento de ODS se vera abordado en el desarrollo de el modelo de Negocio Free Fitness con diferentes alternativas y actividades que promuevan el cuidado del medio ambiente, siguiendo politicas medio ambientales y de reutilización mientras se evalúan situaciones climáticas y riesgos naturales que puedan impactar de forma directa o indirecta a Free Fitness.</p>	<p>*El cumplimiento y conocimiento de factores legales permitirá a Free Fitness no incurrir en actos o situaciones que vayan en contra de la ley, es por esto por lo que se debe tener un conocimiento en documentaciones, licencias y certificaciones para el debido proceso de apertura y funcionamiento. Recibir apoyo con entidades como el Ministerio de Salud y protección social y asociaciones del sector fitness seran cruciales para conocer normativas y regulaciones.</p>
Impacto general en el negocio	Relevante	Critico	Critico

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTIQ+ EN BOGOTÁ.

Categoría	Político	Economico	Social
Impacto Real	Las regulaciones locales pueden impactar de forma positiva o negativa la puesta en marcha de este proyecto, asi como el clima político y que tan favorable puede ser para la comunidad LGBTI+	Los cambios en los habitos de vida y tendencias de consumo son cruciales para el éxito de este proyecto, por lo que la tasa de empleo en el País y Bogotá específicamente debería ser favorable. Según cifras del DANE, en el semestre enero-junio de 2024, la tasa de desempleo (TD) de Bogotá disminuyó 1,1 p.p., al pasar de 11,3 % en el primer semestre de 2023, a 10,4 % en el mismo periodo de 2024. Esto significa que 16.427 personas salieron del desempleo.	El panorama revelado por los datos indica que Colombia, y especialmente Bogotá, se presenta como un lugar seguro y de libre expresión para la comunidad LGBTI+. Esta realidad permite fomentar un entorno inclusivo y acogedor, donde los derechos y las identidades diversas son valorados y respetados. Este contexto es fundamental para el desarrollo de iniciativas que promuevan el bienestar y la participación activa de esta comunidad
Duraacion del impacto	Desconocido	Desconocido	Desconocido
Tipo de impacto	Favorable	Favorable	Favorable
Nivel de importancia	Critico	Critico	Critico

Fuente: Propia

Categoría	Tecnologico	Ecologico	Legal
Impacto Real	La tecnología es un componente esencial de este proyecto, que se enfoca en la creación de un gimnasio para la comunidad LGBTI+. Se integrarán innovaciones tecnológicas avanzadas para mejorar la experiencia del usuario, como plataformas de seguimiento de entrenamiento, aplicaciones móviles para reservas y clases virtuales, y equipos de fitness inteligentes. Este enfoque no solo facilitará la accesibilidad y la comodidad, sino que también promoverá un entorno inclusivo y moderno que responda a las necesidades específicas de la comunidad.	En el entorno empresarial actual, los aspectos ecológicos deben considerarse de manera obligatoria. Este proyecto, que busca ser un espacio de recreación, deporte y comunidad, se fundamenta en principios de sostenibilidad. Al incorporar prácticas ecológicas en su operación, se garantizará un impacto positivo en el medio ambiente, promoviendo un estilo de vida saludable y consciente. La construcción y gestión del gimnasio estarán alineadas con estos valores, lo que no solo beneficiará a los usuarios, sino que también contribuirá al bienestar del entorno y de la comunidad en general.	Los conocimientos en aspectos legales y de permisos permitirán que este proyecto tenga iientos validos para aque en la puesta eb marcha no tenga dificultades financieras y/o por infringir la ley o aspectops de alud y seguridad
Duraacion del impacto	Desconocido	Desconocido	Desconocido
Tipo de impacto	Favorable	Desconocido	Desconocido
Nivel de importancia	Moderado	Moderado	Critico

Fuente: Propia

Anexo 3. Competidores

Competidores					
Características del servicio	Smart fit	Body Tech	Poni Club	Gimnasios de barrio	Diferenciación y estrategias para mitigar su impacto
Precios	Precios accesibles, membresías económicas.	Precios prémium, con opciones de alto nivel.	Planes moderados algunos de fácil acceso.	Precios bajos y accesibles para todos.	Ofrecer precios flexibles y promociones especiales. Implementar planes de pago atractivos.
Variedad de servicio	Servicios básicos, clases grupales y acceso a máquinas.	Amplia oferta de servicios, clases especializadas.	Clases inclusivas, entrenamiento funcional, actividades recreativas y enfoque en salud mental.	Servicios limitados, generalmente solo equipos básicos.	Diferenciarse con actividades exclusivas y opciones de fitness innovadoras como Realidad Virtual y <i>gamificación</i> .
Tecnología y experiencia	Uso básico de aplicaciones y servicios online.	Aplicaciones personalizadas para seguimiento de usuarios.	Más enfoque comunitario que tecnológico, se utilizan más las redes sociales y medio digitales.	Generalmente, no se utiliza tecnología avanzada.	Integrar tecnología de vanguardia, como videojuegos y Realidad virtual, para una experiencia más inmersiva.
Atención al cliente	Atención estándar, sin personalización significativa.	Asesoría más personalizada, atención de alta calidad.	Atención cercana, lenguaje inclusivo, se destaca por tener un ambiente de respeto hacia todas las identidades.	Atención más cercana, pero menos profesional.	Ofrecer atención personalizada, con asesoramiento y seguimiento de progreso individual.
Ambiente y comunidad	Espacios amplios, pero a menudo impersonales.	Ambientes de lujo con enfoque en exclusividad.	Ambientes más informales.	Ambientes más informales y cercanos.	Crear un ambiente inclusivo, promoviendo la diversidad y creando una comunidad activa y participativa.

Fuente: Propia

Anexo 4. Buyer Persona

Joseph Rivera



Puesto

Analista de Mercadeo

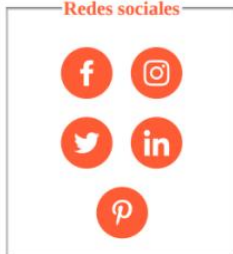
Edad

25 a 40 años

Nivel de educación más alto

Profesional

Redes sociales



Salario / Deudas

- 2 SMLV
- En la actualidad paga mensualmente las cuotas de su primer apartamento

Perfil

Joseph es un chico trans que intenta superarse en todos los ámbitos de su vida, le gusta mantenerse saludable, compartir con amigos, conocer nuevas personas y pasar tiempo en lugares donde se sienta libre y sin prejuicios sobre su orientación sexual, donde pueda compartir de forma abierta con su novia Camila. Disfruta del deporte y le gusta aventurar. Es una persona curiosa y constantemente busca formas de distraerse y mantener su mente ocupada.

Motivaciones

- Dar prioridad a su salud mental
- Tener una mejor nutrición

Objetivo

- Iniciar una especialización
- Cuidar de su salud mental
- Crecer laboralmente
- Mantener un buen estado físico

Genero

Transexual

Estado Civil

1. En una relación

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Acciones

- Pedir un préstamo Bancario Estudiantil para iniciar especialización
- Mantener su mente ocupada y visitar dos veces al mes a un terapeuta
- Aplicar a nuevas ofertas laborales
- Mantener una vida activa y entrenar de 3 a 5 días de la semana

Ubicación

Chapinero, Bogotá D.C

Tecnología

- iPhone 12 pro max, iPad, apple watch
- Joseph pasa alrededor de 5 horas diarias en sus dispositivos electrónicos personales

Cana favorito de comunicación

- Redes Sociales
- Correo Electrónico
- Celular

Hobbies

- Caminatas
- Videojuegos
- Viajar

Fuente: Propia

Anexo 5. Aplicación de Instrumentos

Ficha Técnica

Ficha Técnica de la encuesta	
Aspecto	Detalle
Número de encuestados	20 personas
Identidad de género	13 femenino, 5 trans, 1 no binario, 1 prefirió no decir
Pertenencia a la comunidad LGTBIQ+	18 personas
Importancia del cuidado físico y salud mental (escala 1 a 5)	19 personas calificaron con 5, 1 con 4
Importancia del factor nutricional	Todos consideran importante
¿Consideras que los gimnasios existentes son heteronormativos?	18 respondieron que sí
Importancia de que los gimnasios aporten al cuidado de la salud mental	Todos consideran importante
Personas que no están en un gimnasio actualmente	12 personas
Personas dispuestas a pagar por la propuesta	19 personas

Fuente: Propia

Encuestados

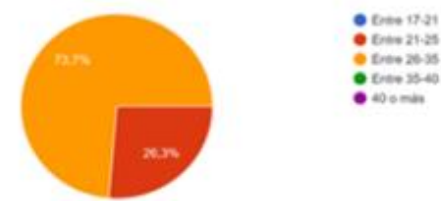

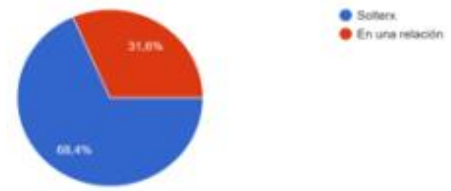
Tabla 3. Encuestados

Nombres	
Bogdán Jalal Bastidas B.	Martina Hurtado
Maria Alejandra Rodriguez Barreto	Andrea Bello Nieves
Emiliano	Laura Cely
Daniel Acosta	Chaeyoung Alexander Palacio Cuervo
Lucas Castaño	Angel Alvarez
Natali Acuña	Laura Camila Rojas Segura
Julie Estupiñán	Diana Carvajal
Maria Alejandra Huertas	Kelly Chitiva
Karen Galindo	Maria Alejandra Quintana
María Paula Caldas	Andrea Orjuela

Fuente: Elaboración Propia


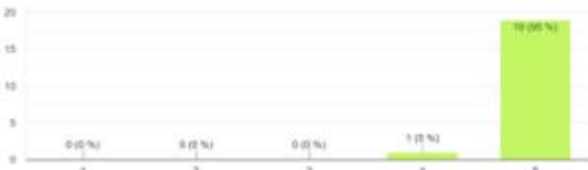

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

2.1 Resultados y Análisis de la encuesta

<p>Edad 19 respuestas</p> 	<p>Basándonos en la pregunta edad, podemos evidenciar que 73,3% de los encuestados están entre los 26 a 35 años y el 26,3% están entre los 21 a 25 años. Lo que se puede concluir es que el público objetivo son jóvenes adultos.</p>
<p>Genero 20 respuestas</p> 	<p>Referente al genero, 65% de los encuestados fueron mujeres, 25% trans, 5% prefiere no decir y 5% es no binario. Por lo anterior encontramos que el público tiende a ser diverso, también dado al alto porcentaje de mujeres y trans que mostraron interés por este modelo de negocio, se puede deducir que es un segmento importante para Free Fitness deduciendo que son personas que buscan sentirse cómodas en un espacio donde puedan entrenar sin ser juzgados o vulnerados por su sexualidad o como lucen.</p>
<p>Estado Civil 19 respuestas</p> 	<p>Respecto al estado civil 68,4% de los encuestado son solteros y el 31,6% se encuentran en una relación. Teniendo en cuenta esta información, para este proyecto se deben manejar estrategias que llamen la atención de las personas solteras a realizar actividades sin dejar a un lado las personas que se encuentran en una relación que pueden así mismo disfrutar de actividades que les permitan cuidar su cuerpo y compartir con nuevas personas</p>


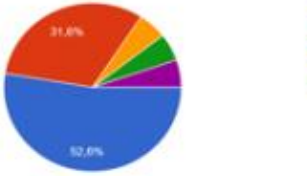
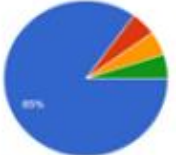
Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

<p>¿Haces parte de la comunidad LGBTQI+? 19 respuestas</p>  <p>94.7%</p> <ul style="list-style-type: none"> Si No 	<p>94,7% de los encuestados pertenecen a la comunidad LGBTQI+ siendo un resultado positivo para el proyecto de Negocio presentado, dado que el público objetivo está dirigido a este segmento de mercado y permitiendo a su vez conocer que necesidades tienen mediante este sondeo. 5.3% no es parte de la comunidad, sin embargo Free Fitness al ser un espacio diverso sería lugar abierto para todos.</p>
<p>En la escala de 1 a 5 que tan importante es para ti el cuidado físico y la salud mental: 20 respuestas</p>  <p>19 (95%)</p> <p>1 (5%)</p>	<p>Se considero pertinente preguntar a los encuestados que tan importante es cuidar de su salud física y mental, si bien después del COVID las personas tienden a prestar más atención a su salud, es importante validar por medio de este sondeo si el público objetivo para este modelo de negocio también está interesado en ello, por lo que de 20 encuestados 19 de ellos indicaron que es muy importante calificando con 5 su relevancia y 1 de ellos respondió que también es importante con un 4 en la escala de 1 a 5, lo que resulta positivo para esta investigación y segmentación de mercado</p>
<p>¿Cuánto tiempo dedicas o estás dispuesto a dedicar a la actividad física? 20 respuestas</p>  <ul style="list-style-type: none"> De 1 a 3 días a la semana De 3 a 5 días a la semana De 5 a 6 días a la semana Si 	<p>Otra pregunta que resulto pertinente para el desarrollo de este sondeo conocer la disposición que tienen los encuestados en dedicar tiempo a la actividad física, encontrando como resultado que en su mayoría son personas que buscan más actividad o que se mantienen muy activas durante la semana, esto se justifica dado que el 40% de los encuestados están dispuestos a dedicar de 3 a 5 días de entrenamiento, 30% de 5 a 6 días, el 25% de 1 a 3 días y el 5% restante no confirman la cantidad de días pero si están dispuestos. Teniendo así un 100% de respuestas positivas.</p>

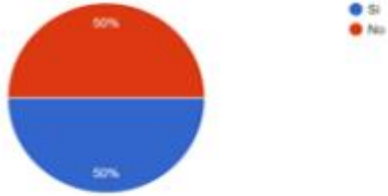
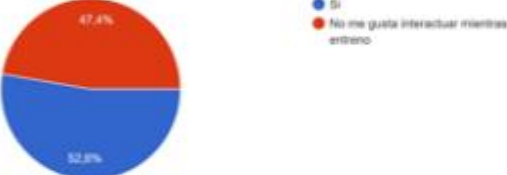
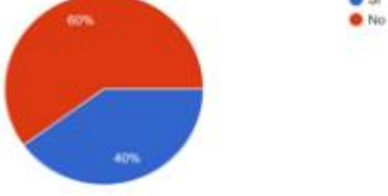
Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

<p>¿Crees que los conocimientos en nutrición son un factor importante para tu salud? 19 respuestas</p>  <p>● Si ● No</p>	<p>Si bien, el entreno y la nutrición van de la mano, para algunas personas resulta no tan importante tener conocimientos de nutrición, sin embargo este tema ha tenido mas acogida en la sociedad, donde las personas cada vez se encuentran más interesadas en saber como se alimentan y saber que ingredientes contienen los alimentos que adquieren, para esta pregunta el 100% de los encuestados mostraron interés por tener mas conocimientos relacionados con la nutrición que es otro pilar de el proyecto Free Fitness</p>
<p>Para entrenar prefieres: 19 respuestas</p>  <p>● Máquinas ● Entrenamiento Funcional ● HIT ● Híbrido ● No sé</p>	<p>En el sondeo se considero importante conocer la modalidad en entreno de los encuestados, lo que brindaria una idea de inversión en máquinas, personal de entrenamiento e intereses de los encuestados. Por lo anterior 52,6% prefieren entrenar con máquinas, 31,6% busca entrenamiento funcional, 5,3% Hit, 5,3 Híbrido y 5,3% desconoce cuál podría llamar más su atención. Por lo anterior se deben buscar métodos muy integrales donde haya diferentes alternativas para los usuarios</p>
<p>¿Consideras que lo gimasios deberían incluir opciones de atención a la salud mental? ¿Por qué? 20 respuestas</p>  <p>● Si ● No ● Hacer ejercicio es trabajar la salud mental, podría estar bien tener coaches o entrenadores que tengan estudios sobre enfocados en ese tema ● Porque mas allá del cuidado físico, para poder tener un equilibrio total necesitamos tener salud mental al tiempo</p>	<p>Aunque esta comprobado que entrenar aumenta niveles de endorfinas y ayuda a las personas a disminuir estrés, ansiedad y depresión es importante no dejar de lado la salud directa con un profesional que pueda guiar a personas en sus procesos psicológicos y emocionales, es por esto que Free Fitness es un proyecto que esta interesado en la salud mental de sus usuarios por lo que resulta pertinente validar con los encuestados si consideran que este tipo de ayuda profesional les resultaría atractivo. El 85% de los encuestados respondió que si. Algunos de ellos expresaron la importancia de el equilibrio mental y físico.</p>

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

<p>¿Disfrutas de las actividades grupales en los gimnasios? 20 respuestas</p>  <p>50% Si 50% No</p>	<p>Para el desarrollo y planeación de actividades que permitan tener la diferenciación con la competencia, es oportuno realizar una validación para conocer si los usuarios disfrutan de actividades grupales o individuales, teniendo como resultado un 50% - 50%. Este resultado permite al proyecto la planeación de actividades estratégicas para integrar y llegar al gusto de cada uno los usuarios</p>
<p>¿Te llama la atención entrenar mientras compites por medio de video juegos? 19 respuestas</p>  <p>52.6% Si 47.4% No me gusta interactuar mientras entreno</p>	<p>Una forma de innovar en Free Fitness es realizar competencias por medio de videojuegos y el entreno, por lo que se quiso analizar con esta pregunta es la aceptación de este tipo de entreno, encontrando que el 52,6% de los encuestados estarían interesados en conocer esta modalidad de entreno y el 47,4% no tiene interés en la interacción mientras realizan sus entrenamientos</p>
<p>¿En la actualidad estas pagando una mensualidad en algún gimnasio? 20 respuestas</p>  <p>60% Si 40% No</p>	<p>Para tener una visión mas clara de las personas que ya se encuentran activas con alguna membresia encontramos que el 60% paga ya una mensualidad y el 40% aun no está inscrito a ningún gimnasio</p>

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTIQ+ EN BOGOTÁ.

<p>¿Estarías dispuesto a pagar por una nueva experiencia de estilo de vida saludable dirigido específicamente a la comunidad LGBTI+? 23 respuestas</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Si</td> <td>94.4%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>4.3%</td> </tr> <tr> <td>Opción 1</td> <td>1.3%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Porcentaje	Si	94.4%	No	4.3%	Opción 1	1.3%	<p>Teniendo en cuenta que el 94,4% de los encuestados pertenecen a la comunidad LGBTI+, 95% de los encuestados se mostró interesado en pertenecer a Free Fitness lo que da respuesta positiva a la hipótesis inicial de si el producto/servicio se va a comprar</p>																						
Respuesta	Porcentaje																														
Si	94.4%																														
No	4.3%																														
Opción 1	1.3%																														
<p>¿Cuánto estarías dispuesto a pagar mensualmente ? 20 respuestas</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Rango de Pago</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>\$60.000 - 80.000</td> <td>65%</td> </tr> <tr> <td>\$90.000 - 100.000</td> <td>30%</td> </tr> <tr> <td>No estoy interesado</td> <td>5%</td> </tr> </tbody> </table>	Rango de Pago	Porcentaje	\$60.000 - 80.000	65%	\$90.000 - 100.000	30%	No estoy interesado	5%	<p>Referente a los costos que estarían dispuestos a pagar 65% respondió que entre \$60.000 a \$80.000, 30% \$90.000 – \$100.000 y el 5% no se encuentra interesado</p>																						
Rango de Pago	Porcentaje																														
\$60.000 - 80.000	65%																														
\$90.000 - 100.000	30%																														
No estoy interesado	5%																														
<p>¿Consideras que los gimnasios existentes son heteronormativos ? 23 respuestas</p>  <table border="1"> <thead> <tr> <th>Respuesta</th> <th>Cantidad</th> <th>Porcentaje</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Opción 1</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>Si</td> <td>10</td> <td>83%</td> </tr> <tr> <td>No</td> <td>2</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Si, demasiado</td> <td>1</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Si</td> <td>2</td> <td>10%</td> </tr> <tr> <td>Si, quizás</td> <td>1</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Totalmente</td> <td>1</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Si en general</td> <td>1</td> <td>5%</td> </tr> <tr> <td>Muchísimo</td> <td>1</td> <td>5%</td> </tr> </tbody> </table>	Respuesta	Cantidad	Porcentaje	Opción 1	0	0%	Si	10	83%	No	2	10%	Si, demasiado	1	5%	Si	2	10%	Si, quizás	1	5%	Totalmente	1	5%	Si en general	1	5%	Muchísimo	1	5%	<p>Con la finalidad de conocer un poco más las experiencias de la comunidad LGBTI+, el 83% de los encuestados sienten que los gimnasios actuales son heteronormativos, el 10% considera que no y el 5% no sabe no responde, lo que permite esta pregunta conocer es la necesidad de tener espacios como estos más diversos</p>
Respuesta	Cantidad	Porcentaje																													
Opción 1	0	0%																													
Si	10	83%																													
No	2	10%																													
Si, demasiado	1	5%																													
Si	2	10%																													
Si, quizás	1	5%																													
Totalmente	1	5%																													
Si en general	1	5%																													
Muchísimo	1	5%																													

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Dolores del nicho

¿Qué te gustaría que tuviera un gimnasio LGBTI+?
Más allá de tener actividades diferentes a los gimnasios tradicionales, se trata de promover un espacio más diverso donde las personas pueden entrenar con lo que deseen independientemente del género. Normalmente en los gimnasios hay máquinas para hombres y mujeres. Lo ideal, sería que todas las personas pudieran usar cualquier máquina y trabajar su cuerpo de acuerdo a su expresión de género y a su identidad misma. No necesariamente los hombres solo quieren tener espalda y brazos marcados y no necesariamente las mujeres solo quieren entrenar piernas. Debe ser un espacio en el que se reconozca que cada quien es libre de entrenar su cuerpo de acuerdo a su identidad que no necesariamente corresponde a su sexo: M y F.
Más apoyo y seguimiento
Charlas informativas sobre prevención de enfermedades, también sería genial poder tener espacios de conocimiento ya que muchas personas de la comunidad no tienen claro todas las inclinaciones sexuales existentes.
Planes de nutrición especializados para una persona trans
Baños inclusivos.
No me molestan los convencionales
Si
actividades integrales.
Horarios extendidos o en horarios 24/7
Más que cualquier máquina o demás un espacio muy seguro, baños seguros, personal seguro que no ponga en riesgo la integridad de ninguno de nosotros ya después de eso las cosas dejan un plus
Jamás había pensando en esto
Educación en salud mental, sociedad
Baños mixtos, más diversidad, menos acoso
Más acompañamiento
Psicólogos
Piscinas, turcos, saunas
Respeto entre todos
Si
Baños mixtos, charlas de concienciación lgtiniq+
Si

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

¿Te sientes cómodo con las opciones actuales de gimnasios ?
No es cómodo que en el momento del registro solo tengan dos opciones para identificar tu género que son hombre o mujer. Eso quiere decir que sus entrenamientos dependen de si eres hombre o mujer, y eso - a su vez- quiere decir que se estan diseñando plane de entrenamiento para mujeres tradicionales y hombres tradicionales y no se ha pensado en mujeres que probablemente quieren entrenar su cuerpo de una forma diferente a lo tradicional u hombres que también quieren trabajar en otras partes de su cuerpo. Tampoco se esta pensando en personas no binarias que hoy en día ya son reconocidas legalmente y que muy probablemente se salen de los esquemas en los que entrenan hombres y mujeres. En conclusión no piensan en las diferentes expresiones de género que existen. Eso perpetúa los roles de género y fortalece ideas de que "hay cosas para mujeres" y "hay cosas para hombres", lo cual se ha ido desvirtuando en todos los campos y contextos contemporáneos
No
No
No
En la parte del entrenamiento no me incomoda para nada, es el tema de los baños el que más me incomoda.
Si
Si
No
Si
No mucho
Normal
No
Si
Un poco
No
No
No lo sé

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

¿Cuál es la razón principal por la que no te sientes cómodo de ir a los gimnasios existentes?
Perpetúan la idea de que tu cuerpo solo puede verse como el de un hombre o como el de una mujer. Promover el binarismo es un acto de discriminación con las personas no binarias, con las personas intersexuales, e incluso con las mujeres y hombres que no necesariamente quieren seguir un plan de entrenamiento enfocado en trabajar los músculos que tradicionalmente trabajan los hombres (espalda y brazos) y las mujeres (piernas)
No hay apoyo y seguimiento como tal
La única razón por la cual no me siento cómodo en un gimnasio convencional es el uso del baño, ya que he tenido que escuchar varios comentarios negativos hacia las personas transgénero.
No me gusta porque juzgan demasiado los cuerpos
Baños
NA
NA
Siento que son demasiado llenos
Quizas por como te ven los demas o lo inconforme que te crees ver con tu cuerpo
Detesto las miradas de los hombres, mucho acoso y morbosidad
.
Son muy llenos
Me siento cómoda
Los baños y demas
Por que no ahí buena atención
La gente es muy odiosa y competitiva
Acoso

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Preguntas a aliados clave

Validación de las hipótesis a grupos de interés		
Area <input type="checkbox"/>	Nombre <input type="checkbox"/>	Contenido <input type="checkbox"/>
Experto técnico	Marleyn Suarez Nutrucinista, entrenadora Entrenador Jhon,	Min: 00:10 a 7:50/Min: 7:50 a 11:55 Link en anexos
Aliado clave	Alejandra Huertas Psicóloga	Documento entregable. Tabla 1
Empresario	Jaime Rodriguez Emprendero dueño de gimnasio	Documento entregable. Tabla 2
Empresario	Aura Gerente Bodytech Sede Suba	Min: 11:55 a 20:40 Link en anexos
Experto en Sostenibilidad	Ivan Danilo Donato Hombre Trans, Activista de D.D.HH	Min: 20:41 a 30:12 Link en anexos
clientes potenciales	Madison Carda (Turista)	Documento entregable. Tabla 3

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Preguntas a Aliado Clave, Alejandra Huertas, psicóloga.

Preguntas Aliado Clave Alejandra Huertas Psicóloga	Respuestas
¿Ha notado usted algún impacto o cambio en la industria fitness después de la pandemia?	Sí, evidentemente después de la pandemia la industria Fitness tuvo un incremento generando un impacto social en el cual los gimnasios aumentaron sus clientes, bien sea por estado físico, mejorar su estado de salud para prevenir enfermedades, por salud mental entre otros... Se evidenció una promoción y prevención tanto de hábitos, como de la importancia de hacer ejercicio debido a todas las consecuencias de la pandemia.
¿Como psicóloga, considera usted que el ejercicio es terapia o cree que el acompañamiento de un profesional debe estar presente? ¿Por qué?	Hoy en día es muy común escuchar frases como "el ejercicio terapéutico, considero desde mi punto de vista profesional que el ejercicio es un complemento para que nuestro cuerpo tenga una mejor liberación de hormonas, oxigenación y por ende genera un importante aporte a la salud mental, más sin embargo no sólo debemos ejercitar nuestro cuerpo sino también nuestra mente por lo cual considero importante asistir a terapia con y complementarlo con con ejercicio y buenos hábitos para que nuestro cuerpo y nuestra mente estén balanceados.
¿Ha notado algún cambio en el interés de las personas por acudir a un psicólogo y cuidar de su salud mental?	Sí, gracias a la prevención y promoción de campañas frente al cuidado de salud mental hemos evidenciado las personas en general sin importar su estrato económico, sus creencias, su sexualidad están mucho más abiertos a la consulta psicológica las entidades han promovido la asistencia terapias a cualquier cosa que pueda desestabilizar a sus trabajadores y familiares.
¿Cree usted que un espacio diverso permite a las personas ser ellas mismas sin prejuicios?	Son muy pocos los espacios diversos fuera de fiestas o sectores inclusivos y considero que no ya que al tener que estar en espacios aislados no se permite ser ellos mismos dentro de la sociedad.
Cuál es su opinión frente a tener más seguimiento o espacio a la salud mental en la industria fitness	Es importante que le demos seguimiento a todos los relacionado con salud mental ya que esto nos va a permitir tener un mejor estilo de vida prevenir en enfermedades y tener una mejor calidad de vida, a pesar de que las instituciones de salud manejan largos plazos para las citas y seguimientos es importante dar un seguimiento continuo.

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Preguntas del empresario Jaime Rodríguez.

Preguntas Empresario Jaime Rodriguez	Respuestas
¿Ha notado usted algún impacto o cambio en la industria fitness después de la pandemia?	las personas se han concentrado más en hacer ejercicio para mejorar su salud.
¿Cuál es el reto más grande e inesperado al que se ha visto enfrentado como empresario en la industria fitness?	en la pandemia fue el reto más grande, primero gracias a Dios por sobrevivir muchos negocios se quebraron pudimos pasar la pandemia con mucho esfuerzo
¿Ha recibido apoyo por parte del gobierno para el desarrollo de este emprendimiento? De ser así cual y si no, cuál es su opinión frente al apoyo del gobierno a los emprendedores.	El gobierno en ves de colaborar nos perjudicó al gremio de los gimnasios no dejar trabajar y los impuestos si no fallaron, nos tocó trabajar a puerta cerrada para poder sobrevivir.
¿Ha notado usted que el nicho de mercado está en algún rango de edades? ¿Cuales?	Rango de edades entre 15 a 40 años son las personas que las hacen deporte.
¿El flujo de caja es positivo mensualmente?	El flujo de caja relativamente hay meses que suben los usuarios y otros meses se bajan.
¿Qué es lo que menos genera rentabilidad de este modelo de negocio?	Las máquinas porque son muy costosas y hay veces los repuestos se demoran en llegar, y los usuarios no las cuidan.
¿Hay temporadas del año que impactan más el flujo de caja que otras?	La vacaciones de los colegios, semana santa, puentes festivos y fin de año.

Fuente: Propia

Preguntas Madison Carden Turista

Preguntas Cliente Potencia Madison Carden	Respuestas
Have you noticed any impact or change in the fitness industry after the pandemic?	Now that the pandemic is over, I have noticed gyms are back to normal capacity. I did switch gyms after the pandemic because I moved, but it seems to be about as busy as the other one.
Do you think that exercise should be more important in people's lives?	Yes, I think people should take time to exercise and more than just walking. I recently went to the doctor and they mentioned how important cardio can help with your heart and lungs because of the increased breathing and heart rate. Also, sedentary jobs without exercise are considered just as bad as someone who smokes.
What do you think about a diverse and inclusive gym?	I like the idea of this type of gym. As a trans person, who still mostly looks like my assigned sex at birth, having a place with either gender neutral bathrooms or a place where I'm welcomed regardless would make going to the gym less stressful. That's really the only thing that I worry about when I'm at a normal gym.
Do you think that gyms should give more importance to mental health?	They can incorporate the discussion with their exercise options since exercise is good for mental health. Also encouraging people of all sizes to do their best, rather than focusing on a certain appearance would be good.
What would you like an LGBTI+ gym to have?	Gender neutral changing places/bathrooms is the most important thing. Otherwise, having similar amenities of a standard gym is useful. Maybe different classes offered depending on your desired results, so trans men and women feel comfortable going to classes.
What would change from the current model of gyms?	Mostly the options of gender neutral areas. My current gym has one bathroom that is gender neutral, but the locker rooms are gender specific.

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Anexo 6. Cotización Mercadeo



COTIZACIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING (2026–2030)

Cliente: Free Fitness Social Club

Fecha de emisión: Enero 2025

Duración del servicio: 5 años (2026 - 2030)

<p>Año 2026 – Posicionamiento inicial de marca</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identidad visual de marca • Publicidad mensual en redes sociales • Evento de inauguración con influencers 	<p>Total inversión: \$45.000.000</p>
<p>Año 2027 – Fidelización de comunidad</p> <ul style="list-style-type: none"> • App gamificada • Eventos temáticos y clases inclusivas • Programa de referidos 	<p>Total inversión: \$38.500.000</p>
<p>Año 2028 – Fortalecimiento de marca</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campaña 'Historias de Transformación' • Participación en eventos LGBTQI+ • Publicidad digital 	<p>Total inversión: \$30.000.000</p>
<p>Año 2029 – Expansión digital</p> <ul style="list-style-type: none"> • Campaña 'Entrena más, disfruta más' • Club VIP Free Fitness • Alianzas estratégicas 	<p>Total inversión: \$10.000.000</p>
<p>Año 2030 – Consolidación de marca</p> <ul style="list-style-type: none"> • Línea de ropa deportiva sostenible • Embajadores de marca • Festival inclusivo en Bogotá 	<p>Total inversión: \$23.000.000</p>

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Términos y Condiciones

1. **Forma de Pago:** El pago se efectuará mediante tarjeta.
2. **Plazos de Pago:** El pago deberá realizarse en los plazos definidos por Free Fitness Social Club y Spaarkad.
3. **Modificaciones:** Cualquier modificación en el alcance del proyecto deberá ser acordada por ambas partes y podrá implicar un ajuste en el costo.
4. **Confidencialidad:** Toda la información proporcionada será tratada con la máxima confidencialidad.

Inversión Total del Proyecto (5 años)

\$146.500.000 COP



Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Anexo 7. Fichas Técnicas

Servicio	Descripción	Duración	Precio	Modalidad
Clases de Rumba	Sesión grupal de baile fitness con instructores motivadores.	45 min	\$50,000 COP	Presencial
<i>Boxing/Combat</i>	Entrenamiento aeróbico inspirado en el boxeo y las artes marciales.	45 min	\$50,000 COP	Presencial
Pilates	Clase enfocada en flexibilidad, fuerza y estabilidad corporal.	50 min	\$50,000 COP	Presencial
<i>Cycling</i>	Entrenamiento en bicicleta estática con intensidad variable.	45 min	\$50,000 COP	Presencial
<i>Running</i> Nocturno	Carrera grupal nocturna (6-10 km) en rutas urbanas.	60 min	\$50,000 COP	Presencial
Clases de grupos musculares	Sesión específica para fortalecer grupos musculares como piernas, core o espalda.	45 min	\$50,000 COP	Presencial
Entrenamiento con Realidad Virtual	Sesión interactiva con gafas de realidad virtual.	40 min	\$50,000 COP	Virtual/Gamificado
<i>Ring Fit</i> Adventure	Entrenamiento con Nintendo <i>Switch</i> , combinando videojuegos y actividad	45 min	\$50,000 COP	Virtual/Gamificado
<i>Zombies</i> Run Fitness	Sesión de running gamificado con historia interactiva de supervivencia zombi.	45 min	\$50,000 COP	Virtual/Gamificado
<i>Bit</i> Gimnasio	Simulación de paisajes interactivos para entrenamiento inmersivo.	40 min	\$50,000 COP	Virtual/Gamificado

Fuente: Propia

Ficha Técnica de Servicios de Salud Mental y Nutrición

Servicio	Descripción	Duración	Precio	Modalidad
Terapia psicológica individual	Sesiones con profesionales en salud mental para mejorar el bienestar emocional.	60 min	\$100,000 COP	Presencial/Virtual
Mindfulness y relajación	Sesiones de meditación y control del estrés.	45 min	\$50,000 COP	Presencial
Acompañamiento para personas trans y binarias	Espacio de apoyo psicológico especializado en transición de género.	60 min	\$100,000 COP	Presencial/Virtual
Asesoría Nutricional	Evaluación nutricional y planificación de alimentación para mejorar rendimiento y bienestar.	60 min	\$80,000 COP	Presencial/Virtual

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Ficha Técnica de Ropa y Accesorios Deportivos

Elemento	Descripción
Nombre del Producto	Línea de ropa deportiva sostenible y accesorios fitness de Free Fitness Social Club
Descripción General	Indumentaria y accesorios diseñados para ofrecer comodidad, rendimiento y un impacto ambiental positivo.
Objetivo	Brindar ropa deportiva de alta calidad que refuerce la identidad de marca y promueva prácticas sostenibles.
Tipos de productos	Camisetas dry-fit, leggings, shorts, tops deportivos, sudaderas, guantes fitness, bandas elásticas, botellas reutilizables.
Materiales	Telas transpirables y ecológicas, materiales reciclados en accesorios.
Tallas disponibles	XS - S - M - L - XL - XXL
Precio Promedio	Ropa deportiva: Desde \$80,000 COP
	Accesorios fitness: Desde \$50,000 COP
Modalidad de Venta	Venta presencial en la sede y futura plataforma de comercio electrónico.
Público Objetivo	Comunidad LGBTQI+ y deportistas en general que buscan moda fitness con impacto sostenible.
Ubicación	Tienda dentro del gimnasio.
Beneficios	Refuerzo de la identidad de marca. Alternativa sostenible en la moda deportiva. Accesibilidad para usuarios dentro del gimnasio.

Ficha Técnica de Suplementos Deportivos

Elemento	Descripción
Nombre del Producto	Suplementos deportivos disponibles en Free Fitness Social Club
Descripción General	Línea de suplementos para mejorar el rendimiento físico y optimizar la recuperación post-entrenamiento.
Objetivo	Facilitar a los usuarios el acceso a productos de nutrición deportiva dentro del gimnasio.
Tipos de productos	Proteína en polvo, aminoácidos (BCAA), creatina, pre-entrenos, barras energéticas, bebidas isotónicas.
Ingredientes Principales	Proteína de suero, caseína, cafeína, electrolitos, vitaminas.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Presentaciones	Botes de 500 g - 1 kg - 2 kg / barras de 50 g - 100 g / bebidas de 500 ml.
Precio Promedio	Proteína en polvo: Desde \$90,000 COP
	Aminoácidos y creatina: Desde \$70,000 COP
	Bebidas isotónicas y barras: Desde \$20,000 COP
Modalidad de Venta	Venta en tienda dentro del gimnasio.
Público Objetivo	Deportistas, usuarios de Free Fitness Social Club que buscan mejorar su nutrición y recuperación.
Ubicación	Tienda dentro del gimnasio, cerca del área de entrenamiento.
Beneficios	Comodidad de compra dentro del gimnasio. Productos avalados por nutricionistas deportivos. Apoyo a la recuperación y rendimiento físico.

Fuente: Propia

Ficha Técnica de Tecnología e Innovación en Free Fitness Social Club

Elemento	Descripción
Nombre del Servicio	Tecnología e Innovación en Free Fitness Social Club
Descripción General	Integración de herramientas tecnológicas y <i>gamificación</i> para optimizar la experiencia de entrenamiento y mejorar la interacción con los usuarios.
Objetivo	Transformar la actividad física en una experiencia interactiva y personalizada a través de la realidad virtual, videojuegos, fitness y plataformas digitales.
Tipos de tecnología	Realidad Virtual (VR): Entrenamientos inmersivos con gafas VR.
	<i>Gamificación</i> : Videojuegos fitness (Ring Fit Adventure Y Zombies Run Fitness).
	Aplicación móvil: Plataforma para reservas, seguimiento de entrenamientos y métricas de progreso.
	Wearables y sensores: Integración de dispositivos inteligentes para monitoreo de actividad.
Beneficios	Motivación a través del entretenimiento interactivo.
	Mayor personalización en los entrenamientos.
	Seguimiento detallado del rendimiento y progreso físico.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

	Diferenciación en el mercado fitness con un enfoque innovador.
Público Objetivo	Comunidad LGBTQI+ y entusiastas del fitness que buscan entrenamientos modernos e interactivos.
Ubicación	Sede principal de Free Fitness Social Club en Bogotá y plataforma digital para experiencias virtuales.

Fuente: Propia

Anexo 8. Descripción proceso de prestación de servicios

Proceso para clases grupales (ejemplo: cycling, boxing, pilates, etc.)
Duración total: 60 minutos. Aplica para: Clases grupales, presenciales y virtuales. No aplica para: Servicios personalizados ni sesiones individuales. Paso 1 - Reserva de la clase (5 min) o en su defecto entrada libre si el aforo lo permite. El usuario reserva su clase a través de la app o en recepción. Paso 2 - Registro y preparación (10 min) El usuario llega al gimnasio, valida su asistencia y se prepara (cambio de ropa, hidratación). Paso 3 - Inicio de la sesión (40 min) El entrenador guía la clase según el tipo de entrenamiento. Paso 4 - Cierre y <i>feedback</i> (5 min) El instructor ofrece retroalimentación y recomendaciones post-clase.

Fuente: Propia

Proceso para entrenamiento personalizado
Duración total: 75 minutos Aplica para: Usuarios que contratan un entrenador personal No aplica para: Clases grupales o acceso general sin entrenador. Paso 1 - agendamiento de sesión (5 min) El usuario coordina una cita con el entrenador disponible. Paso 2 - Evaluación inicial (10 min) El entrenador revisa los objetivos del usuario y ajusta el plan. Paso 3 - Desarrollo del entrenamiento (50 min) Ejercicios guiados con corrección de técnica y ajustes. Paso 4 - Recuperación y <i>feedback</i> (10 min) El entrenador da indicaciones post-entrenamiento y recomendaciones de recuperación.

Fuente: Propia

Proceso para consulta psicológica
Duración total: 60 minutos Aplica para: Usuarios que contratan sesiones con un especialista en salud mental. No aplica para: Usuarios que solo acceden a entrenamientos físicos. Paso 1 - agendamiento de cita (5 min) El usuario agenda la sesión mediante la plataforma digital o en la recepción. Paso 2 - Evaluación inicial (15 min) Se identifican necesidades emocionales y objetivos del usuario. Paso 3 - Desarrollo de la sesión (35 min) Se aplican estrategias según el caso del usuario (mindfulness, gestión del estrés, terapia emocional, etc.). Paso 4 - Cierre y seguimiento (5 min) El psicólogo entrega recomendaciones y plan de seguimiento.

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Proceso para acceso a equipos de realidad virtual y *gamificación*

Duración total: 45 minutos

Aplica para: Usuarios que usan el área de VR o *gamificación*.

No aplica para: Clases tradicionales ni entrenamientos con pesas.

Paso 1 - Reserva del espacio y equipo (5 min)

El usuario selecciona la experiencia VR o el videojuego de entrenamiento.

Paso 2 - Configuración del sistema y adaptación (10 min)

El instructor ajusta los sensores, gafas y demás configuraciones.

Paso 3 - Sesión de entrenamiento gamificado (30 min)

El usuario realiza la sesión interactiva con objetivos personalizados.

Paso 4 - *Feedback* y cierre (5 min)

El instructor revisa el desempeño y da recomendaciones.

Fuente: Propia

Proceso para compra de ropa y accesorios deportivos

Duración total: 10-15 minutos

Aplica para: Usuarios que compran productos en el gimnasio.

No aplica para: Usuarios que solo acceden a entrenamientos sin compras.

Paso 1 - Selección de productos (5 min)

El usuario elige prendas y accesorios en la tienda física o digital.

Paso 2 - Prueba y ajuste (5 min) [opcional]

Si es ropa, el usuario puede probarse las prendas antes de comprar.

Paso 3 - Pago y facturación (5 min)

Se efectúa el pago y se entrega la factura.

Paso 4 - Entrega del producto (Instantáneo)

El usuario recibe su compra y puede usarla inmediatamente.

Fuente: Propia

Proceso para compra y consumo de suplementos

Duración total: 5-10 minutos

Aplica para: Usuarios que adquieren suplementos en el gimnasio.

No aplica para: Usuarios que no consumen suplementos o no compran en el establecimiento.

Paso 1 - Selección del suplemento (5 min)

El usuario elige el producto según su objetivo (proteína, BCAA, creatina, etc.).

Paso 2 - Asesoría nutricional (Opcional - 5 min)

Si el usuario lo desea, un especialista le da recomendaciones sobre su consumo.

Paso 3 - Pago y facturación (5 min)

Se efectúa el pago y se entrega la factura.

Paso 4 - Consumo del producto (según indicaciones)

El usuario puede consumirlo en el gimnasio o llevarlo a casa.

Fuente: Propia

Proceso para consulta nutricional

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Duración total: 60 minutos
Aplica para: Usuarios que contratan una consulta con el nutricionista.
No aplica para: Usuarios que solo reciben recomendaciones generales en entrenamientos.
Paso 1 - agendamiento de cita (5 min)
El usuario agenda la consulta a través de la app o en recepción.
Paso 2 - Evaluación del usuario (20 min)
Se analiza historial clínico, hábitos alimenticios y objetivos.
Paso 3 - Elaboración del plan nutricional (30 min)
El nutricionista diseña un plan alimenticio personalizado.
Paso 4 - Entrega y seguimiento (5 min)
Se entrega el plan y se agenda un control para evaluación futura.

Fuente: Propia

Proceso para la comercialización de suplementos

Duración total: 5-10 minutos
Aplica para: Usuarios que adquieren suplementos en el gimnasio.
No aplica para: Usuarios que no consumen suplementos o no compran en el establecimiento.
Paso 1 - Selección del suplemento (5 min)
El usuario elige el producto según su objetivo (proteína, BCAA, creatina, etc.).
Paso 2 - Asesoría nutricional (Opcional - 5 min)
Si el usuario lo desea, un especialista le da recomendaciones sobre su consumo.
Paso 3 - Pago y facturación (5 min)
Se efectúa el pago y se entrega la factura.
Paso 4 - Consumo del producto (según indicaciones)
El usuario puede consumirlo en el gimnasio o llevarlo a casa.

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Anexo 92. Modelo operativo

Personal permanente y personal según demanda

Horarios		Personal permanente
Lunes	5:30 am - 10:30 pm	Entrenadores generales Entrenadores personalizados Nutricionista Psicólogo Fisioterapeuta
Martes	5:30 am - 10:30 pm	Entrenadores generales Entrenadores personalizados Yoga
Miércoles	5:30 am - 10:30 pm	Entrenadores generales Entrenadores personalizados Nutricionista Psicólogo Fisioterapeuta
Jueves	5:30 am - 10:30 pm	Entrenadores generales Entrenadores personalizados Yoga
Viernes	5:30 am - 10:30 pm	Entrenadores generales Entrenadores personalizados Nutricionista Psicólogo Fisioterapeuta
Sábado	7:00 am -6:00 pm	Entrenadores generales Entrenadores personalizados
Domingo	7:00 am - 6:00 pm	Entrenadores generales Entrenadores personalizados

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Anexo 10. Presupuesto Equipos y maquinaria

Categoría	Elementos	Precio por unidad	Cantidades Requeridas	Precio total	Proveedor
Cardio	Caminadora	\$1,800,000	10	\$18,000,000	Alibaba
	Elíptica	\$1,200,000	10	\$12,000,000	Alibaba
	Bicicletas de cycling	\$2,575,000	10	\$25,750,000	Alibaba
Peso cuerpo completo	Máquina de musculación	\$1,450,000	4	\$5,800,000	Alibaba
	Barra de pesas	\$4,584,000	1	\$4,584,000	Alibaba
	Mancuernas 6 pares de 2kg, 5 kg, 10kg, 15kg, 20kg, 25kg, 30 kg, 30kg, 35kg, 40kg, 45kg, 50kg	\$5,950,460	1	\$5,950,460	Alibaba
	Discos de peso 10 de cada una. 5kg,10kg,15kg, 2kg, 5kg, 10kg, 15kg, 20kg, 25kg	\$6,242,000	1	\$6,242,000	Alibaba
	Bancas Medibles	\$210,000	3	\$630,000	Alibaba
	Máquina de pecho	\$1,660,558	2	\$3,321,116	Alibaba
Tren superior	Máquina de pecho inclinado	\$1,248,540	2	\$2,497,080	Alibaba
	Polea Alta	\$1,614,779	3	\$4,844,337	Alibaba
	Pull up machine	\$1,729,689	2	\$3,459,378	Alibaba
	Press de hombro	\$2,209,001	1	\$2,209,001	Alibaba
	Remo máquina	\$771,066	1	\$771,066	Alibaba
	Bicep machine	\$1,667,170	1	\$1,667,170	Alibaba
	Prensa pierna	\$1,917,246	3	\$5,751,738	Alibaba
Tren inferior	Extensión de piernas	\$1,888,070	3	\$5,664,210	Alibaba
	Máquina Hip Trust	\$1,229,538	1	\$1,229,538	Alibaba
	Máquina de aductores y abductores	\$2,000,604	2	\$4,001,208	Alibaba
	Curl de piernas acostado	\$1,732,208	1	\$1,732,208	Alibaba
	Gafas de realidad virtual	\$2,496,587	10	\$24,965,870	Alibaba
Entreno Gamificado	videojuegos (mensual)	\$100,000	5	\$500,000	Alibaba
	Trampolines	\$81,274	10	\$812,740	Alibaba


FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.


	Máquina de Boxeo	\$91,485	10	\$914,850	Alibaba
	colchonetas	\$39,386	50	\$1,969,300	Alibaba
Yoga				\$145,267,270	
Total					



Fuente: Propia

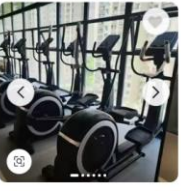
Anexo 11. Cotización Equipos y maquinaria



Cardio









 Lijujia Electric Foldable **Treadmill** 3.0hp Motorized Body Fit LED Screen Seni Cr Equipment Running Machine
COP 1,173,628.06-1,215,246.07
 Min. order: 15 pieces
 Zhejiang Lijujia Sports Equipment Company
 Verified  8 yrs  **5.0/5.0** (4 reviews)



YL-CT03 Bravo Lider Equipamento De Ginastica Fitness Comercial Cross Trainer E Maquina **Elíptica**
COP 1,327,614.72-1,743,794.88
 Min. order: 1 piece
 Easy Return
 Shandong Yongling Fitness Equipment Co., Ltd
  **5.0/5.0** (4 reviews)





 Wholesale Custom Logo Body Gym Indoor Exercise Spin Bicycle Smart Fit Fitness Magnetic Resistance **Spinning Bike** With Screen
COP 330,322.20-420,383.58
 Min. order: 1 piece
 Easy Return
 DISSOLVED FITNESS GROUP LTD.
 Verified  5 yrs  **4.8/5.0** (42 reviews)


Peso y cuerpo completos

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Multi Function Gym Smith Machine Multi Gym Equipment Functional Trainer and Smith Power Rack Fitness Gym Squat Rack

★★★★★ 5.0 (1,262) 2 sold

Shandong Lishang Fitness Technology Co., Ltd. Verified Custom manufacturer · 9 yrs · CN



2 - 19 pieces
COP 3,953,711.52

20 - 49 pieces
COP 3,745,621.44

50 - 99 pieces
COP 3,537,531.36

>= 100 pieces
COP 3,329,441.28

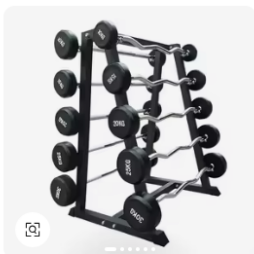
Variations

Total options: 1 Classified by Exerciser Number... Select:

Classified by Exerciser Number(1): 1

Function(1): Comprehensive Fitness Exercise

color(4)



US\$20 off shipping

Factory Manufacturer 10kg-50kg Fixed Rubber Barbell Sports Training Cheap Wholesale

COP 4,584.72

Min. order: 500 kilograms

Est. delivery by May 22

Easy Return

41 sold

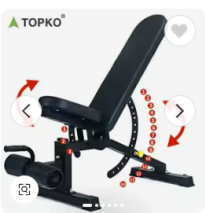
[Dingzhou Hongyu Technology Development Co., Ltd.](#)

5 yrs CN Supplier 5.0/5.0 (12 reviews) ✓

Add to cart

Chat now

Add to compare



TOPKO High Quality **Adjustable** Dumbbell Stool for **Bench** Weightlifting Fitness Equipment Sports Gym **Adjustable Bench**

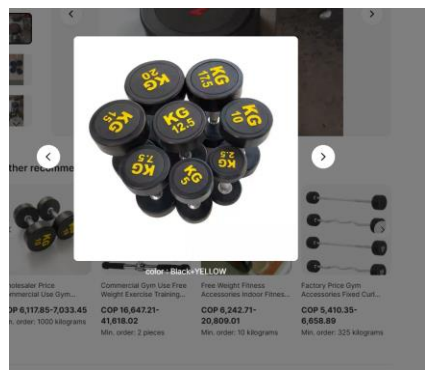
COP 209,962.90-275,844.22

Min. order: 100 pieces

250 sold

[Topko Product Group Ltd.](#)

Verified PRO 11 yrs CN Supplier 4.9/5.0 (281 reviews) ✓



Type(1): Dumbbell

Weight(1): 2.5-50KG

Type(1): Dumbbell

Shipping

Ocean+Truck US

Shipping fee: COP

Guaranteed delivery

4 interest-free payments

Protections for

Delivery via

Expect your dates or receive

Secure payments

Every payment

Item subtotal (1 variation 132 items) COP 928,415.40

Shipping total COP 5,022,045.99

Subtotal COP 5,950,461.39 (COP 45,079.25/kg)

Start order **Add to cart**

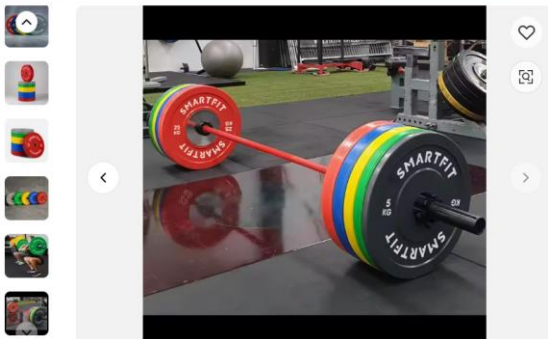
FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Sports & Entertainment > Fitness & Body Building > Strength Training > Free Weights

Smartfit Colored Rubber Bumper Plates Weight Lifting Plates Barbell Bumper Plates 5-20KG 10-55LB

No reviews yet · 500 sold · #10 Most popular in Bumper Plate

Smartfit Co., Ltd. · Verified Custom manufacturer · 20 yrs · CN



1000 - 9999 kilograms 10000 - 99999 kilograms

COP 6,242.71 **COP 5,618.44**

>= 100000 kilograms

COP 5,493.58

Variations

Selected options: **2 color; 1 Type; 9 Weight** [Edit selections](#)

color(5): Grey

Type(1): Weight Plate

Weight(9):

5kg 10kg 15KG 20kg 25KG 10lbs

20lbs +2

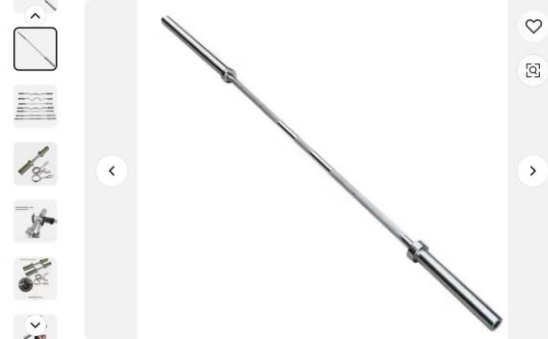
Shipping

Sports & Entertainment > Fitness & Body Building > Strength Training > Barbells

Wholesale Color Powerlifting Standard Barbell Bearing Pole Weightlifting Barbell Bar

No reviews yet · 1 sold · #15 Most popular in Barbells

Shijiazhuang Cening Trading Co., Ltd. · 2 yrs · CN



Alibaba Guaranteed

Order now for **US\$20 off shipping!**

Minimum order quantity: 2 pieces

COP 41,618.02-189,361.98

Sample price: COP 62,427.03 [Get sample](#)

Variations

Total options: **7 Color** [Select now](#)

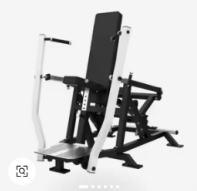
Color(7)

[Start order](#) [Add to cart](#) [Chat now](#)

4 interest-free payments with [Alipay](#) [PayPal](#) [Klarna](#)

Shipping

Tren Superior



US\$20 off shipping · €€

GF001 Plate Loaded Commercial Fitness Equipment Seated **Chest Press Strength Training Machine**

COP 1,660,558.84

Min. order: 1 piece

Est. delivery by May 22

3 sold

[Shandong Tianzhan Fitness Equipment Co., Ltd.](#)

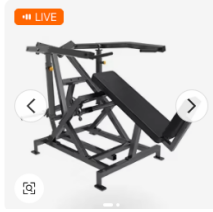
Verified ♥♥♥♥ 10 yrs CN Supplier **4.9/5.0** (6 reviews) v

[Add to cart](#)

[Chat now](#)

Add to compare

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.



Fitness Bodybuilding Gym Equipment Strength Training Plate Load Incline **Chest Press Machine**

COP 1,248,540.48-1,623,102.63

Min. order: 1 set
2 sold

[Shandong Land Fitness Tech Co., Ltd.](#)

Verified 11 yrs CN Supplier **4.5/5.0** (8 reviews) v

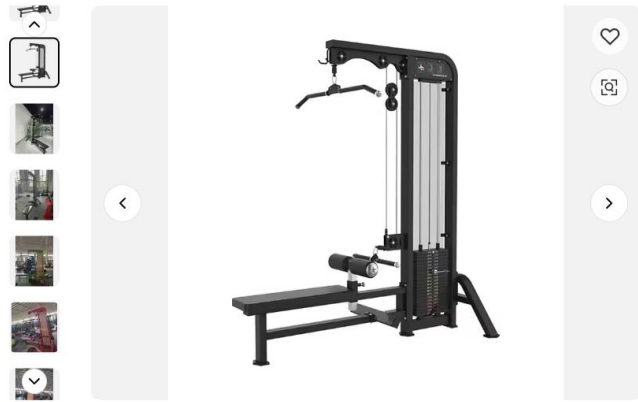
Chat now

Add to compare

Factory Low Price Commercial Gym Exercise Fitness Equipment Dual Function Exercise Lat Pull Down & Low Row Machine

No reviews yet · #18 Most popular in Pin Load Selection Machines

[Ningjin Yatong Machinery Plastic Co., Ltd.](#) · Verified Custom manufacturer · 1 yr · CN



Order now for **US\$20 off shipping!**

2 - 49 pieces
COP 1,614,779.03

50 - 99 pieces
COP 1,489,924.98

>= 100 pieces
COP 1,365,070.93

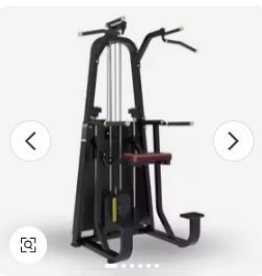
Sample price: COP 1,614,779.03

Variations

Total options: **1 color ; 2 Function .** \$

color(1): Black

Function(2)



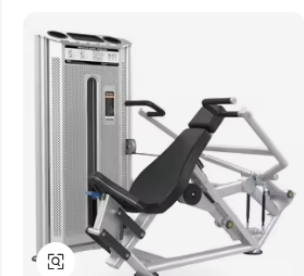
TOPTONS Best Gym **Machine** in China Commercial Pin Loaded Selection Dip/Chin Assisted Chin **Pull up Machine** for Body Building

COP 1,713,017.76-1,729,689.46

Min. order: 2 sets
Easy Return

[Dingzhou Zhongtengsubo Sporting Goods Co., Ltd.](#)

Verified **PRO** 6 yrs CN Supplier **4.9/5.0** (23 reviews) v



US\$20 off shipping

15001 **Shoulder Press**


COP 2,209,001.00

Min. order: 1 piece
Est. delivery by May 14

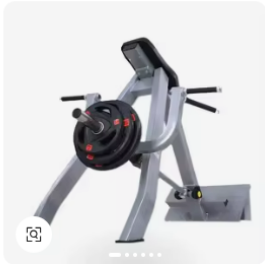
[Shandong United Factories Fitness Equipment Co., Ltd.](#)

1 yr CN Supplier **4.6/5.0** (7 reviews) v

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

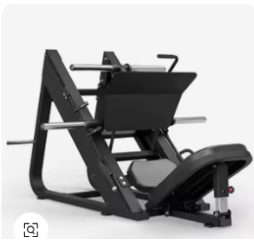


Shandong Fitness Equipment Factory Direct Commercial Fitness Equipment Gym Strength Loaded Seated **Biceps Machine**
COP 1,250,377.92-1,667,170.56
Min. order: 2 sets
Easy Return
[Shandong Lanbo Fitness Equipment Co., Ltd.](#)
Verified 8 yrs **CN Supplier** 5.0/5.0 (2 reviews) ✓

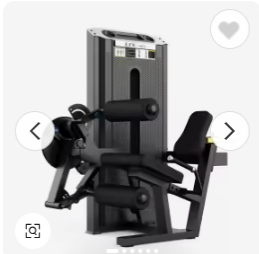


Hot Seller **Gym Equipment Rowing Machine Back Exercise T-bar Row**
COP 771,066.39-896,104.18
Min. order: 1 set
Easy Return
[Shandong Glory Fitness Equipment Co., Ltd.](#)
5 yrs **CN Supplier** 5.0/5.0 (1 review) ✓

Tren inferior






China Manufacturer Plate Loaded Commercial Gym Fitness Equipment Super Squat 45 Degree Leg **Press** for Leg Exercise
COP 1,917,246.15-2,313,199.16
Min. order: 2 sets
Easy Return
[Shandong Dgz Fitness Equipment Co., Ltd.](#)
5 yrs **CN Supplier** 5.0/5.0 (8 reviews) ✓



2024 New Model New Style Chinese Factory Direct Selling Double Functions Foe **Leg Exercise Leg Extension** and Curl
COP 1,888,070.66-1,958,925.41
Min. order: 1 piece
Easy Return
1 sold
[Shandong Lizhixing Fitness Technology Co., Ltd.](#)
Verified 9 yrs **CN Supplier** 4.6/5.0 (23 reviews) ✓

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

	<p>Glute Bridge Machine Gym Hip Lift Hip Thrust Plate Loaded Gym Fitness Equipment COP 1,083,660.87-1,229,538.29 Min. order: 1 piece Easy Return 22 sold Xuzhou Hongxing Gym Equipment Co., Ltd. 2 yrs CN Supplier 4.9/5.0 (5 reviews) ✓</p>	<p>Chat now <input type="checkbox"/> Add to compare</p>
	<p>DGZ New Design Pin Loaded Weight Cardio Gym Machine Hip Abductor and Adductor COP 1,875,566.88-2,000,604.68 Min. order: 2 sets Easy Return Shandong Dgz Fitness Equipment Co., Ltd. 5 yrs CN Supplier 5.0/5.0 (8 reviews) ✓</p>	<p>Chat now <input type="checkbox"/> Add to compare</p>
	<p>LongGlory Strength Fitness Gym Equipment Pin Loaded Lying Leg Training Horizontal Prone Leg Curl Machine COP 1,625,491.30-1,792,208.36 Min. order: 1 set 3 sold Qingdao Long Glory International Trading Co., Ltd. Verified 5 yrs CN Supplier 4.7/5.0 (32 reviews) ✓</p>	<p>Chat now <input type="checkbox"/> Add to compare</p>

Entrenamiento gamificado

	<p>Wellshow New Music Boxing Machine with Boxing Gloves Wall Mounted Smart Blue Tooth Game Workout Punching Pad for Adults COP 91,485.99-104,198.16 Min. order: 5 pieces 6 sold Yongkang Wellshow Sport Products Manufacturing Co., Ltd. Verified 9 yrs CN Supplier 4.9/5.0 (27 reviews) ✓</p>	<p>Chat now <input type="checkbox"/> Add to compare</p>
---	---	--

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Trampolines Sales Manufacturers Hot Sales Outdoor Indoor Adults Kids Single Bungee Jumping Fitness Mini **Trampoline** for Sale
COP 81,274.57-100,030.24
 Min. order: 1 piece
 Easy Return
 25 sold
[Shifang \(shandong\) International Trading Co., Ltd.](#)
 4 yrs CN Supplier 4.9/5.0 (8 reviews) ✓

Chat now
 Add to compare

DPVR E4 VR Headsets PC Gaming Virtual Reality Glasses Ar Mr Hardware & Software the Best PCVR for Gaming VR Cinema VR Box

No reviews yet - 1 sold - #9 Most popular in AR Hardware
[Lexiang Technology Co., Ltd.](#) - 3 yrs - CN

Order now for US\$20 off shipping!

Minimum order quantity: 1 piece
COP 2,496,587.92

Variations
 Selected options: 1 color; 1 model number [Edit selections](#)

color(1): Clear

model number(1)

Shipping
 Ocean + Deliver... [Alibaba.com Logistics](#) 38 more option(s) >

Sports & Entertainment > Fitness & Body Building > Yoga & Pilates > Yoga Mats

2" Thick Tri-Fold Folding Exercise Mat with Carrying Handles for MMA Gymnastics and Home Gym Protective Flooring

No reviews yet - 61 sold - #10 Hot selling in Yoga Mats

[Nantong Vigor Sport Goods Co., Ltd.](#) - **Verified** Multispecialty supplier - 7 yrs - CN

100 - 499 pieces
COP 39,386.91
 500 - 999 pieces
COP 36,886.15
 >= 1000 pieces
COP 34,802.19

Variations
 Total options: 2 Color .

Color(2)

Shipping

Lead time
 Order today for the quickest dispatch: w

Shipping fee and delivery date to be nego
 supplier now for more details.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Anexo 12. Referencias Ropa Deportiva

Elemento	Precio de compra (COP)	Cantidad de unidades	Presupuesto de inversión	Precio de venta (COP) sin IVA	Proveedor
Jogger	\$15.000	40	\$1.500.000	\$35.000	Plak-Het
Hoddie	\$23.000	40	\$920.000	\$45.000	Plak-Het
Medias deportivas	\$6.000	40	\$240.000	\$12.000	Plak-Het
Gorras	\$5.000	40	\$200.000	\$20.000	Plak-Het
Sudadera Hombre	\$38.000	40	\$1.520.000	\$75.000	Plak-Het
Sudadera mujer	\$38.000	40	\$1.520.000	\$75.000	Plak-Het
Total			\$5.900.000		

Fuente: Propia

Anexo 13. Cotización Plak-Het

COTIZACIÓN



Issued to: Lorent Carvajal
Due date: 01/20/2025



DESCRIPCIÓN	QTY	PRICE	SUBTOTAL
JOGGER	C/U	\$15.000	\$15.000
MEDIAS DEPORTIVAS	C/U	\$6.000	\$6.000
CAMISETAS	C/U	\$8.000	\$8.000
SUDADERA X 2 PIEZAS	C/U	\$38.000	\$38.000
HODDIES	C/U	\$23.000	\$23.000
GORRAS	C/U	\$6.000	\$6.000
BENNIES	C/U	\$6.000	\$6.000
		IVA	NA

Informació de pago

Jennifer Muñoz
Account No: 612 879 83869
Banco: Bancolombia

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Anexo14. Presupuesto inventario inicial de suplementación

Producto	Rango Precio Compra (COP)	Cantidad de unidades	Presupuesto de inversión	Rango precio de venta (COP) sin IVA	Proveedor
Proteína	\$150.000	22	\$3.300.000	\$150.000 - \$200.000	Proveedor Centro Bogotá.
Creatina	\$70.000	22	\$1.540.000	\$150.000 - \$200.000	Proveedor Centro Bogotá.
Barras de proteína	\$30.000	22	\$660.000	\$150.000 - \$200.000	Proveedor Centro Bogotá.
BCAA	\$100.000	22	\$2.200.000	\$150.000 - \$200.000	Proveedor Centro Bogotá.
Pre-entreno	\$120.000	22	\$2.640.000	\$150.000 - \$200.000	Proveedor Centro Bogotá.
Total			\$10.340.000		

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Anexo 15. Adecuaciones y otros activos presupuestarios

Ítem	Cantidad Estimada	Costo Unitario (COP)	Total (COP)
Equipos de Cómputo (PC/Laptop para administración)	1	\$2.500.000	\$2.500.000
Monitores adicionales	1	\$700.00	\$700.00
Impresora Multifuncional	1	\$1.000.000	\$1.000.000
Escritorios Administrativos	1	\$600.00	\$600.00
Sillas ergonómicas para oficina	2	\$400.00	\$800.00
Casilleros Metálicos (Capacidad 12-16 usuarios c/u)	2	\$2.000.000	\$4.000.000
Adecuaciones Eléctricas	1 (Global)	\$4.000.000	\$4.000.000
Adecuaciones Vestidores	1 (Global)	\$6.000.000	\$6.000.000
Cámaras de seguridad (CCTV + DVR + instalación)	4	\$400.00	\$1.600.000
Software de Gestión para el Gimnasio (Suscripción anual)	1	\$2.000.000	\$2.000.000
Sistema de Control de Acceso (Lector de huellas/RFID)	1	\$2.800.000	\$2.800.000
Total			\$30.000.000

Fuente: Propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Anexo 163. Localización - Imagen Plano Projectado Instalaciones



Nota: Carvajal Rojas, L. D. (2024). *Simulación de gimnasio inclusivo* [Imagen generada por IA con Canva]. Canva.

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Anexo 174. Cotización de Clases de Yoga.

Luisa
 ★ 5 (18 opiniones)
 24h \$63.000 50+
 Tiempo de respuesta. Tarifa por hora. Alumnos

Encuentra tu balance y el de tus hijos con Hatha Yoga, Kinder Yoga, Meditación y Yoga Nidra

Yoga Hatha Yoga Yoga prenatal

Anexo 18. Estados Financieros Básicos Projectados

Tabla 33. Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
	2026	2027	2028	2029	2030	
VENTAS	\$ 552.050.000,0	\$ 603.071.013,1	\$ 684.531.113,6	\$ 787.679.054,7	\$ 918.549.409,0	
COSTO VENTAS	\$ 56.488.918,0	\$ 59.680.541,9	\$ 63.506.064,6	\$ 68.192.812,2	\$ 74.057.394,0	
UTILIDAD BRUTA	\$ 495.561.082,0	\$ 543.390.471,2	\$ 621.025.049,0	\$ 719.486.242,5	\$ 844.492.015,0	
GASTOS ADITIVOS Y VTAS	\$ 102.000.000,0	\$ 105.468.000,0	\$ 112.502.715,6	\$ 120.557.910,0	\$ 129.455.083,8	
GASTOS FIJOS DEL PERIODO	\$ 302.650.000,0	\$ 312.940.100,0	\$ 333.813.204,7	\$ 357.714.230,1	\$ 384.113.540,3	
OTROS GASTOS	\$ 45.000.000,0	\$ 38.500.000,0	\$ 30.000.000,0	\$ 10.000.000,0	\$ 23.000.000,0	
DEPRECIACIÓN	\$ 28.326.727,0	\$ 28.326.727,0	\$ 28.326.727,0	\$ 28.326.727,0	\$ 28.326.727,0	
UTILIDAD OPERATIVA	\$ 17.584.355,0	\$ 58.155.644,2	\$ 116.382.401,7	\$ 202.887.375,3	\$ 279.596.663,9	
GASTOS FINANCIEROS	\$ 45.568.622,3	\$ 38.666.633,9	\$ 30.802.508,3	\$ 21.842.123,6	\$ 11.632.661,3	
UTILIDAD ANTES DE IMPTOS	\$ (27.984.267,3)	\$ 19.489.010,3	\$ 85.579.893,4	\$ 181.045.251,7	\$ 267.964.002,6	
IMPUESTOS	\$ -	\$ 6.821.153,6	\$ 29.952.962,7	\$ 63.365.838,1	\$ 93.787.400,9	
UTILIDAD NETA	\$ (27.984.267,3)	\$ 12.667.856,7	\$ 55.626.930,7	\$ 117.679.413,6	\$ 174.176.601,7	

Fuente: Elaboración propia

FREE FITNESS SOCIAL CLUB: PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UN GIMNASIO CON ENFOQUE INCLUSIVO Y TECNOLÓGICO DIRIGIDO A LA COMUNIDAD LGBTQI+ EN BOGOTÁ.

Tabla 34. Balance General

		BALANCE					
AÑO 0		2026	2027	2028	2029	2030	
		ACTIVO					
CAJA/BANCOS	\$ 147.623.851,08	\$ 98.454.198,97	\$ 117.840.103,32	\$ 147.979.487,63	\$ 198.532.962,46	\$ 230.330.367,56	
FIJO NO DEPRECIABLE	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	
FIJO DEPRECIABLE	\$ 229.267.270,00	\$ 229.267.270,00	\$ 229.267.270,00	\$ 229.267.270,00	\$ 229.267.270,00	\$ 229.267.270,00	
DEPRECIACIÓN ACUMULADA	\$ -	\$ 28.326.727,00	\$ 56.653.454,00	\$ 84.980.181,00	\$ 113.306.908,00	\$ 141.633.635,00	
ACTIVO FIJO NETO	\$ 229.267.270,00	\$ 200.940.543,00	\$ 172.613.816,00	\$ 144.287.089,00	\$ 115.960.362,00	\$ 87.633.635,00	
TOTAL ACTIVO	\$ 376.891.121,08	\$ 299.394.741,97	\$ 290.453.919,32	\$ 292.266.576,63	\$ 314.493.324,46	\$ 317.964.002,56	
		PASIVO					
Impuestos X Pagar	\$ 0	\$ -	\$ 6.821.153,6	\$ 29.952.962,7	\$ 63.365.838,1	\$ 93.787.400,9	
TOTAL PASIVO CORRIENTE	\$ -	\$ -	\$ 6.821.153,6	\$ 29.952.962,7	\$ 63.365.838,1	\$ 93.787.400,9	
Obligaciones Financieras	\$ 326.891.121,08	\$ 277.379.009,25	\$ 220.964.909,03	\$ 156.686.683,24	\$ 83.448.072,77	\$ -	
PASIVO	\$ 326.891.121,08	\$ 277.379.009,25	\$ 227.786.062,63	\$ 186.639.645,92	\$ 146.813.910,86	\$ 93.787.400,90	
		PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	\$ 50.000.000,00	
Utilidades del Ejercicio	\$ 0	\$ (27.984.267,3)	\$ 12.667.856,7	\$ 55.626.930,7	\$ 117.679.413,6	\$ 174.176.601,7	
TOTAL PATRIMONIO	\$ 50.000.000,00	\$ 22.015.732,72	\$ 62.667.856,69	\$ 105.626.930,70	\$ 167.679.413,60	\$ 224.176.601,66	
TOTAL PAS + PAT	\$ 376.891.121,08	\$ 299.394.741,97	\$ 290.453.919,32	\$ 292.266.576,63	\$ 314.493.324,46	\$ 317.964.002,56	
CUADRE (ACT = PAS+PAT)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	

Fuente: Elaboración propia

Tabla 35. Flujo de Caja

		FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO:					
		CAPITAL INVERTIDO					
AÑO 0		2026	2027	2028	2029	2030	
Activos Corrientes	\$ 147.623.851	\$ 98.454.199	\$ 117.840.103	\$ 147.979.488	\$ 198.532.962	\$ 230.330.368	
Pasivos Corrientes	\$ -	\$ -	\$ 6.821.154	\$ 29.952.963	\$ 63.365.838	\$ 93.787.401	
KTNO	\$ 147.623.851	\$ 98.454.199	\$ 111.018.950	\$ 118.026.525	\$ 135.167.124	\$ 136.542.967	
Activo Fijo Neto	\$ 229.267.270	\$ 200.940.543	\$ 172.613.816	\$ 144.287.089	\$ 115.960.362	\$ 87.633.635	
Depreciación Acumulada	\$ -	\$ 28.326.727	\$ 56.653.454	\$ 84.980.181	\$ 113.306.908	\$ 141.633.635	
Activo Fijo Bruto	\$ 229.267.270	\$ 229.267.270	\$ 229.267.270	\$ 229.267.270	\$ 229.267.270	\$ 229.267.270	
Total Capital Operativo Neto	\$ 376.891.121	\$ 299.394.742	\$ 283.632.766	\$ 262.313.614	\$ 251.127.486	\$ 224.176.602	

Fuente: Elaboración propia